

Centro de Mídia Independente Brasil: jornalismo cidadão e democracia representativa

Brazil Independent Media Center: citizenship journalism and representative democracy

Maria das Graças Targino

Jornalista e pós-doutora em Comunicação pelo Instituto Interuniversitario de Iberoamérica da Universidad de Salamanca, Salamanca – Espanha. Docente da Universidade Federal do Piauí – UFPI. E-mail: gracatargino@hotmail.com.

Cristiane Portela de Carvalho

Jornalista e mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Docente da Universidade Federal do Piauí – UFPI.

Alisson Dias Gomes

Jornalista e doutorando do Curso de Doutorado em Comunicação Audiovisual, Revoluções Tecnológicas e Mudanças Culturais, da Universidad de Salamanca, Salamanca – Espanha.

Artigo recebido em 18/11/2007
Artigo aprovado em 04/02/2008

Resumo

O Centro de Mídia Independente se constitui em representante do jornalismo cidadão, no Brasil, vez que impulsiona a participação dos indivíduos, quer na produção noticiosa, quer em comentários que acompanham os textos. Em face da sua relevância como espaço de diálogo entre autores e internautas, analisam-se os comentários referentes aos editoriais do CMI Brasil, com o fim de delimitar traços identitários dos comentaristas e compreender a expansão do jornalismo cidadão. Isto requer, além de quantificação, análise dos itens: temas explorados; incidência de palavras significativas; quem comenta? Para a consecução do proposto, utilizou-se a análise crítica do discurso (ACD) aplicada ao total de comentários (157) alusivos aos 24 editoriais publicados entre 1º a 31 de agosto de 2007, no *site* CMI Brasil. Dentre os temas explorados, estão mídia (31%), seguidos das categorias movimentos/lutas sociais, e saúde, com índice similar de 19%, cada, observando-se a incidência de palavras representativas dos movimentos sociais, com 76 menções para Governo. Chama a atenção, ainda, o anonimato de 137 autores dos 157 comentários (87,26%), o que impede diálogo mais democrático e verdadeiro, como apregoado pelos defensores do jornalismo cidadão.

Palavras-chave: jornalismo cidadão, jornalismo de fonte aberta, Centro de Mídia Independente Brasil, CMI Brasil.

Abstract

The Centro de Mídia Independente (Independent Media Center) is the most representative element of the citizen journalism in Brazil as it promotes the citizen participation during the news production or as commentators of the news. Because of its relevance as an open space of the dialogue between authors and internet users, we analyze commentaries about CMI Brazil editorials to recognize some identity characteristics of the commentators and to understand the growth of citizen journalism. It will be required quantification and analysis of items such as: explored themes and incidence of significant words. For the achievement of the considered one, we use the critical discourse analysis of 157 comments made towards 24 online editorials published between August 1st and 31st 2007 at the CMI Brazil website. Some of the perceived themes are media (31%), followed by social movements and health issues (19% each). We counted 76 mentions towards the Government while we analyzed the incidence of significant words about social movements. It comes to our attention the surprising fact that 137 authors did not identify themselves (87, 26%) in their comments. This fact may create obstacles towards the democratic and true dialogue defended by those who follow the citizen journalism.

Keywords: Citizen Journalism, Open Source Journalism, Independent Media Center Brazil, CMI Brazil.

Introdução

A partir de pesquisa efetivada, ao longo do ano de 2007, sobre a expansão do denominado jornalismo cidadão ou jornalismo de fonte aberta (JFA), tomando como referência a atuação do Centro de Mídia Independente (CMI) ou *Independent Media Center* (IMC, denominação original), especificamente sua representação em território brasileiro – o CMI Brasil –, detectou-se amplo leque de possibilidades para estudos posteriores (TARGINO, 2007). Isto porque os rumos do jornalismo cidadão ainda são bastante indefinidos, em termos mundiais e nacionais, em face dos numerosos questionamentos que persistem sem resposta. Dentre eles, questões de ordem conceitual e terminológica; legitimidade dos conteúdos disponibilizados como notícia, no sentido estrito do termo; “morte” ou sobrevivência “heróica” do jornalismo; riscos do crescente anonimato e das questões éticas daí advindas, referentes à autoria; discussões para definir quem pauta quem: a mídia convencional determina a agenda dos meios alternativos ou, ao contrário, eles intervêm no jornalismo de referência?

A respeito desses tópicos, não obstante as indefinições, é evidente que o jornalismo cidadão praticado no âmbito do CMI ou de quaisquer outros meios de resistência nem substitui a mídia convencional nem o webjornalismo. Da mesma forma, o cidadão a quem o

JFA oportuniza divulgar sua produção não substitui o jornalista. Consiste visão equivocada discutir o avanço do JFA como mero confronto entre cidadãos ansiosos para exercitar a liberdade de expressão e jornalistas, ansiosos para preservar sua função “privilegiada” de produtor de material noticioso. Não se trata de substituição, e sim de complementaridade e adaptação. Independente do suporte físico, os princípios do jornalismo, em seu âmago, persistem: acercar-se dos acontecimentos para verificação, contar com fontes confiáveis, primar pela veracidade e pela objetividade. O que muda, e de forma radical, são as rotinas produtivas, em qualquer instância do jornalismo: impresso, digital ou eletrônico. Hoje, os jornalistas, em geral, recorrem a ferramentas digitais e/ou publicam em meios não-impressos, incluindo desde a TV digital ao espaço virtual.

Com esse parêntese, reitera-se a amplitude de vozes que perfazem o jornalismo cidadão, com ênfase para os comentaristas, atores proeminentes desse novo jornalismo. Nesse sentido, objetivou-se analisar os comentários dos editoriais do CMI Brasil, com o fim de delimitar traços identitários dos comentaristas para compreender melhor a expansão do jornalismo cidadão, no Brasil. Isto demanda ir além de simples quantificação, para analisar, também, os seguintes itens: (1) temas e subtemas mais explorados; (2) incidência de palavras; e (3) quem comenta?

Independent Media Center e Centro de Mídia Independente Brasil

Há experiências anteriores ao *Independent Media Center*, que constituem formas de ativismo ou de intervenção social na Internet, a exemplo da *Asociación para las Comunicaciones Progresistas*, de 1990 (<http://www.apc.org>); a *Federación Ipanex*, de 1997 (<http://www.ipanex.apc.org>), o primeiro *hackmeeting*, Florença (Itália), em 1998 (<http://www.hackmeeting.org>); além de outras experiências, como os *sites slashdot*, de 1997 (<http://www slashdot.org>) e *kuro5hin* (K5, <http://www.kuro5hin.org>), de dezembro de 1999. Porém, apesar desses antecedentes e de propostas similares ora existentes, como *overmundo* (restrito à produção cultural brasileira, <http://www.overmundo.com.br>) e *rebellion* (<http://www.rebellion.org>), o IMC, com seu *site* Indymedia, consiste no exemplo representativo e difundido, na atualidade, de produtores independentes, no contexto da mídia, como alternativa ao jornalismo convencional e ao webjornalismo de referência, mantido por meios de comunicação consolidados. Aqui, acrescenta-se como adendo que os termos – convencional, tradicional e similares – estão sendo utilizados em oposição à mídia alternativa, independente do suporte: impresso, radiofônico, televisivo, digital, eletrônico.

IMC e filosofia de publicação aberta

Desde a página central de seu *site* (<http://www.indymedia.org>), o IMC se autodefine como “(...) coletivo de organizações de meios de comunicação independentes e de centenas de jornalistas que se propõem a oferecer aos povos uma cobertura não-corporativa e não-comercial.” E prossegue: “Indymedia é uma via democrática de meios de comunicação para a geração radical de matérias verídicas e apaixonadas.”

Ao se revelar como coletivo, desde sua criação, em Seattle, Estados Unidos da América, ano 1999, o IMC pretendeu ir além do território norte-americano para atingir outras fronteiras, dentro do preceito explícito de apoiar as “(...) pessoas para que elas mesmas se transformem em meios de comunicação com informações independentes, honradas, exatas e poderosas”, a partir da crença de que, à medida que os indivíduos se convertem em veículos comunicacionais, percebem que são capazes de assumir seu destino, em geral entregues por eles mesmos a profissionais e/ou a especialistas (IMC, 2007, *passim*, tradução nossa).

Isto reforça as palavras-chave contidas em sua autodefinição: mídia independente, não-corporativa, não-comercial, democrática e mantenedora de conteúdos verídicos e apaixonados. Apaixonados, na concepção de distantes da produção preocupada com o sucesso e o lucro imediatos, sem exigir do público esforço intelectual para apreender a verdade contida nas entrelinhas dos noticiários. Para concretizar metas tão amplas, fundamenta-se na filosofia de publicação aberta, ou seja, veiculação de informações no espaço virtual, automaticamente, por meio de um computador conectado à Internet. É mais que simples possibilidade tecnológica. Configura-se como veículo de ampla repercussão social, que impulsiona a democratização de informações, em qualquer formato (texto, áudio, imagem) e a custo zero, geradas por indivíduos “comuns”, independentemente de características individuais e sociais.

Como resultado desses propósitos, ainda que se reitere a impossibilidade de cifras exatas e estáveis, em face do crescimento constante e ininterrupto, hoje, o IMC está nos cinco continentes (Quadro 1). Atua em 57 países, por meio de 164 centros, e traz informações disponíveis em oito línguas: alemão, espanhol, esperanto, francês, holandês, inglês, italiano e português, ainda que IMCs locais já publiquem em flamengo, sueco, finlandês, russo, hebreu e árabe. Dentre essas nações, está o Brasil. Dentre esses centros, está o CMI Brasil, objeto de estudo.

CMI Brasil e linha editorial

O Indymedia não se reconhece como porta-voz de nenhum grupo ou organização em particular, incluindo movimentos antiglobalização, anticorporativistas ou rebeldes. Em sua essência, contrapõe-se às práticas mercantilistas dos processos de produção, intercâmbio e disseminação de informação, ou seja, o cerne da estratégia “indymediática” é não delegar às agências de notícias, nacionais ou internacionais, nem a quaisquer veículos de comunicação impressos ou televisivos a produção das informações de interesse coletivo. Sem lançar mão de intermediários, e graças ao avanço das tecnologias de informação e de comunicação, com ênfase para a Internet, cada um pode se tornar produtor de notícias, como mencionado.

Indiferente a essa independência, alguns IMCs emergiram ou emergem a partir de movimentos antiglobalização, como o caso do CMI Brasil. Paralelo ao encontro entre FMI e Banco Mundial, acontecido em Praga, no ano 2000, em São Paulo, ocorreu

Quadro 1: Coletivos do Indymedia

CONTINENTES	N PAÍSES	N CENTROS	CONTINENTES	N PAÍSES	N CENTROS	
EUROPA	Alemanha	1	AMÉRICAS	DO NORTE	Canadá	12
	Andorra	1			Estados Unidos	61
	Armênia	1			Subtotal	2
	Áustria	1		CENTRAL E SUL	Argentina	2
	Bélgica	5			Bolívia	2
	Bielorrússia	1			Brasil	1
	Bulgária	1			Chile	4
	Chipre	1			Colômbia	1
	Croácia	1			Equador	1
	Escócia	1			México	3
	Espanha	9			Peru	1
	França	7			Porto Rico	1
	Grã-Bretanha	3			Uruguai	1
	Grécia	2		Venezuela	1	
	Holanda	1		Subtotal	11	18
	Hungria	1		Subtotal (Américas)	13	91
	Irlanda	1		ÁSIA	Armênia	1
	Itália	1			Filipinas	2
	Malta	1			Índia	2
	Montenegro	1	Indonésia		1	
	Noruega	1	Israel		1	
	Polônia	1	Japão		1	
	Portugal	1	Líbano		1	
	Romênia	1	Miamar (ex.Burma)		1	
	Rússia	2	Palestina		1	
	Sérvia	1	Subtotal		9	11
	Suécia	1	ÁFRICA		África do Sul	1
Suíça	1	Amazônia		1		
Ucrânia	1	Nigéria		1		
Subtotal	29	Subtotal		4	4	
OCEANIA	Austrália	6	TOTAIS GERAIS	57	164	
	Nova Zelândia	1				
Subtotal	2	7				

Fonte: Pesquisa direta, dados Indymedia, novembro de 2007.

significativo protesto, em 26 de setembro de 2000, conhecido como S26. Transcorridos poucos meses, em dezembro de 2000, o *site* do CMI Brasil apareceu, pela primeira vez, no espaço cibernético, onde, literalmente, se nomeou como “(...) rede de produtores e produtoras independentes de mídia que busca oferecer ao público informação alternativa e crítica de qualidade que contribua para a construção de uma sociedade livre, igualitária e que respeite o meio ambiente.” (CMI BRASIL, 2007). E prosseguiu, afirmando que seu intuito é:

(...) dar voz à (*sic*) quem não têm (*sic*) voz constituindo uma **alternativa** consistente à **mídia empresarial** que frequentemente (*sic*) distorce fatos e apresenta interpretações de acordo com os interesses das elites econômicas, sociais e culturais. A ênfase da cobertura é sobre os **movimentos sociais**, particularmente, sobre os movimentos de ação direta (os “novos movimentos”) e sobre as políticas às quais se opõem.

A estrutura do *site* na Internet permite que qualquer pessoa disponibilize textos, vídeos, sons e imagens tornando-se um **meio democrático e descentralizado** de difusão de informações (CMI BRASIL, 2007, grifos nossos).

A observação cuidadosa dos destaques nas transcrições acima confirma a intenção do CMI Brasil em seguir os preceitos do Indymedia central, em sua evolução, e, por conseguinte, fortalecer o JFA. Depois do coletivo de São Paulo, outras cidades constituíram os seus. Salvaguardadas as mudanças sempre possíveis e imprevisíveis no espaço virtual, hoje, são 12 coletivos, distribuídos em quatro das cinco regiões (a exceção é o Norte) e oito Estados mais o Distrito Federal: Bahia, Ceará, Distrito Federal, Goiás, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo. Há 14 coletivos em formação, em dez Estados das cinco regiões. No caso, este estudo enfoca o CMI central, ou seja, aquele para o qual o Indymedia central remete.

Em termos de funcionamento, reitera-se que o CMI Brasil segue rigorosamente os preceitos do IMC, com destaque para a democratização das informações; o não-mercantilismo das informações e a intenção de ser uma alternativa à mídia convencional. Como consequência, em relação à política editorial propriamente dita, seu *site* funciona com o recurso de publicação aberta e automática, difundindo notícias, artigos, comentários, fotos, áudios e vídeos, sem intermediação do jornalista profissional e/ou de editores e/ou de *gatekeepers*, formalmente imbuídos dessa função. Em prol da liberdade de conhecimento e do acesso à informação, estimula-se o emprego de *softs* livres e a edição em formatos livres (ogg para áudio; png para imagens) e/ou em formatos proprietários públicos (rtf e pdf para textos; mpg para vídeos).

Os conteúdos são expostos sob a licença de *copyleft* (sem restrição para utilização), salvo proibição expressa dos autores, e só sofrem mudanças, no caso de o próprio articulista solicitar ou se necessitar de formatação para sua exibição. Literalmente, é possível incluir:

- a) relatos sobre o cotidiano dos/as oprimidos/as;
- b) relatos de novas formas de organização (como o Movimento Passe Livre [...], zapatistas no México, piqueteiros na Argentina, [...]);
- c) denúncias contra o Estado e as corporações;

- d) iniciativas de comunicação independente ([...] rádios e TVs livres e comunitárias, murais e jornais de bairro etc.);
- e) análises sobre a mídia;
- f) análises sobre movimentos sociais e formas de atuação política;
- g) produção audiovisual que vise a (*sic*) transformação da sociedade ou que retrate as realidades dos oprimidos ou as lutas dos novos movimentos (CMI BRASIL, 2007).

Ao tempo que o CMI nega a interveniência do trabalho “oficial” de editoria, reconhece a existência de coletivo editorial responsável pela manutenção do *site* e de critérios de seleção, mantendo a seção de “artigos escondidos” ou “arquivos ocultos”, denominado pelo CMI de *open trash* (“lixo aberto”). Esse material não é apagado. Continua à disposição do público nessa seção. Isto é, na prática, o CMI central retira da coluna de publicação aberta artigos que:

- sejam de cunho racista, sexista, homofóbicos ou, em qualquer sentido, discriminatórios;
- tenham ofensas ou ameaças a pessoas ou grupos específicos (...);
- façam qualquer tipo de propaganda comercial;
- tratem de assuntos esotéricos ou de pregações religiosas de maneiras (*sic*) que fujam de nossas propostas políticas;
- visem (*sic*) promoção pessoal, promoção de algum candidato (...) ou partido político;
- visem (*sic*) apenas contatar pessoas ou o próprio CMI (...);
- sejam publicadas mais de uma vez (...);
- o autor peça que sejam retirados;
- sejam boatos conhecidos (*hoax*), informações falsas publicadas para desarticular mobilizações, mentiras comprovadas e tentativas de assumir a identidade de outra pessoa ou grupo, especialmente quando extremamente evidentes ou denunciadas pela própria pessoa ou grupo atingido;
- sejam *spam*, ou seja, artigos deliberadamente publicados para atrapalhar o funcionamento da coluna de publicação aberta e/ou sabotar o sítio (...);

estejam contra os objetivos apresentados nesta política editorial ou em outros documentos (...) do Cento (*sic*) (...) (CMI BRASIL, 2007).

Para o CMI Brasil, independente do coletivo editorial, a transparência do processo não se altera, vez que quaisquer arquivos continuam à disposição do público. Este pode seguir as discussões, apresentar sugestões e críticas por *e-mail*, incentivando a atuação dos comentaristas. Há, ainda, no espaço CMI, documento hipertextual intitulado *Manual do coletivo editorial*, que traz detalhes das três vertentes centrais da administração das páginas CMIs: (1) edição da coluna do meio da página; (2) política editorial; (3) manutenção das seções do *site*. Para uma idéia do nível de detalhamento, arrolaram-se sucintamente os itens do referido Manual, dispostos no Quadro 2.

Sem detalhar os conteúdos do Quadro 2, reitera-se que esta pesquisa privilegia a edição dos editoriais, especificamente os comentários gerados a partir de seus

conteúdos. Frequentes nos veículos de comunicação, tanto em jornais como em revistas técnicas e científicas, os editoriais representam espaço para posicionamento do veículo quanto a temas polêmicos. É a chance de quem faz a publicação expressar a linha editorial prevalecente, mediante opiniões, com autonomia, critério e responsabilidade, e de forma concisa. No caso do IMC e de seus coletivos, assumem outra feição. Não são necessariamente redigidos por membros do coletivo editorial, até porque isso geraria privilégios. São notícias escritas por qualquer pessoa com predisposição a seguir certo “ritual” de edição. No entanto, no momento em que o coletivo “aprova” seu conteúdo, com certeza o legitima.

Para breve contextualização dos conteúdos do CMI Brasil, seguem concepções resumidas sobre seus tipos de publicação: (1) editorial – artigos constantes da coluna do meio do *site*; (2) arquivos estáticos – artigos, mas cujos conteúdos não são alterados com frequência, a exemplo das páginas da política editorial ou da seção “Ajuda”; (3) *open trash* (“lixo aberto”) – artigos que

Quadro 2: Estrutura do Manual do coletivo editorial, Centro de Mídia Independente Brasil

ITENS			
1	Sobre o software usado pelo CMI Brasil	4.7	Regenerar o conteúdo
1.1	Banco de dados	4.8	A fila de tarefas
1.2	Página de administração	4.9	Quadro de mensagens
1.3	Página de publicação		
1.4	<i>Site</i>	5	Como publicar um Editorial
1.5	Conteúdo estático x dinâmico	5.1	Como redigir e propor
1.6	Sincronização entre o servidor de publicação e o de notícias	5.2	Como publicar
2	Tipos de publicação	6	Como agrupar artigos
2.1	EDITORIAL		
2.2	Arquivos estáticos	7	Esconder ou retirar uma matéria
2.3	<i>Open trash</i> (“lixo aberto”)	7.1	Quando esconder e quando tirar do <i>site</i>
2.4	<i>Closed trash</i> (“lixo fechado”)	7.2	Procedimento para esconder
2.5	<i>Old feature</i> (editoriais antigos)	7.3	Procedimento para retirar
2.6	Notícias		
		8	Sugestões – página de administração
3	Subpáginas	8.1	Melhora no esquema de esconder arquivos
		8.2	Opção de gerar boletins por <i>e-mail</i>
		8.3	Melhora no esquema de usuários
4	Como funciona a página de administração		
4.1	A página inicial		
4.2	Criar artigos	9	Subir arquivos diretamente no servidor, sem publicação
4.3	Listar artigos	9.1	No <i>Linux</i> ou Maços X
4.4	Editar artigos	9.2	No <i>Windows</i>
4.5	Retirar artigos do <i>site</i>		
4.6	Apagar artigos do banco de dados	10	Maiores informações

Fonte: Pesquisa direta, dados CMI Brasil, novembro de 2007.

não aparecem na coluna da direita, em face das medidas restritivas do coletivo editorial; (4) *closed trash* (“lixo fechado”) – artigos que estão em fase de elaboração, por parte do coletivo editorial e, portanto, ainda não acessíveis aos internautas; (5) *old feature* (editoriais antigos) – editoriais que se distinguem dos primeiros, somente por sua conversão do *soft* antigo do CMI (*Active*) para o Mir; (6) notícias – artigos facilmente colocados no ar por qualquer um e situados na coluna da direita da página inicial.

Do Webjornalismo ao Web Social / Jornalismo de fonte aberta

Para compreender a atuação dos IMCs e/ou CMIs, é preciso atenção para os novos rumos do jornalismo contemporâneo, mundial e brasileiro, em luta contínua para sobreviver ao lado das novas mídias que conquistam o grande público, numa prova incontestável de relação simbiótica entre comunicação social e evolução dos povos. E é nesse contexto que emerge o webjornalismo. É o periodismo contemporâneo presente no espaço cibernético, dando origem ao jornalismo contemplado em *sites*, portais, *blogs* etc., o qual reúne traços da imprensa escrita, televisiva e radiofônica, e cujos pormenores e controvérsias estão descritas por uma infinidade de autores, com destaque para Mielniczuk (2003), O'Reilly (2005), Pavlik (2001) e Pryor (2002).

O fato de o mundo midiático clássico (o trinômio: impressos, TV e rádio) ter se transformado em mais e mais monopolístico e mercantil, alcançando o webjornalismo praticado pela mídia convencional, é a motivação maior para o surgimento e a franca difusão do *open source journalism* ou jornalismo de fonte aberta, o qual, como enunciado, está aberto a quaisquer indivíduos e grupos sociais para que externem opiniões sobre quaisquer temas.

A partir daí, autores distintos adotam designações distintas. Às vezes, alternam entre uma forma ou outra, evidenciando a sinonímia, ou, no mínimo, a relação entre palavras próximas: jornalismo participativo; jornalismo cidadão; jornalismo cívico; jornalismo 3.0; *web* colaborativo; *web* social. São expressões sempre contestáveis. Como argumentaram acertadamente Moretzsohn (2006), Orihuela (2006) e Zafra (2006), a utilização de ferramentas disponíveis em rede para que qualquer pessoa efetive comunicação pública não as converte instantaneamente em jornalistas, nem tampouco seus

textos em matérias jornalísticas. Por conta disto, a essas designações juntam-se outros “apelidos”: Internet de nova geração, *software* ou *soft* social e uma outra – *web 2.0* – esta difundida por O'Reilly, a partir de 2005.

Independentemente das questões terminológicas, essas novas expressões demarcam as distinções entre a *web* tradicional e esta, que se expande como rede social, privilegiando a participação do cidadão e dos grupos sociais à frente da produção de notícias. Isto exclui, teoricamente, o mercantilismo e reforça a intenção de um jornalismo voltado para a cidadania e/ou afeito aos valores “poéticos” do jornalismo brasileiro, em sua fase inicial, quando as idéias prevaleciam sobre as questões econômicas e mercantilistas, e a imprensa se impunha como serviço público a favor das coletividades e das tradições culturais e literárias. Ou seja, esta é a diferença fundamental entre *web 1.0* e *web 2.0*: em lugar de anunciantes, voluntários; em lugar de empresários, pessoas comuns no gerenciamento dos espaços virtuais; em lugar do discurso oficial, a voz das coletividades; em lugar de lucro (exorbitante ou não), justiça.

Mas nem tudo são flores. Vozes dissidentes, como Moretzsohn (2006), alertam para os riscos de o jornalismo cidadão se manter como mito ou utopia, ou pôr em xeque a credibilidade da atividade jornalística, por sua difusão sem controle, mediante a adoção do lema “publicar, então filtrar” em substituição ao “filtrar, então publicar”, defendido por Orihuela (2006: 70, tradução nossa). Para ele, “a rede social é que outorga relevância, corrige, amplia as informações e promove as opiniões que gozam de maior consenso.” Zafra (2006), por sua vez, foi veemente ao reivindicar o retorno urgente à essência do jornalismo, no confronto com a blogosfera. De qualquer forma, como o Quadro 1 comprova, o JFA está em expansão veloz, trazendo à luz opiniões de cidadãos comuns, tanto na condição de autores como de comentaristas.

Comentários e comentaristas

No âmbito do JFA, textos e comentários constituem *per se* formas de expressão genuína do povo, em termos de interatividade, de referencialidade e de escritura múltipla. Há quem discuta com seriedade; há quem aproveite o espaço para *marketing* pessoal, idêntico ao que se dá na blogosfera; há quem deixe escapar preconceitos e convicções; há quem recorra a agressões e palavras chulas. Há de tudo. Os comentários consoli-

dam o jornalismo cidadão, ainda que, como constatado por Targino (2007), os que estão à frente do CMI não mantenham preocupação significativa sobre críticas e/ou críticos das matérias. E isto se constitui em paradoxo, vez que, segundo Orihuela (2006: 110-111, tradução nossa), o comentário é “(...) espaço de diálogo entre o autor e (...) seus leitores, uma fonte de enriquecimento, atualização e confronto entre as estórias publicadas”, ainda que exista o risco de *trols* (comentários incendiários) e de *spams*, comentários indesejados, com fins publicitários, comerciais ou pornográficos.

Há outras formas de instrumentalizar a interação e o diálogo entre autor e leitor. Pode ser um simples *e-mail*. Pode ser a formação de listas e grupos de discussão que reúnem as pessoas em volta de temas comuns, à semelhança dos colégios invisíveis ou das redes de *gatekeepers*. Podem ser conversas através do *Internet Relay Chat* (IRC), programa gratuito e aberto de conversas em tempo real. Pode ser a inserção de *links* ao texto. Podem ser encontros cara a cara. Podem ser viagens, quando de manifestações sociais, em que membros dos coletivos dos IMCs e CMIs aproveitam para se conhecer. No entanto, nada reduz o valor dos comentários como forma de favorecer a troca de informações e de conhecimentos. A prova está que, em se tratando da blogosfera, até 2004, a ferramenta *Blogger* não previa a inserção de comentários. Mas, pouco a pouco, eles passaram a ocupar lugar de destaque e, hoje, muitos comentaristas têm se transformado em *bloggers*. Isto fez com que Orihuela (2006) listasse instruções de como escrever comentários para *blogs*, aplicáveis aos textos dispostos nas páginas IMCs e CMIs, ora sintetizadas:

- a) leia com frequência os conteúdos do *blog*, antes de começar a comentá-los – conhecer o estilo do autor e seus valores evita mal-entendidos;
- b) leia os comentários anteriores ao seu – impede repetições de conteúdos ou de tópicos controversos, já esclarecidos;
- c) identifique o destinatário de seus comentários – esclarece previamente se é para o autor original ou para outro comentarista;
- d) seja respeitoso e positivo – apresente somente críticas bem argumentadas, construtivas e que agreguem algo de novo;
- e) modere a auto-referencialidade – não use o espaço para publicidade pessoal;
- f) controle emoções – não escreva sob o impacto de fortes emoções ou de impulsos;
- g) revise o comentário escrito – zele pela correção idiomática;
- h) responda a intervenções sobre seu comentário – revise o transcurso de sua crítica, respondendo a eventuais questões que tenha suscitado.

Aportes metodológicos

Apesar das controvérsias que cercam a tipologia de pesquisa científica, por conta das variações entre áreas de conhecimento, correntes de pensamento e teóricos, quanto à natureza, esta pesquisa categoriza-se como quali-quantitativa, vez que extrapola a análise quantitativa e inclui interpretação qualitativa dos dados coletados. No que se refere ao objetivo e ao grau em que a problemática se desenrola, trata-se de pesquisa descritiva, sob o formato de estudo de caso, vez que se relaciona com objeto de estudo consolidado, o CMI Brasil central, coletivo SP.

Dentre o material disponível na página <http://www.midiaindependente.org>, recorreu-se à amostra de todos os comentários referentes à totalidade de 24 editoriais disponibilizados, de 1º a 31 de agosto de 2007, sem qualquer tipo de restrição quanto à autoria, à temática, à dimensão, à inclusão de ilustrações e ao idioma. Reitera-se que os editoriais são elementos dinâmicos do *site*, teoricamente mais bem cuidados, mediante esmiuçada explicação sobre sua redação constante do *Manual do coletivo editorial* (CMI, 2007). Contam, ainda, com a aprovação do coletivo, à semelhança de um *imprimatur*, o que não ocorre com os outros materiais.

Para a análise e interpretação dos dados, o procedimento metodológico central refere-se à análise crítica do discurso (ACD), com ênfase para Fairclough (2001) e Van Dijk (1997a), porquanto a ACD engloba propostas que auxiliam o analista em sua tarefa:

Os objetivos descritivos, explicativos e práticos dos estudos da ACD dedicam um esforço para descobrir, revelar ou divulgar aquilo que está implícito, que está escondido ou que, por algum motivo, não está imediatamente óbvio nas relações de dominação discursiva ou de suas ideologias subjacentes (VAN DIJK, 1997a: 17, tradução nossa).

AACD é complementada pela análise interpretativa de conteúdo, comum no tratamento de material jornalís-

tico, vez que compreende instrumentos diversificados e aplicáveis a discursos (conteúdos e continentes), mediante categorização e quantificação. A ACD admite abordagens quantitativas, qualitativas ou quali-quantitativas. As variáveis estudadas são as seguintes: quantificação dos comentários: quanto se comenta?; categorização dos temas e subtemas discutidos, e incidência de palavras expressivas da filosofia de ação do CMI: o que se comenta?; autoria: quem comenta?

Editoriais e comentários: CMI Brasil em discussão

Segundo previsão futurista de Bowman & Willis (2007, tradução nossa), por volta de 2021, os cidadãos produzirão 50% das notícias em circulação. Seu prognóstico não prevê a extinção do jornalismo, mas sim mudança radical do comportamento dos jornalistas. Historicamente encarregados de informar os sistemas democráticos, seu futuro “(...) dependerá não de quão bem informam, mas de quão bem encorajam e mantêm diálogos com os cidadãos”, quanto à cidadania e a temas de interesse do cidadão como eixo do noticiário, em que o papel de selecionar e produzir conteúdos noticiosos deixa de ser privilégio de uma só classe profissional.

Comentários: quantos?

Se é razoável a quantidade de editoriais (24) coletados por 31 dias (listados em ordem cronológica, Quadro 3), a soma incrível de 157 comentários, média de 6,54 por matéria, surpreende e confirma a ânsia de o homem “comum” se manter inserido no universo informacional, como receptor e produtor, para popularizar os *mass media* e as decisões públicas. Às vezes, as “falas” se cruzam entre si ou remetem a enlaces de outros *sites*, documentos, *blogs* e vídeos. Às vezes, vão além do teor do editorial para discutir a atuação do CMI, a exemplo do editorial “O Globo volta a criminalizar a pobreza” (Ed. 19), que provoca comentários, como estes:

O CMI está divulgando *O Globo*. Fazer um editorial sobre editorial de um jornal é um pouco demais. Tá amplificando a idiotice do *Globo* (*sic*). (“Divulgando mais”, comentarista anônimo, 25 de agosto de 2007).

Fico imaginando se o CMI fosse ou tivesse que determinar a sua própria linha editorial e, de resto, de todo o seu trabalho – pautado por interesses de imbecis cansados e paralisados intelectualmente. Jogadores de linguagem: jogos de linguagem: disfarces... (“A’ globo

& ‘O’ globo & os/as seus/suas observadores do CMI”, Marco Antonio Jerônimo, 26 de agosto de 2007).

Somente dois editoriais (8,33%) não trazem qualquer crítica: “Assentados do Complexo do Prado – PE exigem segurança”, Ed. 6; “Quilombolas do ES são expulsos novamente...” (Ed. 11). Outros 11 recebem entre um a quatro comentários, à semelhança de “Quilombolas e indígenas mantêm a retomada...” (Ed. 1), com um só adendo, mas de conteúdo expressivo:

Este é o retrato da triste sina, do descaso, e da incompetência de um sistema injusto, que tem o judiciário (*sic*) submisso ao Estado burguês. Trazendo fatos concretos (...) que se choca (*sic*) com mentiras fantasiosas, onde canalhas são transformados em heróis, e somente os pobres, sem posses e traquejos; os pretos e as putas, (*sic*) acabam com os costados atrás das grades. Por fim, uma enorme quantidade de desesperados (...) (“Este é o retrato da triste sina e do descaso!”, Janciron, 4 de agosto de 2007).

A matéria com o maior número de críticas é a que discute o uso do CMI pelo MinC [Ministério da Cultura] (Ed. 23). São 42 comentários, longos ou curtos, contundentes ou amenos, apaixonados ou racionais, como ora exemplificado:

Pelo que li no próprio editorial do CMI, não tem nada demais. Na verdade o editorial não faz muito sentido. O Governo estimular que os projetos financiados por ele tenham contato com organizações “anticapitalistas”, ou algo que o valha, pode ser positivo. Ou seria melhor eles incentivarem a relação com a *Opus Dei*? (“Sim”, comentarista anônimo, 30 de agosto de 2007).

“Apoio” vindo de um governo que apoia (*sic*) transgênicos, PAC, desaloja comunidades ribeirinhas, construe (*sic*) hidrelétricas, caça rádios e TVs livres e comunitárias só pode ser brincadeira. Contra os corruptos que faziam conchavo com ACM! Apoio total ao CMI na empreitada anticapitalista! Fora cambada de aproveitadores do governo! O povo não é bobo! (“Brincadeira”, comentarista anônimo, 30 de agosto de 2007).

Por seu turno, “Marcha pró-escolha...” (Ed. 15) sobre o aborto também causa controvérsia. São 30 comentários nas duas linhas – a favor e contra. Eis exemplos:

Quadro 3: Rol dos editoriais do Centro de Mídia Independente Brasil, agosto de 2007

Ed.	TÍTULO COMPLETO	DATA	N
1	Quilombolas e indígenas mantêm a retomada das terras e a luta contra a Aracruz e o Movimento Paz no Campo	2/08/2007	1
2	Coordenador da fábrica ocupada Flaskô sofre ameaças	2/08/2007	2
3	Comunidade do Canal do Anil resiste pelo segundo dia a despejo ilegal	3/08/2007	8
4	Metroviários em greve	3/08/2007	1
5	Justiça obriga Poder Público a dar continuidade a políticas de inclusão social	3/08/2007	4
6	Assentados do Complexo do Prado – PE exigem segurança	3/08/2007	—
7	Metroviários de São Paulo decidem encerrar greve	4/08/2007	8
8	II Fórum Social Nordestino	8/08/2007	1
9	Ativistas são presos na Alemanha	9/08/2007	3
10	Metrô de São Paulo demite 61 funcionários após greve	12/08/2007	5
11	Quilombolas do ES são expulsos novamente de sua terra por ação da Aracruz Celulose	13/08/2007	—
12	Ativistas protestam contra ocupação do Tibete na Grande Muralha da China	15/08/2007	6
13	Ciclovida e a hora de plantar	15/08/2007	4
14	Massacre de Corumbiara: 12 anos de impunidade	17/08/2007	3
15	Marcha pró-escolha em Brasília	18/08/2007	30
16	Comunidade do Jardim Calu se acorrenta de frente à Câmara de Itapeverica da Serra	19/08/2007	1
17	Semana decisiva contra o aumento das tarifas de ônibus em Joinville	23/08/2007	1
18	Estudantes ocupam Reitoria da UFSC	23/08/2007	8
19	O Globo volta a criminalizar a pobreza	24/08/2007	10
20	Choque invade Faculdade de Direito da USP	26/08/2007	5
21	Movimentos sociais denunciam danos socioambientais (<i>sic</i>) da empresa Ypióca em ato público	27/08/2007	5
22	Unifor: da “privada” para as ruas	27/08/2007	3
23	Ministério da Cultura utiliza indevidamente nome do CMI	29/08/2007	42
24	Índios tupinikim (<i>sic</i>) e guarani de Aracruz retomam definitivamente suas terras	30/08/2007	6
		TOTAL	157

Fonte: Pesquisa direta (Ed = editorial; N = total de comentários por editorial).

(...) Existem diversas pessoas que são à (*sic*) favor da pró-escolha, da legalização do aborto [...] À (*sic*) propósito, não me interessa que a maioria da população do Brasil seja contra os direitos reprodutivos (...) A proposta é que a interrupção da gravidez seja LEGALIZADA. Isso não significa que qualquer pessoa será obrigada (...) a sofrer uma cirurgia de aborto. Cada mulher faz o que compreender ser melhor para sua saúde (...) A maioria não tem nada a ver com o que uma pessoa possa fazer com seu corpo/saúde. Agora o que as pessoas que são contra essa vida dizem e querem é que todo mundo aja segundo sua visão (...) Aí sim, temos opressão (...) (“Legalização do aborto”, comentarista anônimo, 19 de agosto de 2007).

Não é interessante que todos querem ter escolhas (de ter sexo com quem quiser, de ter sexo quando quiser, de ter o sexo que quiser...), mas ao feto não é dado (*sic*) nenhuma? (“Escolha?”, comentarista anônimo, 21 de agosto de 2007).

Comentários: de que tratam?

Em relação à temática em si, iniciou-se a análise, revendo o enunciado do CMI acerca dos sete temas mais bem-vindos, transcritos literalmente no item 2: o dia-a-dia das classes desfavorecidas; organizações sociais; denúncias contra o Estado etc. Dentre os editoriais coletados, todos tratam de questões de interesse do cidadão e das coletividades, e, portanto, se enquadram nas expectativas teóricas do CMI. Em relação aos comentários, seis não estão inseridos em nenhuma categoria, vez que, confirmando Orihuela (2006) e Zafra (2006), algumas pessoas fazem mau uso do espaço midiático, como os autores dessas falas: “Impressionate (*sic*) é a capacidade de um bunda mole (*sic*), como esse aí em cima, ter tanto preconceito.” (“Quanta verdade”, Felipe, 19 de agosto de 2007); “A lezinha xuxu deve ser a filhinha do Alckmin xuxu, burrinha feita (*sic*) o papai. Vai estudar menina [...]” (“Lezinha xuxu”, comentário anônimo, 17 de agosto de 2007).

Tal como acontece com os editoriais, os comentários podem estar em mais de uma classe temática, tal como se dá com o comentário ora transcrito, referente ao Ed. 6. Integra-se, em diferentes momentos, aos temas um, três e seis, recomendados pelo CMI Brasil:

Que falácia! As organizações não estão lutando para que as pessoas vivam para sempre em seus barracos. [análises sobre movimentos sociais e formas de atuação política] A lógica é exatamente a inversa. O Governo expulsando essas famílias do Canal do Anil [denúncias contra o Estado e as corporações] só lhes dá uma única opção: fazer seu barraco mais longe, mais longe do olhar do rico [relatos sobre o cotidiano dos/as oprimidos/as]. Se isso não fosse verdade, a prefeitura estaria construindo (...) um programa de habitação popular no local. Mas porque (*sic*) não se faz isso? Quais interesses estão em jogo e isso beneficia quem? (...) O que está colocado no momento é: ou a destruição das casas – que famílias foram construindo (*sic*) ao longos (*sic*) de anos e anos (...) ou a permanência dos moradores e a luta por implementações sociais no local [análises sobre movimentos sociais...]. (“Quem está querendo manter essa situação”, comentarista anônimo, 7 de agosto de 2007).

Neste sentido, em face da abrangência dos sete tópicos recomendados pelo CMI, graças à ACD, criaram-se categorias para abrigar os temas tratados (Tabela 1) nos 151 comentários, com a supressão dos seis, como justificado. Eis as classes temáticas com seus respectivos subitens:

- a) **Cidade/urbanismo** – aspectos relacionados com a questão urbana, e que incluem medidas técnicas e administrativas para o progresso racional das cidades, a exemplo de moradia e transporte público;
- b) **Direito/Justiça** – temas na área de Direito e da Justiça, ou seja, normas que disciplinam as relações dos homens em sociedade;
- c) **Educação** – matérias voltadas para o desenvolvimento do homem, visando à integração individual e social, no caso, educação superior;
- d) **Índios** – tudo o que se refere às questões indígenas, como luta pela terra e preservação ambiental;
- e) **Mídia** – análises críticas sobre a mídia;
- f) **Movimentos/lutas sociais** – textos sobre movimentos sociais e formas de atuação política, incluindo lutas sindicais, protestos, eventos sociais etc.;
- g) **Saúde** – itens que tratam de saúde pública, a exemplo do aborto.

Tabela 1: Comentários e temas mais explorados, Centro de Mídia Independente Brasil, novembro de 2007

Mídia	31%
Movimentos/lutas sociais	19%
Saúde	19%
Educação	9%
Direito/Justiça	8%
Índios	7%
Cidade/Urbanismo	7%
	100%

Fonte: Pesquisa direta.

O CMI Brasil, desde sua autodefinição, exalta as questões sociais como prioritárias, confirmando Bowman & Willis (2007), O’Reilly (2005), Pavlik (2001) e Pryor (2002), para quem a sociedade contemporânea, com seu jornalismo digital de terceira geração, propicia aos *sites* jornalísticos atuação ágil, dinâmica, atrativa, contextualizada e consistente em prol das coletividades. Sob essa perspectiva, enquanto estudo anterior sobre os editoriais do CMI (TARGINO, 2007) posiciona movimentos sociais em primeiro lugar, o que tem justificativa evidente – os editoriais são a “voz oficial” do CMI –, no caso dos comentários, seus autores, como legítimos representantes do binômio jornalismo e democracia representativa, atribuem à mídia local posição privilegiada.

Assim, mídia ocupa o primeiro lugar, com 49 menções ou 31% (Tabela 1), ainda que, dentre os 24 editoriais, somente um explore especificamente os meios de comunicação (“O Globo volta a criminalizar a pobreza”). Enquanto esse editorial rendeu seis críticas sobre mandos e desmandos midiáticos, e mais dois outros editoriais (Ed. 5 e Ed. 20), um comentário cada, o número maior de falas (42) enquadradas na categoria mídia estão agregadas ao Ed. 23, “Ministério da Cultura utiliza...”, como mostram essas falas:

Essa política de financiamentos por parte do Estado e da iniciativa privada é algo cada dia mais

constante. Algumas posições que não encheram (*sic*) um palmo diante do nariz acreditam ser algo bom, sem perceber que tais investimentos fazem parte de um plano de cooptação ideológica dos poucos mecanismos de luta contrahegemônica (*sic*). Claro que nada é neutro. O CMI tem sua posição marcada. Uma posição anticapitalista, na contramão da esmagadora maioria dos meios de comunicação. E é assim mesmo que tem de ser (...) Não se entregar ao capital como vemos por aí alguns símbolos da resistência. Força CMI! (“Força CMI!” Maycon de Oliveira, 2 de setembro de 2007).

As maiores marionetes do Governo estão mentindo. Esse *site* é tendencioso agressivo e manipulador. Apoiar o homossexualismo, drogas, prostituição, pedofilia e outros atos ilegais do qual (*sic*) o Governo sente orgulho em divulgar, isso demonstra a cara de pau (*sic*) desse *site* e o tão quanto é mentiroso. Além de não deixarem as pessoas fazer comentários [...] Os artigos vocês deixam publicar, mas quando comentamos vocês logo apagam dos servidores. Esse *site* deveria sair do ar [...] Vocês [...] mantêm essa porcaria de *site* na (*sic*) costas de voluntários imbecis. (“Como não apóia o Governo?”, comentarista anônimo, 31 de agosto de 2007).

Em ordem seqüencial, como mostra a Tabela 1, estão movimentos/lutas sociais e saúde, com percentuais idênticos (19%). Em se tratando dos movimentos sociais, as críticas dos leitores dos editoriais do CMI incorporam subtemas, como greves, manifestações, questões salariais, agricultura e ocupação do Tibete (Ed. 4, 7, 8, 10, 12, 13). Por sua vez, a única matéria sobre saúde versa sobre o aborto (Ed. 15), conglomerando 28 comentários distintos:

É impressionante a capacidade desses ativistas mentirem (*sic*). Enquanto as pesquisas garantem que mais de 80% da população é contra o aborto (*sic*) esses palhaços vem (*sic*) dizer que (...) as pessoas são a favor do aborto e a mídia “conservadora” que é contra. Pois se chamam de hipocrisia divulgar esses dados não divulgá-los (*sic*) seria a maior manipulação de todas, pois estaria (*sic*) se (...) escondendo dados objetivos em razão de uma ideologia. A verdade é que a tal mídia compraria numa boa a idéia do aborto se a maioria da população fosse a favor

(...) (“Quanta mentira”, comentarista anônimo, 19 de agosto de 2007).

O editorial e alguns comentários (...) cometem uma perfeita inversão (...) O “consenso” fabricado que a grande mídia propaga não é o de que o povo é contra a legalização do aborto, mas exatamente o contrário. A grande mídia, servil aos *lobbies* homoabortistas, assim como muitas das pequenas mídias “alternativas”, procura forjar a idéia de outro consenso: o de que AS mulheres, ou toda a população, são a favor do aborto, e que apenas uma pequena parcela é contra, pois é constituída de “fundamentalistas” religiosos, “conservadores”, “extrema-direita”, “atrasados” e demais “reacionários” que gostam de sacanear com o “direito” de quem quer matar livremente seus filhos (ou filhos alheios) (...) (“Consenso invertido”, comentarista anônimo, 20 de agosto de 2007).

A categoria educação é a terceira, com maior número de colocações posteriores, com 9%. Acompanhando os editoriais que tratam do tema (Ed. 18, 20, 22, 23), as falas resvalam pela educação superior, não obstante a gravidade do analfabetismo, em território brasileiro, como consensualmente reconhecido por governos e mídia, o que faria supor maior empenho de redes midiáticas, como o CMI Brasil, que buscam sociedade igualitária e justa para combater tal distorção. Daí, merecem destaque falas sobre a precariedade do ensino universitário, tanto no que se refere às instituições particulares (Ed. 22) quanto às públicas (Ed. 18, 20), como estas:

Toda solidariedade aos estudantes na luta contra a mercantilização da educação em plena Unifor! Isso rompe com o preconceito de que estudantes de escolas particulares são vagabundos, filhinhos de papai e que não querem nada da vida. (...) Toda força e solidariedade aos companheir@s na luta contra essa pretensa organização “sem fins lucrativos” que mama nas tetas do suado dinheiro roubado dos brasileir@s pelos impostos deste Governo e dado de mãos beijadas aos empresários da educação via Prouni (...) Pela educação como direito e não mercadoria! Parabéns aos estudantes da Unifor, suas aspirações justas são direitos inalienáveis (...) (“Unifor Levanta e Luta!”, Robson, 2 de setembro de 2007).

(...) grande parte do quadro de professores [de universidades públicas] (...) é preenchida com

“professores substitutos” (...) Esses professores, que, com certeza, têm o mesmo potencial (*sic*) que os professores efetivos, não realizam um trabalho de qualidade devido as (*sic*) condições que lhes são oferecidas (...) Trabalham 20 horas semanais, recebem 1/3 do que um efetivo receberia, e não pode (*sic*) realizar pesquisas nem extensão (acabando assim com o tripé do ensino público superior brasileiro, garantido pela nossa belíssima (...) Constituição de 1988. Fora isso, por receber menos, o professor substituto tem que trabalhar, muitas vezes, em três turnos diferentes, para garantir um salário digno (...) Isso acarreta um declínio na qualidade das aulas [...] Diante deste problema e de vários outros que a UFSC enfrenta, o Magnífico Reitor (...) acredita que as aulas enfrentam (...) situação de “normalidade” (...) (“À Flávia”, Rodrigo Oliveira Neves, 25 de agosto de 2007).

A seguir, ainda segundo Tabela 1, está Direito/Justiça (8%), com visível diversidade de matérias, que incluem impunidade, repressão policial, segurança para os assentados do Complexo do Prado, políticas de inclusão social e ameaças de seqüestro a familiares de sindicalista, e provocam críticas variadas:

Parabéns aos metroviários, por resistirem contra a opressão do Governo, do Estado e a (*sic*) [da] mídia burguesa que faz questão de jogar trabalhadores contra trabalhadores. Não posso afirmar que o sindicato dos metroviários representa a categoria da melhor forma possível (...) mas parece-me que é um dos sindicatos menos pelego (*sic*) [...] (“Parabéns aos metroviários!” Leandro Kenji Tamashiro, 3 de agosto de 2007).

Também, nos tempos da quartelada de 64 brasileira que muitos tem (*sic*) a ignorância de achar que eram melhores [...], os ativistas eram chamados de “terroristas subversivos”, “criminosos”, “bandidos” etc. Fascista é tudo igual mesmo [...] Mas agora o “mestre” deles é um “imbecil” (...) e seu Governo neofascista onde estão querendo enquadrar todas as organizações ativistas dos EUA como “grupos terroristas” enquanto a mídia babaca e baba-ovo chama (*sic*) eles de “exemplo de democracia”. (“A lorota nunca muda”, comentarista anônimo, 9 de agosto de 2007).

As classes de assunto com índices percentuais mais baixos são cidade/urbanismo e índios, com 7% cada (Tabela 1). Enquanto a categoria indígena privilegia a retomada de terras em três de seus quatro editoriais (Ed. 1, 11 e 24), cidade dá ênfase às questões urbanísticas mais sérias, como transporte público e moradia. Daí, o público do CMI, por meio dos comentaristas, apoiar as “vítimas”, como no caso das tarifas de ônibus de Joinville (Ed. 17), ou expor a “conformação” do povo brasileiro ante sua penúria, como faz “Analfabeta Banguela”, que se esconde em pseudônimo e título de comentário (“Ah Craro!”) plenos de “fina ironia”, marca do povo brasileiro:

Eu moro em favelas de todo o Brasil desde a Abolição... Programa habitacional digno? Nunca vi nem sei o que é... Gostaria de ver essa gente morando na vila olímpica, por que (*sic*) eles são verdadeiros campeões... Tem gente morando a (*sic*) 40 anos lá? E só agora estão numa situação de risco? (...) Agradecemos de coração a preocupação dos intelectuais e governantes, dos intelectuais por se mostrarem sensibilizados e dos governantes por demolirem nossas casas... E (...) a Analfabeta Banguela chora... Desesperada! (“Ah Craro!”, comentarista anônimo, 24 de agosto de 2007).

Comentários: palavras expressivas da filosofia do CMI

Tomando como referência palavras usuais no discurso dos sites IMCs e CMIs, Targino (2007) “garimpou” os 24 editoriais, em busca de termos recorrentes, atestando que não empregam palavras excessivamente recorrentes na “cartilha” dos ativistas – alternativo(a); crítico(a); democracia/democrático(a); luta/lutar; igual/igualdade/igualitária; independência/independente; justiça; livre/liberdade e outras. Para essa autora, esse resultado advém do fato de os editoriais integrarem a parte “nobre” da página CMI e serem referendados pelo coletivo editorial.

Em contraposição, os comentários ora estudados estão mais impregnados de “palavras de luta”, segundo checagem de 20 expressões usadas com frequência por mídias alternativas, segundo colocações de Burger (2004) e Pavlik (2001). Dentre elas: alternativo; classe; crítico(a); democracia/democrático(a); greve; Governo; igual/igualdade/igualitário; independência/independente;

justiça; luta/lutar; livre; movimento; repressão; social/sociedade. Na amostra estudada, os termos com maior incidência equivalem a Governo; luta/lutar; greve e movimento, respectivamente, com 76, 41, 32 e 25 menções, respectivamente, que sinalizam para a insatisfação da população frente aos rumos dos governos brasileiros, no decorrer das décadas. Com o intuito de exemplificar, um só comentário, referente ao editorial “Ministério da Cultura utiliza...”, traz a palavra Governo 12 vezes:

Não tem nada de positivo o **Governo** financiar o CMI! O CMI é uma rede autônoma e como o nome já diz (*sic*) independente (do poder e do **Governo**...) Com financiamento do MinC não haverá liberdade sobre o conteúdo do que for publicado no *site*, haverá CONTROLE... O **Governo** é centralizador, o **Governo** é contrário a (*sic*) autonomia das organizações civis, o **Governo** quer controlar... Porque (*sic*) nosso trabalho deve estar associado a um órgão governamental? O que (*sic*) que o **Governo** tem a ver com tudo (*sic*) que nós publicamos aqui? Qual a relação do **Governo** com o conteúdo do que é posto nessa m...? (...) Quando alguma iniciativa ou algum movimento autônomo começa a dar o que falar (como o CMI e o movimento de rádios livres, por exemplo), o **Governo** mostra interesse em ajudar, financiar, estabelecer relações (...) Isso é porque vai ser bom para a própria imagem do **Governo**... (...) O **Governo** não tem interesse em mudar as estruturas, não tem compromisso com a liberdade, não tem compromisso com a justiça... A única preocupação dos que estão no poder é... continuar no poder... (...) Não podemos aceitar que as verbas do **Governo** cristalizem iniciativas como o CMI, como as rádios e TVs livres... assim como vem acontecendo com alguns grupos que trabalham pela inclusão digital, que (...) hoje alimentam os bancos de dados do **Governo**... (...) (“Captura”, comentarista anônimo, 30 de agosto de 2007, grifos nossos).

A tendência de exacerbar as queixas contra os poderes constituídos está prevista por estudiosos do jornalismo cidadão, quando dizem que ele representa caminho salutar para quem está envolvido com as mudanças do jornalismo contemporâneo em prol da sociedade. Se há quem lance dúvidas persistentes sobre

questões desse novo jornalismo, como Moretzsohn (2006) e Zafra (2006) quanto à sua veracidade e sua credibilidade, em linha contrária, Mielniczuk (2003) e O’Reilly (2005) creram que a solução é desenvolver novos padrões de verdade e de verificação, vez que, se assim não for e o CMI, por exemplo, seguir os ditames do governo brasileiro, num cenário indesejado, “o jornalismo participativo vai, algum dia, ter de pedir permissão à *Big Media* (mídia convencional) e/ao *Big Government* (os governos constituídos)” (BOWMAN & WILLIS, 2007, tradução nossa), confirmando a fala anterior, quando o internauta disse: “Não tem nada de positivo o governo financiar o CMI! O CMI é uma rede autônoma (...)”.

Comentários: quem comenta?

Tal como registrado quanto aos autores dos 24 editoriais (TARGINO, 2007), dos quais somente 25% estão identificados, os comentaristas acompanham essa tendência: predomina o anonimato (137 = 87,26%) total ou parcial (remissão a *sites/blogs/e-mails*, adoção de pseudônimos) contra somente 20 (12,74%) que se identificam a contento. Ainda que haja quem aceite a não-identificação como “(...) recurso para mascarar a identidade real daqueles autores e comentaristas que, por diversas razões, preferem o anonimato”, tal como Orihuela (2006: 122, tradução nossa), crê-se que o anonimato esmaece a interatividade, assemelhando-se a um diálogo “sem cara”, em que a chance de voz falseada é maior:

Se a proposta dos envolvidos com o CMI é criar uma rede de notícias, com o objetivo de “dar voz aos que não tem (*sic*) voz” (...) para a “construção de uma sociedade livre e igualitária”; uma das (...) iniciativas deveria ser a interação de “pessoas de verdade”, e não entre grupos de revolucionários incontáveis e anônimos (BURGER, 2004: 23).

É fato que o anonimato pode ser chance de denúncia, a exemplo do vídeo dos últimos momentos de vida de Saddam Hussein, em dezembro de 2006, onde se evidenciam maus-tratos imprevistos do ponto de vista legal. Porém, pode ser literalmente arma de destruição contra pessoas ou instituições indefesas, reforçando os usos aéticos que se pode fazer no âmbito da rede, em *blogs* (ZAFRA, 2006) ou fora deles (MORETZSOHN, 2006), além de, no caso estudado, não permitir reconhecer com

precisão quem são esses comentaristas em seus traços pessoais (faixa etária, sexo, escolaridade, ocupação e profissão) nem seu envolvimento com o CMI (tempo de atuação, atividades que exercem, motivações, sua própria opinião sobre o jornalismo cidadão etc.).

Ademais, se o jornalismo, brasileiro ou mundial, desde os fins do século XIX, empreende jornada em busca de se impor como profissão com princípios éticos e deontológicos consolidados, é de estranhar a prevalência do anonimato num *site* que se propõe jornalístico, para combater a hegemonia da grande imprensa e, quiçá, abrandar o panorama atual de desigualdades sociais do Brasil, dando voz às parcelas populacionais mais desafortunadas.

No entanto, é evidente que comentários consistem em espaço apropriado para a materialização das ideologias dos comentaristas, visto que as ideologias, segundo Van Dijk (1997b), mantêm função cognitiva de organizar as representações sociais do grupo social. Por conseguinte, orientam as práticas sociais e produções escritas e orais de seus membros. Logo, graças ao conteúdo ideológico presente nas falas dos leitores do CMI Brasil, percebem-se traços que remetem à construção de suas identidades, à medida que os comentários refletem o modo como pensa quem os produziu, e são determinantes de discursos marcadamente ideológicos.

Ao opinarem sobre temas variados, acabam por expressar suas próprias condições de existência, reforçando as palavras de Woodward (2000: 17), para quem “os discursos (...) constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar”, ou seja, é no discurso que se percebe a identificação do leitor com tema(s) específico(s): por que comentar? para que comentar? de que forma comentar? Por outro lado, essa mesma autora admite a impossibilidade de se delinear identidade fixa ou imutável, vez que, no cotidiano, os indivíduos ocupam posições e exercem funções distintas:

Diferentes contextos sociais fazem com que nos envolvamos em diferentes significados sociais. Consideremos as diferentes “identidades” envolvidas em diferentes ocasiões, tais como (...) ir a uma festa ou a um jogo de futebol, ou ir a um centro comercial. Em todas essas situações, podemos nos sentir (...) a mesma pessoa, mas nós somos, na verdade, diferentemente posicionados pelas diferentes expectativas e restrições sociais envolvidas em cada uma dessas diferentes situações, representando-nos, diante dos outros,

de forma diferente em cada um desses contextos. Em certo sentido, somos posicionados – e também posicionamos a nós mesmos – de acordo com os “campos sociais” nos quais estamos atuando (WOODWARD, 2000: 30).

Assim sendo, pode-se aproximar-se da identidade dos comentaristas do CMI Brasil. Isto porque eles não apenas se posicionam, mas também são posicionados, à medida que, como citado anteriormente por Orihuela (2006), há recomendações sobre como se portar na função de crítico para *blogs*, aplicáveis à esfera indymediática. Tais recomendações, em sua essência, são “indicações” ideológicas rumo a demarcações: apresente críticas bem argumentadas e inovadoras; controle sentimentos; não abuse da auto-referencialidade etc. Ao fixarem limites, transparece certa pretensão hegemônica, visto que, de acordo com Fairclough (2001: 122), a hegemonia consiste em “(...) foco de constante luta sobre pontos de maior instabilidade entre classes e blocos para construir, manter ou romper alianças e relações de dominação/subordinação, que assume formas econômicas, políticas e ideológicas”. No caso do CMI Brasil, há constante construção de alianças com os leitores, motivada por forças ideológicas presentes nos comentários.

Os comentários, portanto, apresentam “pistas” recuperáveis das motivações que levam os internautas a construir suas críticas, e a ACD configura-se como alternativa que ajuda a desvendar estas motivações, a partir de tais “pistas”, dentro do previsto por Fairclough (2001) e Van Dijk (1997a). Afinal, trata-se de recurso para estudar as relações mais diretas entre discurso e ideologia, pois revela os posicionamentos ideológicos contidos nos discursos dos comentaristas do CMI Brasil, em análise que vai além do simples espaço demarcatório do texto/comentários para investigar, sobretudo, a prática discursiva.

Segundo Fairclough (2001: 106), essa prática discursiva “envolve processos de produção, distribuição e consumo textual, e a natureza desses processos varia entre diferentes tipos de discurso de acordo com fatores sociais”. Os comentários, entretanto, são produzidos de forma singular, vez que seus autores pertencem a contextos sociais diversificados, ou seja, não possuem os mesmos “lugares de fala”. Da mesma forma, também são consumidos de maneira distinta, a depender do tipo de trabalho interpretativo que a eles se aplica e dos modos de interpretação disponíveis.

E mais, a prática discursiva está inserida no bojo da prática social, que envolve, sobretudo, a ideologia

predominante em determinada sociedade e a hegemonia de determinados grupos que se pretendem dominantes. Os comentaristas do CMI Brasil, enquanto agentes sociais e produtores textuais, muitas vezes, sequer têm consciência das formulações ideológicas que produzem, nem dos discursos impregnados de ideologia a que são submetidos, pois, para o autor *supra*, no dia-a-dia, as ideologias ganham *status* de “naturais” e/ou são simplesmente automatizadas. E, na verdade, as motivações ideológicas de um indivíduo é que fazem com que, após a leitura de certo editorial de seu interesse, ele o interprete a partir de sua prática social e, então, produza comentário(s) específico(s).

Considerações finais

Apesar das fragilidades que cercam o jornalismo de fonte aberta, inferiu-se que ele favorece o exercício da cidadania, na acepção de propiciar aos indivíduos o gozo dos direitos civis e políticos de um Estado e/ou o desempenho de seus deveres para com esse, em que a informação é elemento imprescindível tanto para a reivindicação de direitos como do exercício de deveres. Afinal, os comentários do CMI Brasil representam recurso para o cidadão se posicionar frente a situações socialmente hegemônicas, que envolvem dimensões ideológicas equivalentes ou contrárias às suas, o que corresponde à efetiva interferência ou intervenção no processo social.

Embora não se possa delinear uma formação identitária única dos comentaristas, pois a “identidade é vista como contingente; isto é, como o produto de uma intersecção de diferentes componentes, de discursos políticos e culturais e de histórias particulares” (WOODWARD, 2000: 38), dispõe-se de “pistas” ou de “traços” recuperáveis em suas falas, que imprimem à identidade de quem os produziu amplitude social em consonância com as idiosincrasias da própria sociedade brasileira. As posições que assumem e com as quais se identificam constituem, portanto, suas identidades. Absorvendo as orientações iniciais do CMI, escrevem de forma “apaixonada” quando defendem suas opiniões, transformadas em convicções ideológicas, à medida que as ideologias são sistemas avaliativos, pois “fornecem não só as bases a partir das quais se formulam apreciações acerca do que é bom ou mau, certo ou errado, mas, também, diretrizes indispensáveis para a percepção e interação sociais” (VAN DIJK, 1997b: 112).

Essa inferência encontra respaldo numa série de elementos, que vão de constatações simples (mas

significativas), tais como a média de produção de comentários (6,54 por matéria, durante 31 dias), a detalhes, como a incidência crescente de “chavões” no universo dos 157 comentários em confronto com os editoriais, “textos oficiais”. Mais do que isto, os elementos-chave que fundamentam a presente conclusão é o destaque total para temas de interesse social e amplo, como as sete categorias – cidade/urbanismo; Direito/Justiça etc. demonstram. Na medida em que o CMI privilegia mídia e/ou movimentos sociais, não assume identidade como artefato comunicativo exclusivamente contra-informativo e antiglobalização. Destaca matérias em prol de coletividades e contrárias aos poderes constituídos, cobrindo lutas populares e sindicais.

E, apesar de alguns comentaristas não admitirem, os resultados mostram que o CMI divulga temas controversos e contra sua posição central, na linha pioneira do IMC em não ser porta-voz oficial de qualquer organização ou movimento em particular. Como decorrência, CMI atua em mão dupla: funciona, simultaneamente, como agência de notícias dos movimentos sociais, e como fórum de debates sobre questões que inquietam o homem contemporâneo, a se iniciar pela devastação do meio ambiente, o terrorismo em evolução, o aborto, a questão indígena, o ensino universitário, temas presentes nos comentários estudados.

A vinculação entre o jornalismo cidadão/CMI e o exercício da cidadania também se faz notar na oportunidade ímpar de o homem “comum” ocupar espaço midiático. O CMI difunde pensamento de indivíduos e entidades, como organizações não-governamentais, associações de classe e sindicatos, antes sem acesso à mídia convencional. Isto corresponde a afirmar que a ação máxima do CMI em direção à cidadania é sua identidade como *locus* e/ou território de circulação livre de idéias. Em outras palavras, é o uso ativo da rede como recurso para assegurar e consolidar a democracia, e que confirma a proposição popular “de que quando os meios não chegam, chegam os cidadãos” às trincheiras da divulgação dos fatos e dos acontecimentos, em sua versão mais genuína, como vem acontecendo em democracias e, até, em regimes totalitários, sob algum risco, como na China e na Birmânia, no Iraque e no Irã. É o jornalismo cidadão assumindo papel vital nas formas de organização, de ação, de participação, de protesto ou de demanda das coletividades, e, por conseguinte, viabilizando a inter-relação entre ativismo tecnológico e movimentos sociais contemporâneos, o que consiste em formas distintas de

empregar habilidades tecnológicas para concretizar mudanças políticas, sociais e culturais.

Reconhece-se, porém, que o CMI não atinge o acesso universal, vez que o fluxo informacional mais intenso no espaço cibernético, seja de caráter científico, seja jornalístico, não dilui as profundas diferenças sociais dos países terceiro-mundistas. Num país como o Brasil, a exclusão digital deixa de fora parcela significativa da população. E há, também, os “ingênuos”, que absorvem mensagens advindas do CMI ou do *Jornal do Brasil*, do livro comercial ou do compêndio didático, da revista informativa mais comprometida com o mundo empresarial ou do jornal comunitário, do *blog* do amigo ou do desconhecido, sem exercitar crítica ou criticidade.

Isto é, Internet, jornalismo cidadão e CMI representam forma de libertação, mas, paradoxalmente, podem acentuar o poderio dos que detêm a produção da informação, a submissão dos desinformados e a exclusão dos marginalizados. Como qualquer outro recurso tecnológico, IMCs e CMIs só conquistarão *status* de verdadeiro agente democratizador, à medida que assegurarem o princípio de acesso universal, em que a infra-estrutura global de informação e de comunicação está à disposição de **todos**. Porém, não obstante tais ressalvas, é impossível negar o CMI como esperança a mais na luta para a consolidação da cidadania no Brasil.

Referências

BOWMAN, S. & WILLIS, C. *How audiences are shaping the future of news and information*. Disponível em: <<http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php>>. Acesso em: novembro de 2007.

BURGER, M. W. *Centro de Mídia Independente: ativismo político na Internet e ação direta nas ruas*. 2004. 114 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UFRJ (Cópia digital).

CENTRO DE MÍDIA INDEPENDENTE BRASIL – CMI Brasil. [Informações dispersas]. Disponível em: <<http://www.midiaindependente.org>>. Acesso em: novembro de 2007.

FAIRCLOUGH, N. *Discurso e mudança social*. Brasília: UnB, 2001.

INDEPENDENT MEDIA CENTER – IMC. [Informações dispersas]. Disponível em: <<http://www.indymedia.org>>. Acesso em: novembro de 2007.

MIELNICZUK, L. *Jornalismo na web: um estudo sobre o formato da notícia na escrita hipertextual*. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia. Salvador: UFBA, 2003.

MORETZOHN, S. “Citizen journalism” and the myth of redemptive technology. *Brazilian Journalism Research*, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 29-46, sem. 2, 2006.

O'REILLY, T. *What is web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software*. 2005. Disponível em: <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>.

Acesso em: novembro de 2007.

ORIHUELA, J. L. *La revolución de los blogs*. Madrid: La Esfera de Los Libros, 2006.

PAVLIK, J. V. *Journalism and the new media*. New York: Columbia University, 2001.

PRYOR, L. The third wave on online journalism, *Online Journalism Review*, April, 2002. Disponível em: <<http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689.php>>. Acesso em: novembro de 2007.

TARGINO, M. das G. *Jornalismo de fonte aberta e seu enfrentamento às teorias do jornalismo: o caso do Centro de Mídia Independente Brasil*. 2007. 258 f. Tese (Instituto Interuniversitario de Iberoamérica da Universidad de Salamanca) – Universidad de Salamanca, Salamanca, 2007.

VAN DIJK, T. A. Objetivos del análisis crítico del discurso. In: VAN DIJK, T. A. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 1997a. p. 15-26.

_____. Semântica do discurso e ideologia. In: PEDRO, E. R. (Org.). *Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho, 1997b. p. 105-168.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 07-72.

ZAFRA, J. Blogs: ¿periodismo? Participativo. In: CERREZO, J. M. (Ed.). *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid: Fundación France Telecom España, 2006. p. 106-117.