

Coleção Conquiste a Rede

JORNALISMO CIDADÃO

Você faz a notícia

Por

Ana Carmen Foschini
Roberto Romano Taddei

Índice

Você é a mídia: saiba como!	4
Introdução	7
Conversa com o mundo	9
Tudo pode virar notícia	12
Conversa em vez de palestra	14
Outros nomes para a mesma coisa	18
Ferramentas do cidadão jornalista	21
Seu estilo de participar	25
O que é notícia	27
Fazer do jeito certo	29
Não caia nessa	34
Atenção às leis	35
Como começar	39
Glossário	43
Agradecimentos	46
Os autores	47
Licença	48

Você é a mídia: saiba como!

Há uma novidade difícil de ser ignorada. Em todo o mundo, nos países pobres ou ricos, a mídia tradicional está sendo transformada por um competidor que não existia antes. Esse competidor é a própria sociedade. Tradicionais empresas de mídia, do New York Times à NewsCorp, passando pela “velha senhora” BBC, todas estão tendo de repensar seus modelos de negócio e mesmo seu modelo de redação para competir nos novos tempos.

Mas como tudo isso foi possível? Como a sociedade, esse corpo desorganizado e fluido, conseguiu desenvolver ferramentas para mudar para sempre o modo como a informação é produzida e disseminada? A resposta a essa pergunta pode ser encontrada na coleção “Conquiste a Rede”, organizada por Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei. Através dela, é possível compreender de forma articulada as ferramentas de transformação que estão por trás destas mudanças.

E não apenas compreender: a coleção “Conquiste a Rede”, como denota o nome, possui uma dimensão prática que é fundamental. Ela explica em detalhes e traz dicas úteis para qualquer internauta interessado em fazer crescer sua presença digital na Internet. Vale notar que a

coleção está em sintonia com o espírito de “do it yourself” que está tomando conta das práticas tecnológicas desse começo de século.

Nesse sentido, a coleção aborda, por exemplo, o fenômeno dos blogs e sua crescente importância. De ferramentas utilizada por adolescentes para relatar agruras pessoais, os blogs atualmente desempenham um papel cada vez mais importante, influenciando a política, a economia e a própria idéia de formação das notícias.

Lendo o livro sobre blogs é possível aprender as melhores práticas sobre como tornar um blog dinâmico e relevante. As dicas valem tanto para usuários iniciantes, quanto para blogueiros experientes. É bom lembrar que ambos autores são jornalistas de currículo não só invejável mas que compreendem profundamente a dinâmica da comunicação na Internet. Em outras palavras, são autores cujo DNA jornalístico já nasceu digital.

Essa mesma estrutura se repete para os demais temas abordados na coleção: os videologs e fotologs (ferramentas de compartilhamento de vídeos e fotos pela rede), os podcasts (programas de rádio virtuais, feitos para serem ouvidos em qualquer lugar) e a emergência do chamado “jornalismo cidadão”. Este último, um dos fenômenos mais interessantes e importantes da rede. Jornais inteiros, bem como outros tipos de informativos, são hoje produzidos sob o lema de que “todo cidadão é um repórter”. As dicas constantes na coleção ajudam qualquer “bom

cidadão” a caminhar no sentido de se tornar também um “bom jornalista”.

Por fim, cumpre chamar atenção para o fato de que os autores puseram em prática seu lema de “faça você mesmo” também na modalidade inovadora de lançamento dos livros. Não só é possível obter a versão impressa dos exemplares de cada um deles como também é possível baixar todo o conteúdo pela rede. Os autores utilizam uma licença do “Creative Commons” para distribuir sua obra. Essa licença permite à sociedade como um todo, dentre outros direitos, distribuir os livros livremente, desde que seja para fins não comerciais. Tudo dentro do mesmo espírito colaborativo das transformações e ferramentas que são abordadas na obra.

Depois de tudo isso, fica o convite ao leitor da coleção para começar a participar de tudo isso que está acontecendo. É assim que estamos todos tendo a oportunidade de construir a nova mídia do século XXI. Vamos nessa.

Ronaldo Lemos

Diretor do Centro de Tecnologia e Sociedade da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas e diretor do projeto [Creative Commons no Brasil](#)

Introdução

Conquiste a Rede é um convite para participar do processo de criação coletiva na internet. Com um pouco de conhecimento, cada um de nós pode tornar-se dono de um veículo de comunicação. Convidamos você a ocupar seu espaço nessa plataforma onde vozes de todo o mundo interagem.

Nesse cenário, a contribuição de cada pessoa tem valor inestimável para a troca de conhecimento e os princípios de igualdade. Procuramos apresentar alguns conceitos básicos para que o controle da comunicação seja compartilhado com cada internauta.

Ferramentas de publicação acessíveis na rede revolucionaram o modo como as pessoas consomem, interpretam, produzem e divulgam informações. Elas permitem ao internauta deixar de ser um receptor silencioso para tornar-se um criador. Falamos sobre as principais ferramentas que contribuem para a descentralização da produção: blogs, podcasts, flogs e vlogs.

Colaboração é a palavra-chave e, por isso, o conceito de jornalismo cidadão permeia todos os títulos da coleção. Ocupar seu espaço na web significa também transformar o jornalismo em uma conversa de um para um, um para muitos e de muitos para muitos.

Algumas questões norteiam a coleção: contribuir para os esforços multilaterais de inclusão digital da população brasileira, apresentar referências para várias plataformas de computadores, como PC, MAC e Linux, e sugerir o uso de ferramentas gratuitas, uma vez que participar desse novo universo é uma questão de cidadania.

A coleção pretende reunir informações e conhecimentos raramente apresentados em português. Assumimos o risco de registrar um universo mutante porque acreditamos que a exclusão digital vem também da dificuldade em navegar sem as referências necessárias. Colocamos um glossário simplificado no final de cada título com esse mesmo objetivo..

A coleção foi concebida para usuários da web em geral, para cidadãos digitais. Ela quer ser um começo de conversa para facilitar o acesso a um mundo virtual necessário para a realização pessoal e profissional. Não pretende esgotar o assunto.

Ana Carmen Foschini
Roberto Romano Taddei
Agosto de 2006

Conversa com o mundo

É com o apelo de conversar com o mundo que as tecnologias de comunicação pela internet reinventam todos os dias a atividade de fazer e receber notícias. Acessíveis a todos, as novas formas de trocar mensagens com texto, áudio e vídeo na rede transformam o jornalismo em uma conversa de um para um, um para muitos, muitos para muitos.

Você pode ser um produtor de informação, um criador dentro da rede. Esse é o poder dos blogs, flogs, vlogs e podcasts. Com um simples e-mail ou uma mensagem enviada por celular, é possível também responder a quem redigiu a notícia ou artigo, mostrar ao autor o seu ponto de vista. Você tem o poder de transformar a comunicação em um caminho de duas mãos.

A separação rígida entre os que fazem as notícias e os que recebem as informações desaparece no mundo virtual. Os profissionais da comunicação têm agora milhares de aliados na tarefa de apurar fatos, conhecer novidades, reunir e comentar informações. Qualquer um pode fazer notícia. O modelo tradicional, que distingue os emissores dos receptores da informação, deu lugar à comunicação feita por meio da colaboração.

É possível participar dessa revolução que está em pleno andamento e que ninguém sabe como

e se um dia termina. É um campo experimental sem padrões estabelecidos.

Antes de começar a produzir e divulgar informações, convém conhecer um pouco mais sobre esse universo mutante. Além de oferecer meios de expressão a quem não é profissional da comunicação, as novas ferramentas de publicação na rede permitem que você escolha as informações que recebe e determine como e quando quer recebê-las.

Se desejar, você consegue ignorar as principais notícias do dia, aquelas consideradas pelos meios de comunicação de massa como relevantes. Existem filtros que levam a você apenas o que você determina que é importante. Em certa escala, é possível até driblar a enxurrada de mensagens publicitárias. Você tem o poder de criar fluxos de informação individualizados, de se expor somente às fontes de informação que escolher.

Todas essas mudanças rompem com padrões que caracterizam os meios de comunicação de massa. O termo “jornalismo cidadão” foi adotado em todo o mundo e também no Brasil para nomear a produção de notícias nesse novo universo. Ele não exclui a produção dos jornalistas profissionais, acrescenta a ela a contribuição de cidadãos jornalistas, leigos que são testemunhas de fatos importantes, gente que está no lugar certo e na hora certa para cobrir um evento, especialistas que podem falar melhor sobre determinado assunto e ainda todas as vozes que simplesmente desejam se

manifestar. Você pode ser um destes colaboradores, eventuais ou regulares, no mundo das notícias.

O jornalismo cidadão é também assunto para muitas discussões. A ética do que é produzido sem regras e técnicas jornalísticas é a primeira questão que emerge. Quem garante a veracidade da notícia? Que cuidados toma o autor não profissional em relação ao que produz? É preciso cursar uma faculdade para exercer a função de jornalista? Quais são os limites da privacidade em um mundo onde todos são repórteres de plantão?

O mundo está repleto de pontos de vista distintos e os meios de comunicação tradicionais já não bastam para descrevê-lo, compreendê-lo e descobri-lo. Por isso, sua perspectiva é importante para desenhar um cenário mais completo.

Se você quiser participar dessa transformação na forma de produzir e divulgar notícias, precisa pensar sobre algumas coisas antes de mostrar como é o mundo a partir do seu ângulo de visão.

Tudo pode virar notícia

O jornalismo cidadão já entrou para nosso cotidiano, mesmo que a gente não saiba que ele leva esse nome. Ele fica bem visível quando há um fato de repercussão internacional, como foram os atentados a bomba no metrô e em um ônibus em Londres, em julho de 2005. Todos os veículos tradicionais – TV, rádio, jornais, revistas – mostraram o material produzido pelas testemunhas, pessoas que não são jornalistas e produziram notícia naquele momento.

De uma forma muito simplificada, pode-se dizer que você se transforma em um cidadão jornalista quando toma a iniciativa de divulgar uma informação. Tudo pode virar notícia: de reunião com amigos a enchente. Sempre haverá um público interessado no que você produzir, mesmo que seja um número reduzido de pessoas.

Assuntos que interessam apenas a públicos específicos, aliás, combinam muito com o jornalismo cidadão, já que a mídia de massa provavelmente não vai abordá-los. Assim como as testemunhas dos atentados em Londres, você também pode criar e divulgar uma notícia quando um fato que interessa a outras pessoas surge diante de seus olhos.

A internet é uma grande aliada na divulgação do material que você produzir ou captar. Com uma

câmera ou um celular na mão, publique suas imagens em blogs, flogs ou vlogs. Se quiser escrever, opinar, reclamar, o que for, coloque seu texto em um blog, um fórum, uma comunidade.

Quando surgir a oportunidade de gravar uma entrevista ou palestra, compartilhe o que foi dito com outras pessoas, distribuindo o áudio por meio de um podcast. Participe de um site wiki, que permite a qualquer pessoa editar o conteúdo. Há diversas formas de interagir. Você pode, inclusive, criar um destes espaços online de comunicação e administrá-lo.

Conversa em vez de palestra

O jornalismo cidadão é uma conversa entre quem faz a notícia e quem a recebe. Ele substitui o formato de palestra dos veículos de comunicação de massa, no qual uma pessoa fala e a audiência escuta. Essa metáfora da conversa que substitui a palestra é usada pelo jornalista norte-americano Dan Gillmor no livro "We the Media", lançado em 2004, uma análise sobre o fenômeno do jornalismo cidadão.

A imagem de Gillmor aponta para o potencial que existe no encontro das novas tecnologias com a comunicação: a participação da comunidade. Na conversa, somam-se os talentos, o melhor de cada colaborador. Gillmor defende a idéia de cada pessoa ser um produtor de notícias, dando espaço a vozes que estão caladas, criando novas formas de expressão e aprendizado.

Em 7 de julho de 2005, a força e o potencial do jornalismo cidadão tornaram-se muito claros. Instantes depois do atentado em Londres, imagens dos momentos terríveis começaram a aparecer em moblogs, blogs atualizados diretamente pelo celular. Testemunhas registraram a retirada dos sobreviventes com seus celulares e enviaram as imagens para a internet. Mesmo feitas por amadores, eram imagens carregadas de dramaticidade e traziam informações importantes até para as investigações sobre os autores dos atentados.

Se esse foi um marco para o jornalismo cidadão, existiram muitos outros momentos em que a cobertura jornalística de amadores ficou em evidência. As vítimas do tsunami no Oceano Índico em 2005 e os relatos sobre os atentados ao World Trade Center em 2001 também contribuíram para configurar o cenário do jornalismo interativo.

Quando o furacão Katrina devastou o sudoeste dos Estados Unidos em 2005, muitos dos leitores de jornais e espectadores de noticiários de TV já sabiam que podiam participar da cobertura da tragédia. A prática do jornalismo cidadão havia sido assimilada e os moradores da região colocaram informações em suas páginas pessoais. O mundo procurou notícias na web, já era sabido que relatos pessoais e informações mais recentes sobre a situação de emergência poderiam estar nos blogs.

Outra referência mundial e com um modelo de negócios bem-sucedido é o site de notícias OhmyNews, lançado em 2000 na Coreia do Sul. Uma equipe de jornalistas trabalha na avaliação, edição e publicação do material enviado por milhares de pessoas, que são pagas pelos textos e fotos publicados.

No Brasil, o Grupo Estado criou em 2005 a seção FotoRepórter para publicar fotos de cidadãos jornalistas. Imagens enviados por e-mail ou celular são selecionadas e publicadas na web. O colaborador é remunerado quando a imagem é impressa nos jornais do grupo, O Estado de S. Paulo e Jornal da Tarde, ou vendida pela Agência

Estado para outros veículos. Outros portais de conteúdo também adotaram a experiência e criaram espaço para notícias enviadas pelos leitores.

Esses são alguns dos exemplos que mostram como quem não é profissional da comunicação pode contribuir para contar melhor as histórias de nossa sociedade. Para ser um cidadão jornalista é preciso estar alerta e acostumar-se a pensar como um produtor de notícias e não apenas como um consumidor. Em vez de esperar o dia seguinte para saber o que aconteceu ou então correr para verificar na internet as últimas novidades, você pode dar a sua contribuição.

Por que não montar o próprio blog? Que tal gravar entrevistas e distribuir em um podcast? Tirar fotos, produzir vídeos? Contribuir para as matérias já publicadas pelos veículos tradicionais de mídia também é uma forma de fazer jornalismo cidadão. Não somente criticar ou elogiar o trabalho realizado, mas também apontar erros, mostrar novas versões para os fatos e acrescentar dados.

Você tem muitos meios para contar melhor a história que os jornais não cobriram como gostaria. Há também muitos temas pelos quais a mídia não mostra interesse. A festa de seus amigos, por exemplo, tem um público bem restrito, mas interessado nas notícias que você divulgar sobre o evento.

Um dos méritos do cidadão jornalista é trazer variedade ao mundo das notícias, sair do lugar

comum e revelar ângulos diferentes. Jornalismo cidadão está ligado à noção de comunidade. Por isso, ele pede participação, colaboração e, acima de tudo, respeito às opiniões alheias.

Outros nomes para a mesma coisa

Devido à nomenclatura, muita gente confunde jornalismo cidadão com jornalismo cívico ou o jornalismo feito pelos veículos de mídia com enfoque nos interesses do cidadão. Há também quem diga que o jornalismo cidadão tem a cidadania como temática. Ele envolve a questão de cidadania, na medida em que as pessoas assumem seu espaço na comunidade ao participar da produção de notícias e da comunicação, mas a prática ultrapassa os limites dos temas sociais ou cívicos e envolve qualquer campo do conhecimento humano.

Os recursos da web popularizaram o movimento do jornalismo cidadão, mas isso não significa que ele só exista no ambiente virtual. Um fanzine ou um vídeo caseiro também são bons exemplos. O que a internet faz é distribuir esse conteúdo para um universo muito mais amplo de leitores.

Os veículos de comunicação tradicionais também abrem espaço, na medida em que divulgam a produção de seu público. O jornalismo cidadão não é, portanto, um concorrente do jornalismo tradicional. Eles podem ser aliados em alguns pontos e podem estar em campos opostos em determinados temas e debates.

Esse fenômeno está em pleno desenvolvimento e, por isso, coexistem várias formas de nomeá-lo:

Jornalismo participativo – Ocorre, por exemplo, nas matérias publicadas por veículos de comunicação que incluem comentários dos leitores. Os comentários somam-se aos artigos, formando um conjunto novo. Dessa forma, leitores participam da notícia. Isso é mais freqüente em blogs.

Jornalismo colaborativo - É usado quando mais de uma pessoa contribuiu para o resultado final do que é publicado. Pode ser um texto escrito por duas ou mais pessoas ou ainda uma página que traga vídeos, sons e imagens de vários autores.

Jornalismo código aberto - Surgiu para definir um estilo de jornalismo feito em sites wiki, que permitem a qualquer internauta alterar o conteúdo de uma página. Também pertencem a esse grupo vídeos, fotos, sons e textos distribuídos na rede com licença para serem alterados e retrabalhados.

Jornalismo grassroots - Refere-se à participação na produção e publicação de conteúdo na web das camadas periféricas da população, aquelas que geralmente não participam das decisões da sociedade. Quando elas passam a divulgar as próprias notícias, causam um efeito poderoso no mundo da comunicação. Quem usa esse termo defende a idéia de que o jornalismo cidadão está

diretamente relacionado à inclusão dessas camadas no universo criado pelas novas tecnologias de comunicação.

Ferramentas do cidadão jornalista

A web é o campo ideal para o cidadão jornalista. Nela, algumas ferramentas criam novos espaços para a comunicação e permitem que a divulgação do que foi produzido seja simples, com baixo custo e ao alcance de todos.

Há ferramentas para quem quer trabalhar com texto, som, fotos, vídeos e até mesmo para quem não tem computador, mas tem um celular capaz de acessar a internet.

Blog – Abreviação de weblog, é uma página pessoal atualizada regularmente por uma pessoa ou um grupo. Desponta como o fenômeno mais popular desse novo universo, com milhões de exemplos espalhados pelo mundo.

Em um blog, é possível publicar qualquer tipo de conteúdo, de textos a vídeos. Com ferramentas próprias de interação, por meio de comentários adicionados por qualquer leitor a cada novo post, os blogs tornaram-se a ferramenta de comunicação por excelência de cidadãos digitais. São fáceis de atualizar e há na web uma variedade de ofertas de serviços gratuitos.

Flog – Flog, abreviação de fotoblog, é um blog feito com fotos. Seu número cresceu com a popularização das câmeras digitais e dos celulares com câmeras. Flogs atualizados por

celular são os chamados “moblogs” (de “mobile”, palavra que em inglês refere-se ao telefone celular).

Vlog – Abreviação de videoblog, o blog feito com vídeos. Um fenômeno que evolui rapidamente, já que a maioria das câmeras digitais e celulares também captura imagens em movimento.

Podcast – Podcast é uma forma de distribuir arquivos digitais pela internet. Vem da fusão de duas palavras: iPod, o tocador de arquivos digitais da Apple, e broadcast, que significa transmissão em inglês. O nome surgiu relacionado ao iPod, mas extrapolou a associação e passou a ser utilizado para definir um tipo de divulgação de arquivos de som, vídeo e imagens.

O podcast tem vários programas, ou episódios, como se fosse um seriado de arquivos. Eles ficam hospedados em um endereço na internet e, por download, chegam ao computador pessoal.

A divulgação do podcast é feita por um arquivo RSS, que traz informações relacionadas aos programas ou episódios. O público assina o podcast utilizando um agregador, um programa que interpreta o RSS e faz o download das novidades.

Wiki – Sites wiki permitem alterar, apagar, reescrever ou adicionar conteúdos sem a necessidade de muitos conhecimentos técnicos. O modelo mais conhecido é a Wikipedia, a

enciclopédia virtual que surgiu em 2001, escrita e atualizada pelos usuários.

O Wikinotícias é outro exemplo, no qual os leitores redigem e publicam notícias, que podem ser editadas, ampliadas e reescritas por qualquer outro leitor ou cidadão jornalista. Wikis são hoje muito utilizados para a criação interativa de documentos, inclusive dentro de empresas, reforçando a idéia de colaboração e troca de conhecimento.

Lista de e-mail – Trocar e-mails é uma das formas de participar da internet, bem explorada em listas que reúnem pessoas com interesses comuns. Nessas listas de debate, os integrantes de um grupo recebem ou têm acesso a todas as mensagens enviadas para um determinado endereço. É uma maneira de compartilhar informações.

Fórum – É um espaço na web para discussões e troca de idéias onde os internautas deixam comentários, perguntas, críticas ou opiniões sobre tópicos variados. Ao lado das listas de e-mail, está entre as formas mais antigas na web de agrupamento e prática de jornalismo cidadão.

Comunidade – Blogs, flogs, vlogs, podcasts, wikis, listas e fóruns exploram o potencial da rede para criar comunidades. Participar efetivamente delas é uma forma de praticar o jornalismo cidadão e você pode escolher entre atuar nas que já existem ou criar uma nova.

Nos demais títulos da coleção Conquiste a Rede você encontra também informações mais detalhadas sobre blogs, flogs, vlogs e podcasts.

Seu estilo de participar

Quem são os cidadãos jornalistas? Seu perfil é variado. Entre os mais comuns estão:

Publicador - Tem páginas pessoais (blog, flog, vlog) ou produz podcasts com notícias, independentemente do assunto abordado.

Observador – No universo do jornalismo cidadão, quem tem um gravador, uma câmera ou um celular está pronto para registrar eventos imprevisíveis. Muitas vezes, esse observador torna-se fonte de notícia por acaso.

Militante – É o cidadão jornalista que defende uma causa ou dedica-se a um assunto com paixão. Nesse tipo encaixam-se os torcedores de times de futebol, defensores de partidos políticos ou de causas como ambientalismo e a defesa de minorias. O militante pode dedicar-se também aos fatos referentes a sua comunidade, seja ela um prédio, um bairro ou uma associação.

Comentarista – É o cidadão jornalista que se manifesta nas páginas já existentes da web. Ele exercita seu papel por meio de comentários em blogs, flogs, vlogs, fóruns, comunidades ou em portais da grande mídia.

Editor - Seleciona notícias e participa de comunidades ou sites colaborativos nos quais é

possível sugerir links da grande imprensa ou de páginas pessoais.

Esses tipos são apenas uma maneira de explicar diferentes formas de participação e não são categorias fixas, combinam-se. Um cidadão jornalista pode ser ao mesmo tempo editor e publicador, por exemplo. Procure identificar em qual desses grupos você se encaixa e com qual ferramenta se sente mais confortável.

O que é notícia

Notícia é, basicamente, o relato ou registro de um fato importante para uma pessoa ou um grupo e com algum elemento de novidade. Para fazer notícia, é preciso contar com informações confiáveis, sendo presenciando um fato, entrevistando quem presenciou ou reunindo informações a partir de boas fontes.

Existem interesses diferentes em relação a um tema, de acordo com a pessoa ou grupo que recebe a notícia. Você pode querer saber mais detalhes sobre isso ou aquilo, enquanto o seu vizinho se interessa mais pela repercussão. Em outras palavras, é difícil satisfazer a todos os leitores.

Com a web, esse trabalho fica mais fácil. No ambiente colaborativo da internet, outras pessoas acrescentam dados à notícia, o público troca opiniões e o material ganha consistência.

Aprender como os jornalistas profissionais lidam com as notícias pode ajudar na comunicação. A frase “caminhão tomba na estrada” ao lado da foto do acidente, por exemplo, não chega a ser uma notícia. Resta um caminho a percorrer, onde as técnicas jornalísticas são bem-vindas e podem ajudar.

O que, quando, onde, por que, quem, como
– A estrutura básica de uma notícia responde a

essas perguntas. A notícia traz essas informações? Sempre que produzir novo conteúdo noticioso para a web, procure respondê-las, assim você aumenta as chances de comunicar-se com mais eficiência.

Isso vale tanto para conteúdos em texto como para fotos, vídeos ou áudios. Uma imagem ou som podem ser interessantes por si só, mas nem sempre todas as informações estão presentes. Uma legenda para a foto ou uma narração adicional no áudio ou no vídeo que responda às seis perguntas básicas do jornalismo transformam esse material em uma notícia completa.

Para quem - O que você vai divulgar é interessante? Para quem? Saber com quem pretende falar ajuda a preparar melhor a notícia. Você pode avaliar quais elementos devem entrar ou não.

Validade - A informação tem data certa para ser publicada? O fator temporal é parte integrante de uma notícia.

Fazer do jeito certo

Vimos algumas regras básicas sobre a construção de uma notícia. Agora é o momento de pensar melhor sobre o que pretende divulgar, sobre o que vai tornar público. Antes de colocar na internet uma notícia, avalie seu trabalho e reflita se fez o melhor que pôde. É preciso ser responsável ao lidar com assuntos que interferem na vida de outras pessoas. A seguir, você encontra alguns conselhos para fazer jornalismo cidadão do jeito certo:

Entrevistar – Entrevistar é como conversar, com alguns cuidados. É importante preparar-se para uma entrevista, conhecer detalhes sobre o assunto que vai abordar, pesquisar a biografia do entrevistado. Dessa forma, você evita perguntas óbvias e estabelece uma conversa mais produtiva. Não desperdice seu tempo e o do entrevistado, mostre que se preparou para aquele momento.

Elabore uma pauta, uma lista de perguntas, e fique atento aos desvios de tema decorrentes da conversa. Não tenha receio de sair de seu roteiro de perguntas, mas procure terminar a entrevista com as perguntas essenciais respondidas.

Não tenha vergonha de dizer “não entendi” e pedir ao entrevistado que explique novamente uma resposta. Também não se sinta acuado

quando sua questão não for respondida satisfatoriamente. Refaça a pergunta de outra forma, se necessário. Com gentileza, não desista de seu objetivo.

Grave sempre a conversa para que você possa conferir o que foi dito e possa provar o que divulgou, caso seja contestado publicamente. Ao solicitar uma entrevista, avise antes o que pretende fazer com a conversa (publicar no blog, vlog, podcast ou oferecer para veículos de mídia ou portais colaborativos). Você pode fazer uma entrevista por e-mail, telefone, por comunicador, videoconferência e, de preferência, quando possível, pessoalmente.

O contato pessoal com o entrevistado é valioso. Dá chance de captar elementos que a comunicação virtual não permite. Em alguns casos, o ambiente onde se dá a conversa, os trejeitos do entrevistado, ou ainda certos detalhes, como um porta-retrato, acrescentam informações que não são ditas. Sem falar que em um encontro pessoal é possível fotografar e filmar sua fonte. Em qualquer dos casos, guarde a gravação da conversa.

Você pode usar o material de várias maneiras: reproduzir apenas um trecho, transcrever tudo ou oferecer as mesmas informações sem ser na tradicional forma de pergunta e resposta. Você pode optar, por exemplo, por contar a história da entrevista - os passos para conseguí-la e como foi a conversa - e nessa história relatar o que o entrevistado contou. O importante é manter-se fiel ao que foi registrado e procurar não distorcer

o que foi dito em determinado contexto ao isolar e alterar seu significado.

Ouvir os dois lados – Esse é um ponto fundamental. Qualquer questão a ser abordada tem pelo menos dois lados. Mesmo que você seja partidário de um deles, tente dar voz ao outro. Seu material será mais confiável e mais interessante se você der oportunidade ao público de tirar conclusões próprias. Se um dos seus entrevistados acusar um terceiro, é seu dever ouvir a pessoa citada, para que ela tenha a oportunidade de se defender. Se você não fizer isso, ela pode pedir na Justiça o direito de se pronunciar.

Checar tudo, mais de uma vez - Confirme todos os dados que você divulgar. Veja se o que você publica é verdade. Verifique datas, locais, horários. Confirme nomes e, quando for escrevê-los, seja em um texto ou uma legenda de vídeo ou foto, certifique-se sobre a grafia correta.

Dar nome aos bois – Uma coisa é conversar com seu amigo sem compromisso, outra é usar a internet para divulgar notícias. O impacto de suas ações é bem diferente. Pense nisso quando for usar termos como “ladrão”, “corrupto”, “sem vergonha” e outros com o mesmo peso.

Lembre que todo mundo é considerado inocente até que se prove o contrário. Ladrão, portanto, é aquele que foi julgado e condenado ou preso em flagrante. Chamar inadvertidamente alguém de ladrão pode render um processo por calúnia e

danos morais. O mesmo vale para qualquer termo pejorativo ou julgamento sem provas.

Cuidado com dados oficiais – Dados oficiais são, como o nome já diz, oficiais. Isso não significa que são necessariamente expressão da realidade. Procure sempre comparar os dados fornecidos por órgãos ou empresas com dados obtidos em outras fontes. Se não for possível obter outros dados, tente ao menos entrevistar pessoas que possam dar um panorama mais completo sobre o assunto debatido.

Sem resposta – O que fazer quando um pedido de entrevista ou solicitação de comunicado é negado? Você já deve ter visto como a grande imprensa trabalha com isso. Inclua no trabalho a ser publicado a referência: “fulano (que pode ser uma pessoa, entidade ou empresa) não quis dar declarações”. É um direito seu proceder desta forma.

Esse recurso só é válido quando você recebeu um não oficial de seu interlocutor. Não o use como muleta, ele não vale para situações em que o interlocutor não foi encontrado ou quando o telefone dele só dá ocupado, por exemplo.

Credibilidade – Seguir essas orientações e agir de maneira transparente, ou seja, contando a seu leitor, ouvinte ou espectador como a notícia foi produzida, sem enganá-lo, é a maneira mais simples de ganhar credibilidade com o que faz.

Essas práticas jornalísticas, incorporadas ao trabalho com notícias, contribuem para um trabalho responsável e bem feito. Elas trazem dicas para facilitar a comunicação e não devem ser tomadas como imposições, nem aprisionar seu trabalho em formatos preestabelecidos.

Não caia nessa

Mesmo que você queira deixar de lado certos cuidados, tenha em mente alguns limites. Há práticas pouco ou nada recomendáveis no universo do jornalismo cidadão. Algumas dizem respeito a você, a sua segurança física ou jurídica; outras estão ligadas à ética e ao respeito mútuo entre cidadãos, estejam eles produzindo notícias ou sendo noticiados. Lembre-se de que a qualquer momento você pode estar em um dos pratos dessa balança.

Não se arrisque – Às vezes, para obter a melhor foto ou gravação é preciso enfrentar um grande risco. Não pule dentro de uma casa em chamas apenas para registrar o incêndio, por exemplo. Nesse caso, é melhor ficar sem a imagem.

Peça autorização - Divulgar imagens, fotos ou vídeos de pessoas sem que seja autorizada a sua reprodução e divulgação pode resultar em processos na Justiça. Peça, portanto, uma autorização por escrito.

Não minta – Errar é humano. Mentir também. Mas a mentira pode ser o caminho mais curto entre você e o tribunal.

Atenção às leis

Valem para a internet e para o universo do jornalismo cidadão as mesmas restrições legais que se aplicam a outros veículos de comunicação. Como cidadão jornalista, você tem de movimentar-se entre a liberdade de expressão e os limites impostos por lei. O bom senso pode ajudá-lo a mapear o que é proibido.

Conteúdo racista ou que expresse preconceito religioso é considerado crime. Espalhar boatos, se passar por outra pessoa, divulgar dados confidenciais de pessoa ou empresa, usar logomarca alheia, fazer apologia ao crime, dar dicas sobre como piratear serviços, transmitir informações sobre atividades ilegais também são. Tudo isso você, como cidadão, já sabe que são ações sujeitas a punição. No ciberespaço, nada muda, também são atividades ilegais.

Quando se trabalha com imagens e materiais produzidos por outras pessoas, é preciso prestar atenção nos direitos autorais e de reprodução. A internet pode dar, às vezes, a falsa impressão de que tudo pode ser copiado livremente. Mas não é bem assim. Veja abaixo como proceder para evitar problemas.

Direito de imagem – Quem tem direito sobre sua imagem? A resposta é simples: você mesmo. Pense nisso quando quiser utilizar a imagem de outra pessoa. Você não pode sair fotografando ou filmando desconhecidos e publicar essas

imagens em seu blog, flog ou vlog. Para ter esse direito, é preciso que elas autorizem a reprodução. O mesmo vale para imagens que você encontra na web. Elas podem ter licenças de uso, mas se essa autorização não se estende a você, nada feito, você não pode usá-las.

Também é necessária autorização para divulgar imagens de locais privados. Procure o dono do local ou responsável e peça a autorização. Fotos ou gravações onde as pessoas não podem ser reconhecidas ou de personalidades em locais públicos podem ser utilizadas livremente.

Direito de reprodução – A facilidade com que encontramos material disponível na web dá a sensação de que nada é de ninguém. Não é bem assim. A legislação brasileira não permite a cópia, nem a distribuição livre de material protegido pelo direito autoral, o chamado copyright. Você pode e deve fazer referência a material protegido por copyright. Mas faça isso quando a citação for pertinente, quando se referir a determinada obra para fins de estudo, crítica ou polêmica, por exemplo, sempre indicando o nome do autor e a origem da obra.

Até para as citações há limites. Digamos que você queira comentar uma música e reproduza um trecho para ilustrar suas observações. A reprodução entra como um elemento complementar, esclarecedor. Você não tem direito de tocar músicas sem autorização, lembre-se.

Se for comentar uma matéria de jornal, tome os mesmos cuidados, cite um trecho da matéria, diga onde ela foi originalmente publicada e, de preferência, forneça também o link para o original.

Direito Autoral – Ele existe fora e dentro da web e deve ser respeitado de acordo com a legislação vigente no país. Mesmo que você pense diferente, não pode ignorar estas regras. A lei diz que você só pode usar material com autorização de quem possui os direitos autorais. Isso vale para qualquer formato de mídia: som, foto, imagem, vídeo e texto. Nunca esqueça de dar crédito para quem produziu o material que você está utilizando.

Como alternativa, é possível recorrer a material de domínio público, ou seja, que não é protegido por direitos autorais. Outra opção são licenças alternativas como as da organização Creative Commons, uma iniciativa que surgiu em 2001 para criar um meio termo entre "todos os direitos reservados" e o plágio puro e simples. Você tanto pode utilizar o material publicado sob as licenças Creative Commons como pode licenciar sua produção por estas regras.

A Creative Commons propõe o seguinte: em vez de dizer que o conteúdo publicado é seu, e de mais ninguém, há outra opção, mais no espírito da internet. A proposta é dizer que o seu trabalho pode ser copiado ou distribuído à vontade, desde que... aí você define o que quer em troca.

Mostrar o selo Creative Commons na página significa que você estabeleceu os termos de uso de sua obra de forma que apenas alguns direitos ficam reservados. As licenças podem ser combinadas entre si:

Atribuição: você permite que outros copiem, distribuam, exibam e interpretem sua obra e trabalhos derivados dela com a condição de que eles creditem a você a autoria.

Uso não comercial: você permite que outros copiem, distribuam, exibam e interpretem sua obra e trabalhos derivados dela apenas para fins não comerciais.

Não a obras derivadas: você permite que outros copiem, distribuam, exibam e interpretem apenas cópias idênticas à obra, mas não permite trabalhos derivados dela.

Compartilhamento pela mesma licença: você autoriza a distribuição de trabalhos derivados da obra com a condição de que eles tenham uma licença idêntica à que governa o seu trabalho.

Como começar

Uma boa notícia começa com uma boa história. E nem sempre é fácil encontrar o tema. Sobre o que falar? O que rende uma boa história? As notícias estão à sua volta, a todo momento, percebê-las é uma questão de costume. Você pode começar a olhar o mundo ao seu redor com olhos de jornalista. Perceberá que em qualquer situação há uma história a ser contada.

Para saber se sua história vale uma notícia, pergunte: a quem ela interessa? O público tem o direito de saber? O que você vai dizer informa, educa, orienta ou entretém?

Você pode explorar:

Sua história - Falar sobre suas vivências pode ser o caminho mais fácil. Elas podem ser úteis para outras pessoas. Imagine quantos ignoram a maneira como você vive em sua cidade ou região. Conte sua história por meio de texto, áudio, vídeo ou fotos e divulgue em sua página pessoal ou outros sites. Há momentos em que a grande imprensa também abre espaço para relatos pessoais e testemunhos de fatos marcantes.

Seu cotidiano – O que incomoda em seu bairro, rua, vila ou prédio? Faça uma lista, pense o que poderia ser diferente, o que pode melhorar. Vá atrás das pessoas responsáveis por fazer isso

acontecer. Desta forma, você garante uma história que pode interessar a muitos de seus vizinhos e colegas.

A história de alguém – Se você acha ridículo falar sobre si, comece com um personagem interessante. Não é preciso ser uma celebridade, talvez caiba a você tornar essa pessoa mais conhecida. Procure histórias reveladoras e criativas. Trajetórias de vida, descobertas, relatos, tudo pode render uma notícia.

Uma história diferente - Fale sobre coisas que você não costuma encontrar nos veículos de comunicação. Aprofunde seu conhecimento sobre um determinado assunto e ofereça sempre novidades sobre ele.

Mantenha contato com fontes interessantes, comunique-se regularmente com pessoas que sempre têm novidades, vá a lugares onde circulam as novas informações. Participe de eventos públicos (aula, palestra, conferência, comício, festa, show, debate) pensando no que pode publicar depois. Se necessitar de mais informações, tente um contato com a organização do evento ou com o personagem de sua reportagem.

Seja um repórter de seu cotidiano. As coisas das quais você gosta e costuma fazer podem ser um ponto de partida para começar a olhar o mundo em busca de fatos que interessem a outras pessoas.

Seu ponto de vista - Revele sua opinião, comente, critique, faça sugestões, mostre idéias e ideais. Quantas vezes você não procurou uma crítica ou comentário no dia seguinte a um espetáculo ou exposição? Da próxima vez, não espere até o dia seguinte, faça você mesmo a crítica. Um lembrete: é bom ter o cuidado de ser construtivo nessa atividade, já que demolir o trabalho alheio com críticas impertinentes é fácil.

O desconhecido – Você pode arriscar um mergulho em um tema desconhecido. Quem sabe seu olhar de novato ofereça ângulos que interessem a outras pessoas? Pesquisar o que você não conhece pode ser mais instigante do que abordar temas que você domina.

Informe-se, acompanhe as notícias de seu bairro, de sua cidade, de outros países. Tenha olhos abertos para boas histórias e as boas imagens. Esteja sempre pronto. Muitas vezes as melhores fotos, os flagrantes e os fatos importantes surgem inesperadamente. Seja um repórter em tempo integral e divirta-se ao fazer notícias. Seu público vai perceber o entusiasmo em sua produção.

Uma especialidade – Outra forma prazerosa de começar a sua produção é eleger um assunto de seu interesse e tornar-se um especialista nele. Comece com referências a conteúdos encontrados na própria web sobre esse assunto e aos poucos acrescente suas contribuições. Você pode até tornar-se uma referência na internet.

Essas são apenas algumas sugestões. Descubra seu caminho. E publique.

Glossário

Agregador - Leitor de arquivos RSS. Pode ser instalado no computador ou ser baseado na web.

Blog – Site atualizado regularmente com estrutura cronológica. O nome vem da contração de duas palavras em inglês, web (world wide web) e log, que significa registro.

E-mail – É o correio eletrônico, um modo de trocar correspondência entre equipamentos conectados à internet. É um dos recursos mais utilizados por todos os internautas ao redor do mundo.

Download - Transferir dados ou programas de um servidor para um computador. Em português diz-se "baixar" da internet, ou seja, buscar algo que está online, no ar, e trazer para o computador pessoal. O oposto de upload.

Flog – Contração de fotoblog ou fotolog. Um blog que traz fotos nos posts.

Fonte – Um pessoa que dá informação. Um jargão jornalístico utilizado para nomear contatos que indicam ou “passam” sugestões de histórias ou ainda especialistas a quem o jornalista recorre para apurar uma história

Grassroots – Termo em inglês que se refere a movimentos populares. Designa um grupo

periférico, em contraponto às pessoas que ocupam o centro de uma sociedade e da atividade política.

Internet – Rede mundial formada a partir da interconexão de computadores por meio de um protocolo de comunicação chamado de IP (Internet Protocol). A world wide web é uma parte da internet.

iPod – Tocador de arquivos digitais de áudio e vídeo da Apple.

Online - Diz-se de algo que está disponível na internet ou de alguém que está conectado à rede mundial de computadores.

Podcast – É um meio de distribuir arquivos digitais pela internet. Os arquivos ficam hospedados em um endereço na internet e, por download, chegam ao computador pessoal ou tocador. A divulgação do podcast é feita pelo RSS.

Post - Cada um dos textos inseridos em um blog.

RSS - Sigla para "really simple syndication" (divulgação muito simples) ou "rich site summary" (sumário rico de site). Formato de arquivo com padrão mundial que funciona com linguagem XML. Usado para distribuir informações na internet.

Software livre - Programas que atendem a quatro premissas: liberdade de uso, liberdade de

estudo do código e funcionamento do programa e de adaptação, liberdade de distribuição de cópias e liberdade para alteração e distribuição de novas cópias.

Software proprietário – São os softwares protegidos por leis de copyright.

Upload - Transferir um arquivo para um servidor na internet. Costuma-se dizer jogar na rede, colocar no ar ou subir um arquivo. O contrário de download.

URL – Sigla para Universal Resource Locator. É o endereço ou domínio de um site na internet.

Vlog - Abreviação de videoblog ou videolog. Um blog feito com vídeos.

Wiki – Tipo de site criado especialmente para a escrita colaborativa e que permite aos usuários facilmente adicionar ou editar conteúdos.

www- Sigla para world wide web, que significa grande teia mundial. É um espaço virtual onde é possível visualizar e adicionar conteúdos por meio de equipamentos conectados à internet. É a interface gráfica da internet. Também chamada de web.

XML - Sigla para eXtensible Markup Language. Linguagem padronizada para facilitar o compartilhamento de informações na internet. O RSS segue os padrões do formato XML.

Agradecimentos

A Renato Targa, nosso interlocutor durante a elaboração dos livros dessa coleção. Além das preciosas dicas técnicas, ele nos ajudou a refletir sobre a melhor forma de transmitir aos leitores conceitos sobre ferramentas de comunicação e interação sem o uso de jargões e palavras impenetráveis.

Os autores

Ana Carmen Foschini é jornalista e coordenadora de projetos para internet. Trabalhou em veículos, empresas e instituições como UOL, MTV, Folha de S.Paulo, Jornal da Tarde, TV Bandeirantes, Ibope, Hospital do Câncer e Centro Cultural São Paulo. Seu endereço na rede é <http://www.anacarmen.com>.

Roberto Romano Taddei é jornalista e poeta. Trabalhou na criação do portal Estadão.com.br, onde foi editor-chefe e editor de Cultura, e na reformulação do site da Agência Brasil. É também professor de jornalismo online e consultor para projetos de comunicação. Mantém os blogs <http://networkjornalismo.blogspot.com> e <http://rrtaddei.blogspot.com>.

Licença

Este trabalho está licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição-Uso Não-Comercial-Compartilhamento pela mesma Licença 2.5 Brasil. Para ver uma cópia desta licença, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/br/>

ou envie uma carta para Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, California 94305, USA. Qualquer uma destas condições pode ser renunciada, desde que você obtenha permissão dos autores.