

LIBERDADE DE EXPRESSÃO EM REDES SOCIAIS: CASOS DO JORNALISMO BRASILEIRO¹

Rogério Christofolletti²

Cândida de Oliveira³

Janara Nicoletti⁴

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Abstract

On enlarging the possibilities for interaction and participation of everyone in the production, distribution and consumption digital content on the web, social networks seem to contribute to give effect to and strengthen freedom of information and expression. However its use by journalists has revealed contradictions in the way how journalism is practiced/ conducted today. At the same time on that journalistic organizations seek to regulate the use of networks and social media can question the freedom of expression and communication of its professionals. The subject is controversial and lacks of examination. This article raises pertinent questions to the current conjuncture from the presentation of cases of journalists fired because of statements posted on their profiles on social networks. We reflect on freedom of expression, journalistic ethics and challenges of adaptation of journalists and companies. Analyze such problems implies not only adjust deontological codes and manuals, but, above all, rethink practices, norms and values that have been incorporated into the profession.

Keywords

Journalistic ethics, social networks, freedom of expression and information

Resumo

Ao ampliar as possibilidades de interação e participação de qualquer pessoa na produção, divulgação e consumo de conteúdos digitais na web, as redes sociais parecem contribuir para efetivar e fortalecer a liberdade de informação e expressão. No entanto, seu uso por jornalistas tem revelado contradições no modo como o jornalismo é praticado/conduzido na atualidade. Ao mesmo tempo em que organizações jornalísticas buscam normatizar o uso de redes e mídias sociais, podem

¹Uma primeira versão deste texto foi apresentada no 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom), realizado em agosto de 2011 em São Paulo, Brasil. A partir dos debates do evento, os autores revisaram o texto, acrescentando trechos e aprofundando algumas temáticas.

² Professor do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil, bolsista de produtividade do CNPq e um dos líderes do Observatório da Ética Jornalística (objETHOS). E-mail: rogerio.christofolletti@uol.com.br

³ Jornalista profissional e mestranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (POSJOR/UFSC). Membro do Observatório da Ética Jornalística (objETHOS). E-mail: candida.oliveira07@gmail.com

⁴ Jornalista profissional e mestranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (POSJOR/UFSC). Membro do Observatório da Ética Jornalística (objETHOS). E-mail: janarant@gmail.com



colocar em xeque a liberdade de expressão e comunicação de seus profissionais. O assunto é controverso e carece de exame. Este artigo levanta questionamentos pertinentes à conjuntura atual, a partir da apresentação de casos de jornalistas demitidos por conta de depoimentos postados em seus perfis nas redes sociais. É realizada reflexão teórica sobre questões como liberdade de expressão e comunicação, ética profissional e os desafios de adaptação enfrentados por jornalistas e empresas neste novo contexto informacional. Analisar tais problemáticas implica não apenas ajustar códigos e manuais deontológicos, mas, sobretudo, repensar práticas, normas e valores que vêm sendo incorporados à profissão.

Palavras-chave

Ética jornalística, redes sociais, liberdade de expressão e informação

Adaptar-se a diversos contextos culturais e a novos paradigmas tecnológicos não é uma tarefa nova para o jornalismo. Frequentemente, esta atividade profissional se vê às voltas com a necessidade de assumir novos valores, modificar procedimentos e reorganizar-se para atingir parte das demandas públicas a que se impõe. Consciente ou inconscientemente, ao longo dos anos, jornalistas e empresas do ramo enfrentaram desafios para equalizar esforços de modo que o jornalismo mantivesse alguma presença na vida social das comunidades, permanecendo útil e necessário, estratégico e oportuno⁵.

Baldessar, que estudou a substituição de máquinas de escrever por computadores, nas redações, pontua que tecnologia é o “conjunto de conhecimentos e informações organizados” de diversas fontes, “obtidos através de diferentes métodos e utilizados na produção de bens e serviços” (2003, p. 51). Assim, o homem se apropria da realidade e transforma conhecimento empírico em científico, modificando seu contexto, sua rotina, suas relações sociais e ambientais. No caso específico do jornalismo, os séculos XIX, XX e XXI estão permeados de adventos tecnológicos que não só modificaram essa atividade como ajudaram as sociedades a defini-lo, reinscrevê-lo nas lógicas contemporâneas: telégrafo (surgido em 1839), cabos submarinos ligando continentes pela comunicação (1866), máquinas de escrever (1870), telefones (1876), transmissões por rádio (1906) e por televisão (1925), invenção de computadores (1946), internet (1969), telefones celulares (1973), expansão das redes sociais e sites de relacionamento (2004). A lista pode ser mais extensa e detalhada, mas os marcos mencionados dão uma noção panorâmica das ligações intrínsecas entre jornalismo, invenção, inovação⁶ e adaptação.

A convergência de meios como processo

De forma bastante evidente, a tecnologia tem sido um fator constitutivo decisivo para o jornalismo em qualquer geografia. Parcela expressiva do que os jornalistas constroem de seu trabalho está apoiada em soluções, apropriações, rearranjos e potencialidades tecnológicas. Os exemplos são muitos. A invenção de uma impressora rotativa mais rápida possibilita o alargamento do fechamento da edição, gerando um jornal com notícias mais “frescas”; satélites permitem a integração de redes de rádio e televisão; internet contribui para a oferta de mais conteúdos, em formatos variados, e de maneira simultânea e instantânea; dispositivos móveis de comunicação – como telefones celulares, *smartphones* e *tabletes* – aceleram a convergência de linguagens e intensificam a multimídia do noticiário...

⁵ Um panorama desses novos tempos no mercado editorial argentino pode ser encontrado em Luchessi (2010), que ajuda a desvelar novos cenários por trás das notícias. Mas a tensão entre jornalismo e comunicação tem um tratamento mais detalhado em Amado (2010), cujo volume pode servir de manual introdutório aos campos de produção de notícias e informações responsáveis.

⁶ Para um referencial das inovações de práticas e processos na imprensa brasileira desde 1808, ver a “brevíssima cronologia” de Christofolletti (2010, pp. 173-192).

Entretanto, é preciso notar que o fator tecnológico é constitutivo do jornalismo, mas não sua alma. Tecnologia se combina a outras dimensões (ética, técnica, histórica, econômica...) para delimitar esse campo de atuação. A alardeada convergência – um tema em destaque atualmente – evidencia essa complexidade.

Salaverría e García Avilés lembram que a convergência pode ser tomada como fenômeno tecnológico, cultural⁷, sistêmico⁸, mas os autores a vêem como um processo, que transcende “meros processos de integração de redação ou a crescente polivalência multimídia dos periodistas” (2008, p. 34). Para os autores, a convergência é um processo multidimensional, facilitado pela implantação de tecnologias digitais de comunicação, que afeta os âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios. Isso propicia a “integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente dispersos”, e os conteúdos passam a ser distribuídos em plataformas múltiplas, seguindo linguagens próprias a cada uma (2008, p. 35).

Nas trilhas de Salaverría e García Avilés, compreender a convergência como processo implica conceber a tecnologia digital como fator propiciador e não seu único elemento desencadeante. Isto é, a implantação de sistemas tecnológicos não garante a convergência nas empresas jornalísticas, mas a sua não implantação a impede. Outros fatores igualmente importantes incidem no sucesso (ou no insucesso) de projetos de convergência no jornalismo. É bem verdade que as empresas e os profissionais ainda tateiam no escuro quando o assunto é convergência, e o pouco acumulado na área é fruto de experimentos e arroubos de ousadia, bem como reflexões a partir de marcos teóricos⁹. Por se tratar ainda de inovação de linguagem e de oferta de conteúdos qualificados de informação, a convergência ainda segue os trilhos do experimentalismo e do binômio tentativa-erro.

Outro advento recente que ainda estremece as bases do jornalismo tradicional é o das redes sociais, episódio que entrelaça tecnologia, comunicação e informação. Embora se possa identificar formas de compartilhamento de arquivos online já no final da década de 1960¹⁰ – Compuserve -, é na primeira década do século XXI que o fenômeno se torna mais visível e avassaladoramente planetário: o Friendster surge em 2002, seguindo de MySpace e LinkedIn (2003), Flickr, Orkut, Ning e Digg (2004), YouTube (2005), Facebook e Twitter (2006), só para citar as redes mais populares¹¹.

Esse império das redes sociais emerge catalisado pelo surgimento das mídias sociais. É com o aparecimento de ferramentas, dispositivos e sistemas facilitadores de produção e disseminação de

⁷ A referência mais nítida é Jenkins (2008).

⁸ Nesta perspectiva, Salaverría & García Avilés citam Killebrew (2003), Gordon (2003), Singer (2004) e Klinenberg (2005).

⁹ Para um panorama, ver Boczkowski (2006), Lawson-Borders (2003), Palacios (2009), Quadros, Caetano & Larangeira (2011), Quinn (2005), Saad (2007) e Salaverría, García Avilés, Masip (2008).

¹⁰ Uma linha do tempo: http://ryabrasil.files.wordpress.com/2010/11/historia_das_midias_sociais.jpeg

¹¹ Segundo Alexa (<http://www.alexa.com>), empresa medidora de tráfego na internet, em 21 de junho de 2011, o Facebook era o segundo site mais acessado em escala global, ficando atrás apenas do Google. O YouTube era o terceiro. Segundo as mesmas métricas, Twitter era o 9º site mais visitado, LinkedIn, o 13º, Flickr (31º), MySpace (88º), Orkut (103º), Digg (142º) e Ning (261º).

conteúdos digitais que se formam novos coletivos, se fortalecem os já existentes e tornam-se mais visíveis os mais minoritários. Sites de relacionamento, blogs, microblogs, depositários de imagens, arquivos de texto, áudio e vídeo possibilitam que as pessoas gerem, remixem, compartilhem e publicizem suas experiências e conteúdos. Se as formas mais genéricas de sociabilidade e comunicabilidade são afetadas por isso, o que dirá dos campos da educação, comunicação e jornalismo. No caso específico das redações, mais uma vez, percebe-se que usar ou não as tecnologias embutidas nas mídias sociais é um falso dilema. Questões pretensamente posteriores se mostram como mais importantes: O que fazer com essa tecnologia? Como ela modifica o nosso jornalismo? Como ela potencializa, faz evoluir e melhorar o jornalismo? Como ela nos aproxima dos públicos e do papel que desejamos desempenhar?

Temerosos diante da sua ubiquidade, inicialmente, os veículos de comunicação tradicionais resistiram a redes sociais. Depois, perceberam ser impossível ignorá-las e passaram a não só adotar práticas nativas nas mídias sociais – como o compartilhamento de conteúdos¹² - como também a incentivar a participação dos públicos no processo de produção de informação¹³. O fato é que uma nova ecologia comunicacional se impõe nos últimos anos, facilitando o ingresso de novos atores no cenário, desinstalando setores antes acomodados em zonas de conforto, e provocando tensões e renegociações. Mídias e redes sociais colocam-se ora como soluções para o jornalismo, ora como modalidades de apropriações de novos canais informativos, rearranjos e potencialidades tecnológicas. E incitam à rediscussão de bases conceituais, valores de base e orientações éticas de forma a contribuir para o surgimento do que Restrepo (2010, n. p.) chama de uma “ética florescente”, inflada pelas potencialidades da internet. Segundo o autor, a internet – como projeto de inteligência – permite priorizar valores como a vida, a segurança, o conhecimento, a felicidade, a paz e a liberdade. Embora o homem antes já cultivasse esses valores, nunca “teve a sua disposição instrumentos tão eficazes e poderosos para este florescimento”. “E se a ética é o inventário das possibilidades do ser humano”, conclui Restrepo de forma otimista, há que se acreditar que estejamos próximos de “uma revolução copernicana na ética”.

A nosso ver, esta “ética florescente” provoca novos questionamentos sobre a conduta dos jornalistas em situações práticas, e refaz velhas indagações acerca de como melhor proceder. Nos ambientes online, temas como o uso de identidades falsas, apropriação de conteúdos alheios, reutilização de

¹² Atualmente, os principais portais noticiosos nacionais e internacionais incluem botões que permitem reproduzir, compartilhar e espalhar suas matérias no Facebook, Twitter, Orkut, entre outras redes.

¹³ São diversas as estratégias usadas para este “convite”, desde a criação de seções de jornalismo colaborativo à implantação de departamentos que administram os conteúdos gerados pelos usuários. Essa mudança de comportamento dos veículos de comunicação tradicionais é avaliada com mais detalhes por Pablo Mancini, de quem destacamos um breve trecho: “El sentido de las fábricas de noticias se juega, al menos en buena parte, em la mutación del tiempo de consumo de medios, las nuevas prácticas de la audiencia, la agregación de valor desde afuera de las redacciones y la reformulación de los flujos corporativos” (2011, p. 20). Clay Shirky (2011) vai além das fronteiras do jornalismo, e investiga como uma ampla e contagiante cultura de participação se difunde nos tempos contemporâneos. Para o autor, criatividade e generosidade se combinam com motivações intrínsecas dos usuários, com meios tecnológicos que permitam essa participação e com oportunidades de incentivam esses comportamentos. É o que Shirky chama de “excedente cognitivo”.

trechos de reportagens de outrem, violação de correspondência e manipulação/distorção de imagens são alguns dos que mobilizam debates éticos e jurídicos. Mas um tópico em particular merece a atenção de profissionais e pesquisadores quando se rediscute limites de ação: a liberdade de expressão. O destaque se faz necessário por ser este um tema afeto ao jornalista e ao cidadão comum, cada qual com suas implicações específicas.

Liberdade de expressão como direito, dever e limite

Muitos dos marcos fundadores do debate contemporâneo sobre a liberdade de expressão já englobavam sua relação com a atividade jornalística. O direito à livre manifestação de ideias e opiniões caminha, pois, ao lado da luta pela liberdade de imprensa e pelo direito à informação trazida à tona pela efervescência intelectual e política que marca o período do Renascimento e da Reforma, ainda no século XVI, e se intensifica no calor das lutas e revoluções modernas do século XVIII. Impulsionada pelas revoluções americana (1776) e francesa (1789) e pelas bem conhecidas teorias de filósofos¹⁴ que destinaram relevante atenção ao tema na época, a liberdade torna-se conceito basilar da democracia moderna, sendo consagrada como um dos direitos mais preciosos da humanidade (KARAM, 1997).

Como bem lembra Sousa (2008), o nascimento do jornalismo moderno, em meio ao clima de mudanças que agitava a Europa no Século das Luzes, favorece o surgimento de espaços que eram destinados à discussão e confronto de ideias políticas e legitimação do exercício do poder, tal como explicitado na noção de esfera pública postulada por Habermas. A imprensa fortalece, assim, seu papel em prol da democracia, chegando a obter, no século XIX, o status de Quarto Poder.

Conforme Traquina (2005), a legitimidade do jornalismo se encontra na teoria democrática, a qual demonstra uma postura de desconfiança em relação ao poder; uma cultura adversativa entre jornalismo e poder. No entanto, segundo Moretzsohn (2007), esse discurso baseado na ideia da imprensa como Quarto Poder se ancora em princípios que começam a se estabelecer como valores básicos do jornalismo em meados do século XIX, mas que são desvirtuados ou simplificados quando a atividade se torna produtiva e rentável. Para a autora, embora a teoria democrática consagre a divisão dos poderes dando à imprensa o papel de fiscalizar e defender a sociedade contra os abusos do Estado, já nesse momento se escondem os interesses daqueles que comandavam a imprensa: interesses privados travestidos de interesse público.

Moretzsohn salienta ainda que a condição de liberdade reportada como um dos alicerces do jornalismo moderno decorre, essencialmente, do projeto iluminista e seu ideal de esclarecer os cidadãos. Essa direção, entendida na acepção kantiana, significa a capacidade que o homem tem

¹⁴ Traquina (2005, p. 42) menciona os escritos de John Milton, Alexis de Tocqueville e John Stuart Mill nos séculos XVI e XVII; de John Locke, Rousseau, Montesquieu e Spinoza nos séculos XVII e XVIII.

de pensar por si próprio, de ter autonomia, atitude racional e crítica voltada à construção de uma nova realidade. Pensar por si pressupõe, assim, ter liberdade para manifestar um entendimento próprio e crítico.

Conforme Traquina (2005), o jornalismo é influenciado pelos valores iluministas à medida que partilha de toda uma mesma história, contra a censura e a favor da liberdade de imprensa e de expressão. Todavia, ainda que a liberdade contribua para legitimar a expansão do jornalismo e a identidade de seus profissionais conferindo-lhes uma autonomia relativa, Traquina reconhece que há vários elementos condicionando e provocando tensões na prática jornalística. Esses constrangimentos, por outro lado, se complementam para forjar, na própria trajetória histórica do jornalismo, uma cultura compartilhada – o *ethos* jornalístico: um modo de agir, falar e ver o mundo; um o modo de ser jornalista e estar no jornalismo; um dever-ser.

Para Cornu (1999), a liberdade caracteriza-se como espaço necessário à abertura, justamente, da dimensão ética, o que supõe a existência de outros sujeitos igualmente livres; a exigência de liberdade também para o outro. Todavia, existe um equívoco no entendimento da relação entre liberdade e ética, no jornalismo, à medida que o jornalista busca ilustrar e defender a liberdade – de informação, de opinião e expressão, e a liberdade dos outros – como um valor que lhe incumbe afirmar por meio de sua atividade profissional. Conforme assinala Cornu, o jornalismo não é um ato individual, e sim, um ato social que se desenvolve em um espaço público.

A liberdade de imprensa, nas palavras de Cornu (1999, p. 133) “não é senão um dos aspectos da liberdade de expressão, que pertence a todos os homens; por isso em nada é privilégio da imprensa, que dela se reclama, ou dos homens que fazem ofício de informar, de formular opiniões, de emitir críticas”. Por isso, o espaço de liberdade do jornalista é inútil se excluído do campo midiático. A própria imprensa está, assim, contida no objetivo ético da atividade jornalística. Mais do que afirmar sua liberdade, o jornalismo deve se valer da liberdade para constituir a controvérsia e o contraditório nos debates que se estabelecem no espaço público. Antes de sua própria liberdade, o jornalismo encontra sua finalidade pública ao sustentar um direito que é de todos; ao garantir a liberdade no espaço público; ao “fazer valer o direito à comunicação, à livre expressão”, de todo e qualquer cidadão, conforme afirma Bucci no vídeo *Jornalismo Sitiado* (2006).

Contudo, a concretização da liberdade de expressão como um direito ocorre somente no século XX, com a Declaração Universal dos Direitos Humanos proclamada na Assembleia Geral das Nações Unidas em dezembro de 1948. No artigo 19, a liberdade de expressão é descrita como o direito que todo ser humano tem “de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (1988, n. p.). A partir disso, a liberdade passa a vigorar, cada vez mais, nos instrumentos legais e ordenamentos jurídicos dos países democráticos.

Ao analisar a liberdade de expressão nas democracias constitucionais, Martins Neto (2008) observa que, embora esse direito figure entre as liberdades manifestadas por meio da Constituição – uma autorização normativa/legal para agir ou deixar de agir -, isso não confere proteção a todo e qualquer ato comunicativo. Mesmo sendo norma constitucional, a liberdade de expressão somente pode ser garantida ao ato comunicativo que possui “valor expressivo”. Este atributo é entendido, pelo autor, como razões de proteção que a própria norma determina como fundamentos/valores necessários para motivar a liberdade. Dentre eles, Martins Neto menciona “a promoção do funcionamento da democracia, da busca da verdade e do conhecimento, da autonomia de consciência e do ensino da tolerância” (2008, p. 71).

O autor ainda esclarece que mesmo ideias detestáveis, contrárias e discordantes têm aptidão para circular, uma vez que atendam ao valor expressivo. Tais informações não podem ser censuradas quer seja pelo Estado ou autoridades, quer seja pelas instituições privadas, grupos ou indivíduos. A proibição ou coibição desse tipo de informações, além de ter caráter ideológico, viola o princípio mais geral da ordem constitucional, o da igualdade. Para Martins Neto (2008, p. 92), “contrariedade e discordância não constituem razões idôneas para discriminar o conteúdo de uma comunicação”. Segundo o autor, a opinião expressa e a emoção revelada podem ser criticáveis, mas não são conteúdos ilícitos. Pelo contrário, estão plenamente garantidos na constituição ao promoverem a liberdade de consciência.

Todavia, não é isto que se verifica no contexto midiático contemporâneo. Por não ser específica à imprensa ou ambientes virtuais, a aplicação efetiva de garantias constitucionais quanto à liberdade de expressão enfrenta obstáculos e barreiras em diversos países, sendo por vezes justificadas pelo Estado, empresas e até mesmo profissionais da área. A regulação da mídia, portanto, pode ajudar na defesa do direito à liberdade de expressão.

A não existência de marcos ou instrumentos regulatórios específicos para o setor de mídia acaba por colocar a liberdade em risco dentro da própria imprensa e no exercício profissional do jornalismo. O Brasil, por exemplo, ainda não conseguiu estabelecer instâncias democráticas efetivas, tal como um órgão independente, para a regulação e fiscalização da mídia. Após recente extinção da Lei de Imprensa, tanto as empresas quanto os profissionais de jornalismo encontram-se diante de um “vácuo jurídico” no setor das comunicações. Existe, portanto, no contexto brasileiro, a necessidade de que um novo marco jurídico seja estabelecido, com estatutos claros e coerentes, e que retomem artigos da Constituição Federal de 1988, especialmente aqueles previstos em termos de Direito de Resposta proporcional ao agravo, os quais esperam uma regulamentação democrática há anos. (KARAM, 2009; LIMA, 2011).

Karam ainda chama a atenção para o fato de que, com a extinção da Lei de Imprensa no Brasil, em abril de 2009, “há um ganho social em termos de liberdade – e uma responsabilidade sobre as consequências desta” (2009, n. p.). Nesse sentido, a liberdade, no jornalismo, não pode ser pensada

apenas como um direito, mas também como o dever da imprensa responder pelos seus atos e garantir um serviço que, antes de tudo, é um direito para o cidadão.

Bucci (2009, p. 11) destaca que o direito de ser livre não é apenas um dever entre vários outros, “é o primeiro, entre todos os deveres”. É algo que se traduz nas condições de exercício da função. Por isso a liberdade ser entendida, antes, como um dever para o jornalista. Segundo o autor, o nível de liberdade se reflete em indicadores relacionados a questões cotidianas da prática jornalística, que se referem à autonomia que o jornalismo possui para alcançar a verdade factual. Nas palavras de Bucci (2009, p. 16), “o *dever de liberdade* assenta seus alicerces na independência material e institucional que o protege contra interesses estranhos à missão de informar.” Desta forma, para cumprir seu dever de liberdade o jornalismo deve se ancorar em valores como transparência e independência.

Atualmente, vários mecanismos regulatórios, voltados à fiscalização e vigilância do poder da mídia, surgem como forma de incitar a transparência e o correto atendimento, por parte da imprensa, às demandas sociais. Eles reafirmam a necessidade de proteger os cidadãos contra os abusos da imprensa e de profissionais que seguem a lógica do mercado em prol de interesses privados. À medida que tais mecanismos são incorporados e ganham visibilidade pública, constituem-se num ponto nevrálgico em todo o sistema midiático, exigindo nova postura por parte dos profissionais e empresas.

Esse tipo de controle, realizado pelo público, por jornalistas, pela academia e outros interessados em melhorar a mídia e o jornalismo, reflete a exigência do comprometimento ético por parte da imprensa e seus profissionais, no sentido mesmo de prestação de contas, de se assumir publicamente a responsabilidade por eventuais erros e equívocos. Na prática de *accountability*¹⁵, ganha a mídia, ganha a sociedade.

Bertrand (2002), que desenvolve o conceito de *accountability*, ressalta a importância e necessidade da mídia prestar contas de sua atividade à sociedade. O autor denomina espaços, mecanismos e outras práticas de vigilância e fiscalização da mídia, incluindo a crítica de mídia, os conselhos de leitores, os manuais deontológicos e a função de ombudsman, como Sistemas de Responsabilização da Mídia (MAS – *Media Accountability Systems*). “Um MAS é qualquer meio de incitar a mídia a cumprir adequadamente seu papel: pode ser uma pessoa ou grupo, um texto ou programa, um processo longo e curto” (BERTRAND, 2002, p. 10). Para o autor, os MAS surgiram devido aos vários problemas existentes tanto no ambiente da mídia, quanto no jornalismo e na atuação dos jornalistas. Porém, quando implementados, esses meios são convertidos em armas a serem usadas em favor da democracia. Bertrand ainda explica que os MAS estão intimamente

¹⁵ O termo *accountability* não tem uma tradução exata à língua portuguesa, mas, na maioria das vezes, os autores têm correspondido às expressões “responsabilização”, “transparência” ou “prestação de contas”. Neste artigo, optou-se por utilizar o termo em inglês, uma vez que tais traduções, no nosso ponto de vista, não conseguem abarcar todas as dimensões de significação do conceito.

ligados a ética, pois representam meios práticos para garantir a aplicação das normas decididas em consenso.

De todo modo, os MAS funcionam como sistemas abrangentes de regulação e autorregulação midiática, condição mencionada por Puddephatt (2011, p. 10), como necessária para garantir que a mídia apoie a liberdade de expressão. Essa seria, portanto, uma forma de fazer a mídia assumir a responsabilidade social que lhe é inerente. A regulação e autorregulação da mídia, conforme enfatiza o autor, deve ter sempre como objetivo último a garantia, promoção e proteção da liberdade de expressão.

Atualmente, porém, o uso da internet e das redes sociais por jornalistas apresenta-nos um paradoxo à concretização da liberdade de opinião e expressão na mídia. Por um lado, essas ferramentas estimulam o exercício do livre debate e exposição de ideias e opiniões, mas de outro, ao tornar públicas determinadas informações, estão provocando sanções e constrangimentos, com prejuízos que atingem não apenas aqueles que reportaram a informação, mas a sociedade e os profissionais envolvidos, que passam a se sentir repreendidos e ameaçados.

As tensões público-privado nas redes sociais

Com as mídias sociais, a forma de comunicar foi reconfigurada. Deixou de ser de um para muitos, princípio dos meios de comunicação de massa, para se tornar coletiva, de muitos para muitos. Para se inserir nesta nova ecologia comunicacional, veículos tradicionais de mídia passaram a utilizar ferramentas como blogs, microblogs e sites de relacionamento para garantir a disseminação das informações produzidas e também a aproximação com seus públicos.

O antigo desequilíbrio informacional entre leitor e veículo mantinha a tranquilidade das organizações jornalísticas, mas a popularização das novas mídias modificou o modo de fazer jornalismo e exigiu nova postura por parte das empresas. O reposicionamento que vem sendo adotado provocou uma ruptura do domínio do pólo de emissão, oferecendo desafios que vão desde a parte editorial até modelos de publicidade diferenciados.

Fontcuberta (BORRAT; FONTCUBERTA, 2006) ressalta a dificuldade de os veículos tradicionais se reinventarem. Com a chegada da internet e das novas tecnologias, as organizações passaram a apostar alto em pesquisa de marketing e de satisfação do cliente para compreender as necessidades e interesses do público. Entretanto, a autora já alertava em 2006 que esta postura não era suficiente. Novos meios exigem novas linguagens, nova retórica e novo modelo de produção. É necessário, então, reconfigurar a cultura das empresas e de seus jornalistas. Enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros, “o ciberespaço encoraja uma troca recíproca e comunitária” (LÉVY, 2000, p. 203). Essa mudança tem reflexos diretos dentro da redação, no fazer e no disseminar uma notícia. A troca de

informações e a grande disseminação delas nas mais distintas camadas da sociedade prolifera-se de forma epidêmica nestas novas mídias (RECUERO, 2009). Conteúdos divulgados nestes canais ganham grandes proporções, saem do debate interpessoal para ganhar as manchetes dos noticiários.

Em todo o mundo, diferentes veículos já apostaram em estratégias de comunicação voltadas para estas plataformas, com o intuito de promover maior interação com o público e disseminação de suas notícias. De acordo com a pesquisa Jornalismo & Mídias Sociais (ARTIGO 19, 2011), 87% dos entrevistados usam as redes sociais para fins profissionais. Mais da metade, 56%, utiliza para formular pautas, 63% para checar informações e 68% para se relacionar com as fontes.

Os dados do estudo realizado pela ARTIGO 19, em parceria com UNESCO Brasil e Portal Imprensa, apontam que 95% dos 150 jornalistas que responderam aos questionários utilizam o Twitter. As organizações onde 133 deles trabalham dispõem de perfis em redes sociais.

A busca pela atração do público, tornou-se uma verdadeira obsessão, mas ainda suscita muitas dúvidas em um grande número de organizações. De um lado há a necessidade de fazer parte, se inserir e criar formatos economicamente sustentáveis para os novos modelos. Por outro, a linguagem e os padrões mantêm-se estagnados, algo que vem de encontro com o exigido pelas novas mídias.

As transformações nas formas de se comunicar e relacionar na rede são impulsionadas pelas mudanças tecnológicas. Ritmo que a cultura organizacional das empresas jornalísticas não consegue acompanhar. Esta situação gera um descompasso entre as necessidades do mercado frente às transformações digitais e a capacidade de adaptação dos profissionais e processos empresariais.

Os antigos manuais e parâmetros éticos já não são mais suficientes para cobrir a gama de plataformas e formatos possibilitados pelas novas tecnologias, mídias e redes sociais. Dentro deste contexto, a primeira reação das empresas foi negar o uso e restringir o acesso no ambiente corporativo. À medida que redes como Twitter e Facebook se popularizaram, surgiu a necessidade de as empresas de comunicação fazerem parte desta nova onda. Hoje, a maioria dos veículos tem mecanismos de interação e compartilhamento social.

Com a inexistência de um balizador comum, cada empresa institui suas próprias normas, cria suas diretrizes com base em seus próprios valores. Knewitz e Jacks (2010) levantam a dificuldade de garantir a qualidade e o respeito aos preceitos éticos e deontológicos da profissão. Mais do que isso, observa-se uma verdadeira confusão no limite entre o que é público e o que é privado.

Muitas normas e códigos distribuídos nas redações brasileiras impõem restrições ao conteúdo publicado nos perfis particulares dos jornalistas, ao alegar que mesmo fora das redações continuam reconhecidos como membros integrantes de determinado grupo. Afirmação verdadeira, levando em

consideração as características da função jornalística, mas que pode ferir um direito intrínseco à profissão e à Declaração Universal dos Direitos Humanos (1988): a liberdade de opinião e expressão. É direito do jornalista ter liberdade na divulgação das informações e, toda a sociedade, deve ter condições de expressar livremente suas opiniões. Porém, a prática mostra que, no uso das redes sociais, opiniões e comentários de jornalistas em seus perfis particulares podem render sanções, que vão desde advertências até o afastamento das atividades.

Foi o que aconteceu com o então editor da *National Geographic Brasil*, Felipe Milanez que, em 11 de maio de 2010, foi demitido por postar comentários criticando uma reportagem publicada na revista *Veja*, também da Editora Abril, conforme relatado por Eduardo Neco (2010), do Portal Imprensa. O caso levantou uma série de questionamentos na imprensa e nas redes sociais. Até que ponto é possível punir pelo que se publica em perfis particulares? O jornalista pode dizer nas redes sociais tudo que pensa enquanto “pessoa física”?

As mesmas ferramentas que podem potencializar a prática profissional, em alguns casos, demonstram-se como meios utilizados para monitorar a conduta privada do jornalista contratado. Tudo o que fizer ou disser enquanto “pessoa física” – aquela que existe fora da redação/empresa - nas redes pode ser interpretado, analisado e usado contra a “pessoa jurídica” – profissional que representa e trabalha em determinada organização.

Em diversas partes do mundo, jornalistas perderam seus empregos por conta de comentários divulgados nas redes sociais, muitos por opiniões pessoais postadas em seus perfis privados. Alguns deles tiveram repercussão mundial, como o caso da então editora sênior da rede CNN no Oriente Médio, Octavia Nasr. Em julho de 2010, ela manifestou respeito a um líder xiita do Hezbollah, após sua morte. A rede internacional julgou a declaração gravíssima e determinou o afastamento imediato da jornalista, que estava havia cerca de 20 anos na empresa. (HARLOW, 2010).

No Brasil, alguns casos são emblemáticos e provocaram a reação de órgãos representativos da categoria, bem como do próprio público. Em outubro de 2010, a colaboradora de *O Estado de S. Paulo*, a psicanalista Maria Rita Kehl, foi dispensada após publicar um artigo na coluna que assinava todo sábado, de acordo com Paula Franco (2010), do Portal Imprensa. Kehl (2010) escreveu um texto relacionado aos votos das classes C e D e que também elogiava a decisão de o veículo se posicionar quanto sua preferência de candidato à presidência da República. A mudança de foco, que segundo o veículo vinha sendo recorrente, culminou no afastamento por “delito de opinião”. Em defesa da profissional, foi iniciado um abaixo-assinado¹⁶ online que recebeu mais de 3 mil assinaturas. A mobilização na internet rendeu repercussão do caso na imprensa, mas não trouxe resultados mais relevantes. O jornal não se publicou oficialmente sobre o caso.

Outra situação que gerou grande repercussão foi a demissão de dois jornalistas do Grupo Folha da Manhã. O editor-assistente de política da *Folha de S. Paulo*, Alec Duarte, e a repórter do jornal

¹⁶ Ver em: <http://www.abaixoassinado.org/abaixoassinados/7204>

Agora SP, Carol Rocha¹⁷, foram desligados por postarem comentários no Twitter sobre a postura dos jornais relacionados à morte do ex-vice-presidente da República, José Alencar, em 29 de março de 2011. De acordo com Izabela Vasconcellos (2011), do Portal Comunique-se, Duarte afirmou em seu perfil pessoal: “Nunca um obituário esteve tão pronto. É só apertar o botão”. Carol Rocha rebateu: “Mas na Folha.com nada ainda... esqueceram de apertar o botão. Rs”. O editor-assistente de Política lembrou de um deslize da *Folha de S. Paulo* com a publicação errônea da morte do senador Romeu Tuma em outubro de 2010: “Ah sim, a melhor orientação ever. O último a dar qualquer morte. É o preço por um erro gravíssimo.”

Mesmo sem citar em seus perfis que são profissionais do grupo de comunicação, a questão culminou no afastamento dos jornalistas. O tema foi abordado na coluna da *ombudsman* da Folha no domingo seguinte, 7 de abril de 2011. Suzana Singer (2011) criticou o posicionamento de Carol Rocha e Alec Duarte ao afirmar que foram insensíveis por falarem que existem obituários prontos, erraram ao criticar a empresa em que trabalham e também lembrar um erro recente. No mesmo artigo, a *ombudsman* reforçou que é “difícil convencer jornalistas que suas contas no Twitter, Orkut, Facebook não são apenas pessoais”, pois eles são seguidos por outras pessoas que os conhecem como jornalistas. Além disso, ressalta que “jornalista não pode declarar voto político, xingar artistas, amaldiçoar o time rival, bater boca com leitores, nem obter vantagens próprias”. Ela finaliza com a seguinte declaração: “Quem mais luta pela liberdade de expressão precisa restringir a própria para não perder a razão” (SINGER, 2011, n. p.).

Considerações finais

A disseminação avassaladora das redes sociais na internet, a “contaminação” dos meios convencionais de comunicação pelas novas mídias e a necessidade de novos ordenamentos de conduta fazem emergir questionamentos ainda sem as pacificadoras respostas. Até que ponto é passível de punição o autor de um comentário realizado na rede social particular de um indivíduo, independente de ser relacionada ou não a sua atividade profissional? Podem os jornalistas se utilizarem de dados restritos à organização como comentários em seus perfis profissionais?

Nos casos anteriormente citados, é possível observar comportamentos bastante distintos, mas que culminaram no mesmo destino: a demissão do jornalista autor de comentários no Twitter. Os dois primeiros casos apresentados diziam respeito apenas à vida e ao posicionamento particular dos indivíduos. Nos dois últimos, a opinião se deu relacionada até certo ponto com a organização na qual os jornalistas estavam ligados.

¹⁷ A jornalista descreveu o caso em seu blog pessoal, com e-mails internos sobre o assunto e a coluna da *Ombudsman* da Folha. Ver em: <http://veneno-antimonotonia.blogspot.com/2011/04/agora-sim-prontofalei.html>

Em todas as situações fica evidente a falta de padrões sobre quais devem ser os comportamentos profissionais nas redes. Na falta de limites e regras éticas para normatizar a profissão nestes meios, cada organização define suas próprias normas, independente de colocarem ou não a liberdade privada em xeque. Os esforços corporativos ainda são iniciais, mas depreende-se de que serão cada vez mais frequentes já que é irreversível o cenário e a nova configuração midiática.

Para evitar problemas profissionais decorrentes dos usos das redes sociais realizados em suas contas profissionais, alguns jornalistas deixam de publicar nestes canais. De acordo com o levantamento Mídias Sociais e Jornalismo (ARTIGO 19, 2011), 90% dos jornalistas participantes já deixaram de comentar algo nas redes sociais, por pensar que teria impactos na vida profissional. O resultado ainda destaca que este é um exercício diário para 44% dos consultados. A autocensura acaba sendo um resultado concreto e – cada vez mais – frequente, possibilitando a restrição do pensamento e da ação dos jornalistas. Justamente em tempos como os nossos, tão plenos de possibilidades de compartilhamento e difusão de conhecimentos.

O trabalho de auto monitoramento da mídia ancorado em normas comuns – éticas e deontológicas – aplicáveis a todas as redações poderia tornar mais transparente essa dinâmica profissional. Se há a preocupação em zelar pela imagem organizacional, também deveria existir o respeito à vida privada do jornalista. Os episódios relatados reforçam uma cisão existente no âmbito semântico da expressão “liberdade de imprensa”, fissura anterior à emergência das novas mídias. Na zona de atrito que liga empresas e profissionais, a expressão adquire sentidos assemelhados, mas formas de endereçamento e pertencimento diferentes. Para os profissionais, exercer livremente seu ofício pode colidir com as diretrizes editoriais das empresas de comunicação. Esta contradição retoma um chiste na categoria: para as corporações, liberdade de imprensa é a liberdade da empresa. Em meio ao império das redes sociais, que vivemos hoje, ainda não tem sido possível contornar essa realidade, o que demonstra que apenas fatores tecnológicos são insuficientes para mudanças mais efetivas nas relações entre produtores de informação, sistemas de difusão informativa e públicos.

Referências bibliográficas

AMADO, Adriana. *Prensa y Comunicación. Relaciones informativas responsables*. Buenos Aires: La Crujia Editorial, 2010

ARTIGO 19; UNESCO BRASIL; PORTAL IMPRENSA. *Pesquisa Jornalismo e Mídias Sociais*. Maio de 2011. Disponível em: <http://artigo19.org/midiassociais/site/pesquisa>. Acessado em: 23/06/2011.

BALDESSAR, Maria José. *A mudança anunciada: o cotidiano dos jornalistas com o computador na redação*. Florianópolis: Ed. Da UFSC e Insular, 2003.

BERTRAND, Claude-Jean. *O arsenal da democracia. Sistemas de responsabilização da mídia*. Tradução Maria Leonor Loureiro. Bauru-SP: EDUSC, 2002.

- BOCZKOWSKI, P.J. *Digitalizar las noticias*. Innovación en los diarios online. Buenos Aires: Manantial, 2006.
- BORRAT, Hector; FONTCUBERTA, Mar de. *Periódicos: sistemas complejos, narradores in interacción*. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- BUCCI, Eugênio. *A imprensa e o dever de liberdade: a independência editorial e suas fronteiras com a indústria do entretenimento, as fontes, os governos, os corporativismos, o poder econômico e as ONGs*. São Paulo: Contexto, 2009.
- _____; BASILE, Sidnei. *Jornalismo sitiado*. Balanço do Século XX - Paradigmas do Século XXI. Mídia eletrônica: DVD, 413 minutos. Editora Multimídia Logo On; Espaço Cultural CPFL; Cultura Marcas. 2006.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. Brevíssima cronologia da inovação na imprensa brasileira. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). *Vitrine e vidraça: crítica de mídia e qualidade no jornalismo*. Covilhã, Portugal: LabCom Books, 2010.
- CORNU, Daniel. *Jornalismo e verdade: para uma ética da informação*. Traduzido por Armando Pereira da Silva Lisboa. Lisboa: Labor et Fides, 1994.
- DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. Proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. 4ª Rev. Brasil: Unesco, 1998. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf>> Acesso em: 02/06/2011.
- FRANCO, Paula. Opinião sobre “Bolsa-Família” leva Estadão a demitir colunista Maria Rita Kehl. *Portal Imprensa*, 7 out 2010. Disponível em: <http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/10/07/imprensa38555.shtml> Acesso em: 23/06/2011.
- GORDON, R. “The Meanings and Implications of Convergence”. In: KAWAMOTO, K. (ed.). *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield Publishers, 2003.
- HARLOW, Summer. Editora veterana da CNN é demitida por comentário no Twitter. *Knight Center Jornalismo Das Américas*. 08 jul 2010. Disponível em: <<http://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/editora-veterana-da-cnn-e-demitida-por-comentario-no-twitter>> Acesso em: 23/06/2011.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Ed. Aleph, 2008.
- KARAM, Francisco José. O vácuo e os desafios à responsabilidade. *Observatório da Imprensa*, nº 560, 20 de outubro de 2009. [Revista eletrônica]. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-vacu-e-os-desafios-a-responsabilidade>> Acesso em: 02/06/2011.
- _____. *Jornalismo, ética e liberdade*. São Paulo: Summus, 1997.
- KEHL, Maria Rita. Dois pesos... *O Estado de S. Paulo*. 02 out 2010. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20101002/not_imp618576,0.php> Acesso em: 23/06/2011.

- KILLEBREW, K.C. “*Culture, Creativity and Convergence: Managing Journalists in a Changing Information Workplace*”. *The International Journal on Media Management* (2003), 5 (1), pp. 39-46.
- KLINENBERG, E. “*Convergence: News Production in a Digital Age*”. In: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* (2005), 597, pp. 48-64.
- KNEWITZ, Anna Paula; JACKS, Nilda. *O jornalismo dos novos tempos e os novos tempos do jornalismo*. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, juv. 7, p. 390-402, jul/dez de 2010. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/13271/14468>. Acesso em: 20/06/2011.
- LAWSON-BORDERS, Gracie. *Integrating new media and old media: Seven observations of convergence as strategy for best practices in media organizations*. In: *Internacional Journal of Media Management*, vol. 5, n. 2, pp. 91-99, 2003.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 2.ed. São Paulo: Editora 34, 2000.
- LIMA, Samuel. Enganos, autoenganos e outras liberdades. *ObjEthos – Observatório de Ética Jornalística*, 30 de maio de 2011. Disponível em: <http://objethos.wordpress.com/2011/05/30/comentario-da-semana-enganos-autoenganos-e-outras-liberdades/> > Acesso em: 02/06/2011.
- LUCHESSI, Lila (comp.) *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumos*. Buenos Aires: La Crujia Editorial, 2010
- MANCINI, Pablo. *Hackear el periodismo: manual de laboratorio*. Buenos Aires: La Crujia, 2011.
- MARTINS NETO, João dos Passos. *Fundamentos da liberdade de expressão*. Florianópolis: Insular, 2008.
- MORETZSOHN, Sylvia. *Pensando contra fatos: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- NECO, Eduardo. Jornalista é demitido da National Geographic por criticar Veja no Twitter. *Portal Imprensa*, 11 mai 2010. Disponível em: http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/05/11/imprensa35627.shtml > Acesso em: 23/06/2011.
- PALACIOS, Marcos. Ensino de Jornalismo, especificidade de Linguagens e Convergência em busca de uma sinfonia informativa. In: Mesa Redonda MR 5 – Da revolução à evolução: o ensino de jornalismo digital na convergência dos meios. *Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Intercom, Curitiba, 4 a 7 de set. 2009.
- PUDDEPHATT, Andrew. *A importância da autorregulação da mídia para a defesa da liberdade de expressão*. Tradução: Christiano Robalinho Lima. Brasil: Unesco e FordFoundation. Série Debates Comunicação e Informação, nº9, fevereiro de 2011.
- QUADROS, Claudia; CAETANO, Kati; LARANGEIRA, Álvaro (orgs.) *Jornalismo e Convergência: ensino e práticas profissionais*. Covilhã, Portugal: LabCom Books, 2011.
- QUINN, Stephen. *Convergent Journalism*, New York, Lang, 2005.
- RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

- RESTREPO, Javier Darío. La etica floreciente. In: *Sala de Prensa*, 2010. Disponível em <<http://www.saladeprensa.org/art1044.htm>> Acesso em 01/06/2011.
- SAAD, Elizabeth. *Convergência de mídias: metodologias de pesquisa e delineamento do campo brasileiro*. Trabalho apresentado no I Colóquio Internacional Brasil-Espanha sobre jornalismo na Internet, de 3 a 7 de dezembro de 2007.
- SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, José Alberto. *La convergencia tecnológica em los medios de comunicación: retos para el periodismo*. Trípod, número 23, Barcelona, 2008, pp. 31-47.
- SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, J.A; MASIP, Pablo. *Periodismo Integrado. Convergência de médios y reorganizacion de redacciones*. Barcelona: Editora Sol90, 2008.
- SHIRKY, Clay. *A cultura da participação*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011
- SINGER, J. B. "Strange bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations". *Journalism Studies* (2004), 5(1), pp. 3-18.
- SINGER, Suzana. Ombudsman: #prontofalei. Folha de São Paulo, São Paulo, 7 abr 2011. Caderno Poder, p. A8. Disponível (para assinantes) em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om0304201101.htm>> Acesso em: 23/06/2011.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*. Porque as notícias são como são. 2ª ed. Vol. I. Florianópolis: Insular, 2005.
- VASCONCELLOS, Izabela. Editor da Folha e repórter do Agora são demitidos por comentários no Twitter. *Comunique-se*, o portal da comunicação. Disponível em: <http://www.comunique-se.com.br/Conteudo/NewsShow.asp?idnot=58365&Editoria=8&Op2=1&Op3=0&pid=1&fnt=fn_tnl&sms_ss=twitter&at_xt=4db8bdb5890e6990,0> Acesso em: 23/06/2011.