

SER JORNALISTA ROTURAS E CONTINUIDADES



Jovens estudantes de jornalismo entrevistam o Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa, e o Presidente da Assembleia da República, Eduardo Ferro Rodrigues, em plena redacção do 4.º Congresso dos Jornalistas Portugueses (12-15 janeiro de 2017).

// FICHA TÉCNICA //

Revista *Estudos de Jornalismo*

Número 7 (dez. 2017)

ISSN: 2182-7044

Site: www.revistaej.sopcom.pt

Contacto: revistaestudosjornalismo@gmail.com

// EDITOR //

Pedro Jerónimo (ISMT, CECS e CEI20)

// ORGANIZAÇÃO //

GT Jornalismo e Sociedade da SOPCOM

// NOTA EDITORIAL // Textos, imagens e referências
são da responsabilidade dos autores.

Foto de capa: Ricardo Dias/CENJOR

Índice

Introdução

Manuel Pinto

4

Dossier temático

O Jornalismo na era dos dados digitais: mutações das práticas e da identidade jornalística

7

Patrícia Lima & Rita Paulino

Profissionalização e precarização do trabalho jornalístico no Brasil e em Portugal

21

Juliana Bulhões & David Renault

A relação do jornalista com as fontes e com a informação na era digital

36

Rafael Kondratsch & Maria Cristina Gobbi

O gatekeeper na era dos novos media: novas práticas para um conceito antigo

52

Gil Baptista Ferreira

A formação de editorias de mídia social em redações jornalísticas: abordagens e perspectivas

65

Ivan Satuf & Robson Roque

Ciberjornalismo académico: A construção de notícias online por jovens jornalistas

81

Pedro Jerónimo

Tema livre

Lava jato e espetáculo político: o discurso dos editoriais da *Gazeta do Povo* sobre os vazamentos da operação

93

Ester Athanásio

Jornalismo como antifilosofia e a propagação do discurso fascista na *Sociedade* *Excitada*: uma análise crítica de charges em *A Gazeta*

113

Emerson Campos Gonçalves & Robson Loureiro

Introdução

Manuel Pinto

Centro de Estudos de Comunicação e
Sociedade (CECS) / Universidade do Minho
mpinto@ics.uminho.pt

*"Foi o melhor dos tempos, foi o pior dos tempos, / foi a idade da sabedoria,
foi a idade do disparate, / foi a época da fé, foi a época da incredulidade, /
foi a estação da luz, foi a estação das trevas, /foi a primavera da esperança,
foi o inverno do desespero / tínhamos tudo diante de nós, tínhamos nada diante de nós".*
Charles Dickens, "Um Conto de Duas Cidades", Livro Primeiro, 1859

Tempos paradoxais são aqueles que vivemos. Tal como a revolução que, a partir da França fez desmoronar o Antigo Regime, na transição do século XVIII para o XIX, retratada em 'Um Conto de Duas Cidades', conhecemos em cada dia os extremos da perversão e os cumes da solidariedade. Se as fronteiras do conhecimento não param de se afastar, os fundos do que julgávamos impossível e intolerável não cessam de nos surpreender. O próprio planeta dá cada vez mais sinais de maus tratos e, apesar da consciência do problema, não falta quem o queira negar. Apesar dos progressos em muitas sociedades, o fosso entre muito ricos e miseráveis não para de crescer. A vida e a sociedade fazem-se e refazem-se no jogo com o estranhamento, a ofuscação, a surpresa, a assimetria e o escândalo. Os que anunciaram o paraíso e o advento das democracias participativas com a expansão da internet e das tecnologias digitais, viram surgir os populismos e preocupantes sinais de um proto-fascismo.

Voltando à epígrafe desta nota introdutória, vivemos tempos estranhos e desafiantes, em que se soltam os monstros e os fantasmas e em que emergem reais possibilidades e instrumentos para fazer um mundo melhor. Acreditou-se, talvez de forma excessiva – caindo em ciladas que já deviam ter sido assimiladas e prevenidas – que a simples potencialidade tecnológica assegura, de per si, a promessa que contem, esquecendo a ação humana, a desigualdade de recursos, a diversidade de contextos e a força do jogo de interesses.

Os media e as novas redes digitais – e consequentemente os jornalistas – são, a um tempo, atores e veículos das transformações e das inovações e também laboratório e terreno batido pelas dinâmicas contraditórias que atravessam a sociedade. Desde o início do século que o campo jornalístico se vê submetido a mudanças "tomando sempre novas qualidades", como nota o célebre soneto de Camões. São mudanças nos modos de produzir e distribuir informação; nas empresas que outrora eram jornalísticas e que hoje são mediáticas ou mesmo

extramediativas; nas tecnologias e sua massificação; nas atitudes e comportamentos dos públicos face à informação de actualidade; nos recursos económicos despendidos para procurar, verificar e tratar a informação. A velocidade, a precariedade, a descartabilidade e, talvez, acima de tudo, a sensação de que se sabe para onde ir, mas não se sabe como avançar marcam os tempos que vivemos. As redes sociais, e em particular os blogs, o Facebook e o YouTube, criaram a ilusão de que todos podem ser jornalistas e lançaram a desmotivação e o desnorte nas redacções. Mas as próprias instituições jornalísticas se vêem como objeto de desconfiança e de suspeita por parte dos cidadãos.

Tudo isto acontece ao mesmo tempo que se assiste a movimentos e experiências que prenunciam que o jornalismo não só está vivo como é cada vez mais crucial para as democracias. Movimentos como o *slow journalism*, o hiperlocal ou o big data (convocando o trabalho de equipas numerosas e coordenadas para fazer face ao desbravar de grandes quantidades de dados, como aconteceu, a título de exemplo, com os Panama Papers) revelam que é com profissionais criteriosos, exigentes na investigação e sensíveis ao bem comum que o jornalismo pode sair dos impasses em que se encontra.

Ou seja, que podem ter mudado (ou estar a mudar) os contextos e lógicas de trabalho, assim como as ferramentas e processos, mas não muda o que é básico: informação de interesse público, obtida por processos rigorosos e escrutináveis, verificada e contrastada, que resulta de uma escuta atenta da sociedade e de uma compreensão aprofundada dos fenómenos e situações. Como sustenta Joaquim Fidalgo na sua tese de doutoramento¹, é no terreno ético-deontológico que reside o âmago da identidade do jornalista e que se salva ou compromete o jornalismo do presente e do futuro.

Estamos, deste modo, no cerne da temática deste número da revista *Estudos de Jornalismo*, centrada nas continuidades e ruturas que marcam o “ser jornalista hoje”. Temática tão vasta que, evidentemente seria estulto tratar numa única edição. Ainda assim, na colecção de contributos que foi possível reunir abordam-se aspetos da maior relevância: como a era dos dados digitais tem vindo a configurar as mutações das práticas e da identidade jornalística; a relação entre profissionalização e precarização do trabalho jornalístico no Brasil e em Portugal; a velha-nova questão da relação do jornalista com as fontes e com a informação na era digital; que novas práticas para o velho conceito de gatekeeper na era dos novos media; os modos como as redacções se organizam para lidar com os media sociais, nomeadamente através da constituição de editorias específicas para tal fim; e a análise de alguns projectos de ciberjornalismo no âmbito académico em contexto português.

Pelo meu lado, gostaria de sublinhar dois desafios que gostaria de ver cada vez mais associados ao desafio de “ser jornalista hoje”. O primeiro consiste em prestar mais atenção

¹ Cf um dos livros que resultou dessa tese: O lugar da ética e da autorregulação na identidade profissional dos jornalistas (Fundação C. Gulbenkian e Fundação para a Ciência e Tecnologia, 2009).

aos públicos, aos grupos, às pessoas. Estes não podem ser tomados apenas como fontes. Pôr-se à escuta é envolvê-los, como produtores de conteúdos, como consultores, como interlocutores e participantes em algumas decisões editoriais. Pôr-se à escuta é também ajudar a contribuir para um maior conhecimento do jornalismo e do seu papel². Nada disto diminui o lugar e a função editorial do jornalista. E, pelo contrário, cria pontes, contactos, acesso a realidades, a sensibilidades e visões que, de outra forma, dificilmente ou nunca chegariam às redacções. Atenção especial merecem igualmente, em termos de escuta e de cobertura, aqueles grupos e segmentos que são sobretudo habitantes e atores do seu “lado nocturno” da sociedade – os invisíveis, os que não têm em voz, e que no entanto, têm histórias para contar; escutando-os nos seus contextos de vida e nas suas vozes, gestos e sentires, e não apenas a partir de quem os lidera ou enquadra. Escutar e dar voz, portanto.

O segundo desafio consiste em algo para que recentemente o professor Jay Rosen, da Universidade de Nova Iorque, chamava a atenção³: tornar cada vez mais transparentes os processos e opções jornalísticos, como via para (re)conquistar a confiança dos cidadãos no jornalismo. Trata-se de passar ao utilizador da informação que é produzida, com as ferramentas tecnológicas disponíveis, sinais e mensagens acerca dos passos dados em cada trabalho, das formas de atuação, da consistência do que foi apurado, daquilo que está em jogo, dos desafios éticos envolvidos, etc. De certo modo, temos aqui uma outra forma de dialogar com quem gosta e precisa do jornalismo e exige um trabalho de qualidade.

Ambos os desafios constituem, se quisermos, dimensões de uma ética renovada do jornalismo como serviço público. Um jornalismo que ajude a (sobre)viver e a dar sentido a estes que são os tempos do melhor e do pior, os tempos paradoxais de que falava Dickens.

² Deste ponto de vista, o projeto de literacia mediática que o Sindicato de Jornalistas, no seguimento do 4º Congresso e em parceria com a Direção Geral de Educação, se prepara para levar a cabo em todo o país é uma iniciativa de grande potencial e de inegável significado.

³ Rosen, J.(31.12.2017) “Show your work: The new terms for trust in journalism”. PressThink
[<http://pressthink.org/2017/12/show-work-new-terms-trust-journalism/#p0>]

O Jornalismo na era dos dados digitais: mutações das práticas e da identidade jornalística

Patrícia Lima

Universidade Federal de Santa

Catarina/PosJor

patricialimajornalista@gmail.com

Rita Paulino

Universidade Federal de Santa

Catarina/PosJor

rcpauli@gmail.com

Resumo

A emergência do uso de dados para a construção de narrativas jornalísticas tem imposto desafios e provocado verdadeiras transformações no campo do jornalismo enquanto profissão. Novas habilidades são exigidas para lidar com a quantidade, sempre crescente, de dados digitais e o jornalista se depara com ambiências inovadoras que proporcionam o fomento das narrativas jornalísticas. Isto certamente permite mudanças na construção da identidade profissional, fazendo surgir um perfil diferenciado. O trabalho ora apresentado, está alicerçado em uma abordagem qualitativa exploratória sobre o tema em questão e tem como objetivo apresentar reflexões sobre essas especificidades enfrentadas pelo jornalista contemporâneo. Esse contexto reflete mudanças estruturais, com características somadas a essência da busca pela verdade, da boa apuração e do cruzamento de dados.

Palavras-chave: Jornalismo como profissão; Dados digitais; Perfil Profissional; Novas habilidades.

Resumen

La emergencia del uso de datos para la construcción de narrativas periodísticas ha impuesto desafíos y provocado verdaderas transformaciones en el campo del periodismo como profesión. Nuevas habilidades son requeridas para lidiar con la cantidad, siempre creciente, de datos digitales y el periodista se enfrenta a ambientes innovadores que proporcionan el fomento de las narrativas periodísticas. Esto ciertamente permite cambios en la construcción de la identidad profesional, haciendo surgir un perfil diferenciado. El trabajo presentado, está basado en un enfoque cualitativo exploratorio sobre lo que tiene en cuestión y tiene como objetivo presentar reflexiones sobre esas especificidades enfrentadas por el periodista contemporáneo. Este contexto refleja cambios estructurales, con características sumadas a la esencia de la búsqueda de la verdad, del buen recuento y del cruce de datos.

Palabras clave: Periodismo como profesión; Datos digitales; Perfil profesional; Nuevas habilidades.

Abstract

The emergence of the use of data for the creation of journalistic narratives have been imposed challenges and provoked real transformations in the journalism field as a profession. Novel skills are required to deal with the ever-increasing amount of digital data, as well as the journalist is faced with innovative ambiances that promote journalistic narratives. This certainly

allows changes in the construction of the professional identity, giving rise to a differentiated profile. The work presented here is based on an exploratory qualitative approach on the subject and aims to present a reflection on these specificities faced by the contemporary journalist. This context reflects structural changes, with characteristics added to the essence of the search for truth, good calculation and data crossing.

Keywords: Journalism as a profession; Digital Data; Professional profile; New skills.

Introdução

Nas últimas décadas, a sociedade moderna absorveu as mídias digitais na grande maioria dos seus segmentos ligados a comunicação e disponibilidade de informação. Neste contexto, encontra-se o jornalismo que cada vez mais lida com a Web de Dados, ou seja novas possibilidades no tratamento das informações.

O cenário proporcionado pelos dados digitais apresenta ao campo do jornalismo uma faceta reconfigurada no que diz respeito as práticas mais elementares do jornalismo, como a coleta, a pesquisa e a manipulação dos dados. O jornalista sempre manuseou as informações de maneira mais analógica. Coletando dados de forma mais palpável, como documentos impressos, anotações, gravações em rádios e etc, mas se vê agora diante de dados binários, com linguagem própria e dentro do universo mediado, processado e armazenado por máquinas computacionais.

Segundo pesquisa realizada pelo Google News Lab e PolicyViz,¹ para muitos jornalistas, os dados são agora um modo de vida, 42% dos jornalistas entrevistados disseram que usam dados regularmente para contar histórias. E 51% das organizações de notícias têm um jornalista de dados dedicado na equipe. (ROGERS S., SCHWABISH J., D., 2017)

Diante disso, um cenário de novas projeções e possibilidades se abre no campo profissional. O jornalista passa a vivenciar uma profusão de dados digitais que exigem um entendimento mais aprofundado sobre o funcionamento das tecnologias digitais, dos sistemas, das estruturas e das plataformas, de maneira especializada.

A participação no Jornalismo Hiperlocal em função de dados locais tem se configurado também como uma nova área de ação para os Jornalistas Guiado por Dados, nem sempre o processo que envolve a coleta de dados resulta em uma visualização de fácil entendimento, e os motivos são variados. Equipes multidisciplinares que desenvolvem técnicas de visualização de dados, como mapas de calor, gráficos interativos e gráficos coloridos para dados hiperlocais podem contribuir visualmente, apresentando uma representação real do que está acontecendo. (PAULINO R., LIMA W. 2015).

É fato notório que o movimento de uso de dados digitais nas redações existe, e que os

1 The Google News Lab partnered with PolicyViz to conduct a series of in-depth qualitative interviews and an online survey to better understand the state of data journalism today and the challenges moving forward.

jornalistas estão buscando se adequar ao processo, mas certamente de maneira ainda tímida em alguns países, como por exemplo o Brasil.

Dessa forma, o objetivo deste artigo é refletir como o campo profissional do jornalismo é afetado a partir do uso de dados digitais na construção das narrativas jornalísticas, apontando para a construção de um novo perfil profissional.

Como constructo metodológico adotamos uma abordagem qualitativa e exploratória do tema com o foco no jornalismo contemporâneo que identifica uma exigência de habilidades específicas para uma reflexão do potencial profissional a partir da possibilidade de trabalhar com dados. Esta nova identidade profissional e reflexões sobre os novos processos, foram identificadas segundo uma análise exploratória com base nos referenciais teóricos sobre o temática. Segundo Godoy (p.63 1995) construímos o quadro teórico aos poucos, a medida que coletamos os dados e os examinamos.

De acordo com Lima (2012), é atual no campo jornalístico a percepção de relevância de compreender como as tecnologias modificam e ainda modificarão os modos do fazer e consumir jornalismo. Neste contexto, o autor destaca o uso das Bases de Dados e o Pensamento Computacional. A colocação do pesquisador nos leva a pensar nessa realidade, o jornalista, que passa a lida com linguagens binárias, com tratamento e raspagem de dados e tornar isso em narrativa clara para o público.

Estamos diante de um novo jornalista? Ou de um jornalista reconfigurado? Ou de uma identidade em construção? Essas são indagações que tornam-se pertinentes no campo atual do jornalismo e nas discussões de construção identitária, e também pontos que nos direciona neste trabalho.

Fuller (2010) afirma que o modelo padrão de jornalismo profissional inclui disciplinas sobre precisão, independência, imparcialidade, objetividade, mas esse padrão está mudando rapidamente, e torna-se muito além do simples uso da internet. O que temos hoje é o armazenamento e a distribuição de bancos de dados que devem ser apresentados ao consumidor em formato de reportagens, de notícias e de entrevistas na linguagem específica das plataformas e dos dispositivos. O que não se pode confirmar é se já estamos dentro das universidades perpassando esse âmbito.

A partir desta perspectiva a base tecnológica digitalizada estabelece possibilidades novas e configurações para a prática do jornalismo como profissão, em especial o uso dos dados digitais. O jornalista é cada vez mais cobrado a conhecer e manipular as novas tecnologias de informação e comunicação que constituem o universo da Web de Dados. O que faz surgir no campo profissional, como já colocado, tensões e debates sobre, perfil profissional, ensino e futuro do jornalismo como profissão.

Jornalismo Guiado por Dados

De acordo com Ribeiro (2014), desde o começo da informatização das redações na década de 1970, os processos de utilização de banco de dados e o ordenamento destes em informações jornalística é comum. Entretanto é a partir do desenvolvimento do trabalho jornalístico sobre grandes quantidades de dados, sendo eles filtrados e organizados por tecnologias digitais, que se chega ao que hoje se intitula de Jornalismo Guiado por Dados.

O ambiente computacional e posteriormente a cultura digital fizeram emergir novas possibilidades no tratamento das informações no campo do jornalismo. Com isso, o jornalista se depara cada vez mais com uma realidade diferenciada em que as métricas quantitativas, sobretudo baseada em dados digitais para a obtenção de informações mais precisas está notoriamente em voga.

O Jornalismo Guiado por Dados está presente nas redações e vem ganhando notório espaço diante da grande quantidade informacional disponibilizados digitalmente e em rede.

O fenômeno do uso de dados nas redações ganhou vias de adoção desde meados dos anos 2000, mas trata-se de um conceito inicialmente abordado nos anos de 1970 pelo processo de digitalização das redações e pelo crescimento das políticas de acesso à informação pelos governos e instituições (TRÄSEL, 2014).

Para Barbosa e Torres (2012) o Jornalismo Guiado por Dados, tem funcionalidades e categorias específicas, que permiti a criação, a disponibilização, a publicação e a circulação de conteúdo jornalístico em cibermeios.

Segundo Rodrigues (2015), a relação da prática denominada hoje como Jornalismo de Dados ou Jornalismo Guiado por Dados é o que o jornalista Philip Meyer fez na década de 1970, e se estabeleceu com o passar do tempo nas redações, ou seja, incorporações de dados numéricos em matérias jornalísticas. Essa prática foi tornando-se recorrente e ganhou discurso de legitimação nos espaços redacionais e atualmente a percebemos como necessária dentro do que se pensa e discuti sobre as práticas contemporâneas do jornalismo.

Pioneiro no uso do pensamento computacional na redação, Meyer acreditou que os dados eram imprescindíveis para o trabalho jornalístico. Publicou estudos defendendo a necessidade do jornalista basear seu trabalho em técnicas científicas de apuração da notícia e no uso dos dados para fazer reportagens.

Em 1973 ele publicou *Precision Journalism*, obra que sintetiza seu pensamento. Utilizou a coleta de dados a partir de pesquisa empírica com questionários impressos e entrevistando pessoas para obter informação.

Se lançarmos a pergunta sobre o que então diferencia o jornalismo de precisão de Meyer e o jornalismo de dados atual? A resposta é direta e simples: intrinsecamente nada, pois os dois se baseiam por dados. O que na verdade temos como linha de diferenciação são as possibilidades proporcionadas pela alta tecnologia digital, plataformas, linguagem e etc.

Lima (2014), afirma que em 1990 Meyer realizou um estudo em que identifica técnicas e procedimentos de apuração e coleta de dados para construção de reportagens por meio do computador. Suas características formam o que se denomina por Reportagens Assistidas por Computador (RAC).

O pioneiro Philip Meyer foi o jornalista que descobriu a forma de trabalhar a informação por intermédio de base de dados. Trabalhando para o Detroit Free Press, Meyer produziu uma matéria sobre distúrbios raciais em Detroit. Para isso utilizou computador mainframe para analisar a demografia dos negros na cidade. Assim, começou a integração de computadores e ciência social e ele foi o precursor na área de *Computer-Assisted Reporting* (CAR). (LIMA, 2012: 6).

A partir deste contexto perpassamos do simples uso dos computadores ou das tabelas, e estamos imersos em um mundo digital e conectado, que comporta os serviços e disponibiliza dados que exigem requinte tecnológico.

Ao pensarmos todo este cenário no jornalismo, não há como não indagar e levantar questionamentos sobre o lugar do jornalista. Estamos lidando com uma profusão informacional e tecnológica gigantesca em que a consequência disso no jornalismo recai aos seus profissionais que são convidados a manipularem de forma especializada a gama de dados que circulam em rede.

Com sua visão pioneira sobre o desenvolvimento do uso dos dados nas redações, Meyer (1991), criou uma lista com seis recomendações necessárias para os jornalistas usarem e divulgarem os dados de forma mais adequada.

1. Reúna-o. Querendo ou não você nunca tentará imitar cientistas em seus métodos de coleta de dados, você pode lucrar se souber alguns de seus truques. É sempre bom lembrar, como o professor H. Douglas Price disse-me em Harvard na primavera de 1967, que "os dados não vêm da cegonha."

2. Armazene-o. Jornalistas à antiga armazenam dados em pilhas de papel em suas mesas, em cantos de seus escritórios, e, se eles são realmente bem organizados, em grampo-arquivos. Computadores são melhores.

3. Recupere-o. As ferramentas do jornalismo de precisão podem ajudá-lo a recuperar dados que você mesmo recolheu e armazenou, dados que alguém armazenou, ou ainda dados que alguém armazenou por motivos completamente alheios a seu interesse.

4. Analise-o. Análise jornalística muitas vezes consiste em apenas triagem para encontrar e listar os desvios interessantes, mas também pode envolver pesquisas para o nexo de causalidade implícita, para os padrões que sugerem que fenômenos diferentes variam juntos por razões interessantes.

5. Reduza-o. Redução de dados tornou-se tão importante no jornalismo como a coleta

de dados. Uma boa notícia é definida pelo que deixa de fora, bem como o que inclui.

6. Comunique-o. Um relatório não lido ou não entendido é um relatório desperdiçado. (MEYER, 1991: 33)

Apesar de o jornalismo sempre ter trabalhado com dados, como comprovou Meyer, mesmo antes da emergência dos dados digitais, a prática jornalística passa por mudanças com a realidade da Web.

O jornalismo Guiado por Dados digitais é a nova forma de contar histórias, que permite maior interação do público e maior precisão no que tange às informações disponibilizadas.

Todos os anos, o universo digital que nos rodeia se torna mais profundo e complexo. Empresas, governos, organizações e indivíduos estão constantemente colocando mais dados on-line: texto, vídeos, arquivos de áudio, animações, estatísticas, relatórios de notícias, bate-papo nas redes sociais... Profissionais da comunicação, como jornalistas, podem realmente fazer seu trabalho sem saber como o mundo digital funciona? As pessoas têm cada vez menos tempo, isso dificulta conseguir a atenção delas. É essencial procurar novas estruturas narrativas. A programação permite que o jornalista consiga criar histórias interativas e não-lineares. (LEGRAND, 2010:10).

Lorenz (2014) afirma que trabalhar com dados digitais é enxergar as histórias escondidas lá dentro das informações brutas, por vezes confusas, por vezes chatas na primeira perspectiva. Para encontrar os dados precisos que possam render uma boa história, Lorenz (2014) configurou um fluxo de trabalho que auxilia identificar um recorte de dados necessários para localizar um problema ou situação.

Este processo consiste em:

Localizar dados: Os dados podem ser obtidos diretamente de bancos de dados governamentais, como <http://dados.gov.br/>, <https://www.ibge.gov.br/> ou um dado específico nas bases governamentais como <http://www.acessoainformacao.gov.br/> . Esta etapa requer uma busca sistemática e tempo, nem sempre é fácil encontrar dados que possam revelar fatos. (adaptado para dados nacionais)

Limpar dados: Nem sempre as tabelas encontradas na web, estão em condições uniformes de apresentação de dados. Esta etapa requer, muitas vezes, softwares para auxiliar na limpeza e identificação de recortes de dados.

Visualizar dados: É uma representação gráfica dos dados coletados. A visualização tem como objetivo facilitar a leitura de um conjunto de dados. Podemos usar variáveis, cores, identificadores para agrupar nichos correlatos de dados.

Publicar histórias de dados: Esta etapa consiste o grande desafio para jornalistas. Identificar pautas para as histórias ou criar mecanismos interativos que o leitor possa ter mais informação sobre um fato a partir de uma interação com os dados.

O relatório intitulado “The current state and challenges facing the field today. Google News Lab 2017”² apresenta uma série de entrevistas com abordagem qualitativas aprofundada e uma pesquisa on-line, com editores, repórteres, especialistas digitais e designers – consideraram que suas organizações deveriam usar mais dados e que seu uso deve ser mais eficazmente aplicado para contar histórias. Mas há barreiras que limitam o uso de dados nas salas de redação.

A pesquisa ilustra uma classificação do uso de dados em narrativas que ajuda a estabelecer uma compreensão comum do jornalismo de dados com base nos tipos de notícias produzidos a partir dele.

1. **Histórias que são enriquecidas por dados.** Estas são as notícias tradicionais em que os dados relevantes são usados para verificar relatórios subjacentes.³

2. **O jornalismo investigativo com dados.** Nesses tipos de notícias, o jornalista expõe informações escondidas em um conjunto de dados⁴. Estes tipos de histórias podem levar mais tempo para produzir e requer uma combinação de habilidades na criação de dados com algoritmos para visualizações sofisticadas.

3. **Dados que precisam ser explicados**⁵. Com o aumento de poderosas ferramentas de dados disponíveis, jornalistas podem assumir a responsabilidade em reduzir a complexidade dos dados e proporcionar significado aos leitores.

Este conjunto também inclui projetos que permitem aos leitores explorar grandes conjuntos de dados⁶.

O que o jornalista precisa saber?

Pensar a perspectiva da prática do Jornalismo Guiado por Dados no contexto brasileiro é algo que deve ser discutido. É notório e sem retorno pode-se dizer a realidade do que é imposto pelas as tecnologias digitais nos variados âmbitos da vida em sociedade, e não seria diferente no jornalismo.

É recente, principalmente no Brasil, trazer para o ensino do Jornalismo como profissão as práticas que envolvem sistemas tecnológicos avançados, pensamento computacional, manuseio de banco de dados digitais e etc. A realidade do ensino trata essas novas demandas de forma mais discursiva e a necessidade de conhecimento e uso de aplicativos, monitoramento de redes sociais, utilização de bancos digitais e repositórios especializados são na maioria das vezes não vivenciadas em laboratórios com aulas práticas.

Quando se trata de mercado os jornalistas se deparam com um universo que se

2 Disponível em: <https://newslab.withgoogle.com/assets/docs/data-journalism-in-2017.pdf>, acessado em 25/10/2017.

3 (e.g., “Fact Check: Trump and Clinton Debate for the First Time,” NPR).

4 (e.g., “Unfounded,” The Globe and Mail)

5 (e.g., “It Was Not Always the East,” Berliner Morgenpost)

6 (e.g., “Dollar for Docs,” ProPublica).

expande em possibilidades a cada instante e que cobra do profissional outras habilidades contrárias as tradicionais ensinadas nas faculdades. Temos aqui o dilema do que é visto e aprendido nas escolas de jornalismo e o que é encontrado no mercado de trabalho.

Ao falar em outras habilidades, neste contexto, frisamos o que segundo James Hamilton e Fred Turner (2009) defendem com a combinação da área do Jornalismo com as das Ciência da Computação, que leva o jornalista a manipulação de grande quantidade de dados, tendo como objetivo torná-los claros para as pessoas.

Diante desse cenário, as habilidades do jornalista estão hoje diretamente integradas a áreas da matemática, da lógica e da estatística, até então renegadas pelos profissionais durante sua formação. O processo requer o entendimento sobre *softwares*, além da necessidade de dominar análise estatística e ferramentas de mensuração para extrair e manejar informações.

Para Lima (2007), esse processo teve início com o advento das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's), principalmente com a utilização do computador.

O uso dos computadores facilita bastante o trabalho de coleta de dados dos repórteres. Assim, não têm mais que ir à sede da Prefeitura para conferir a taxa dos recolhimentos que estão sendo pagos, encontrar os dados sobre eleitores inscritos no Tribunal Eleitoral, procurar pessoalmente por informações no Departamento de Veículos ou deslocar se até o Departamento de Polícia para saber sobre as estatísticas dos crimes, por exemplo. Da mesma forma, os repórteres também não precisam mais ficar na dependência das difíceis e furtivas fontes de informação sobre a máquina burocrática. (SQUIRRA, 2007 apud LIMA, 2007: 11).

Na linha de fogo entre números, tabelas, códigos e narrativa jornalística Silver (2014), fundador do site de jornalismo de dados *Five Thirty Eight*, defende que produzir narrativa a partir de dados não é apenas utilizar números ao invés de palavras, pois não é o uso de números que fundamentam uma informação, mas como ele é apresentado e interpretado.

Apesar de ser cobrado a compreender, garimpar e interpretar dados digitais o jornalista deve segundo Meyer (1973), manter sua essência profissional em pesquisar e apurar os fatos. O desafio agora é sustentar essa essência dentro de uma realidade altamente digital. O que obviamente faz surgir habilidades no tratamento informacional, principalmente, com a grande quantidade de informações disponibilizadas na rede.

As habilidades para acessar, limpar e analisar dados continuam sendo uma barreira geral ao uso de dados nas redações. Um entrevistado observou que a barreira é realmente cultural: "Nem todos os jornalistas têm o comando de matemática para efetivamente analisar dados". (ROGERS S., SCHWABISH J., D., 2017: 10). Podemos dizer que está surgindo um jornalista mais especializado?

Para Paul Bradshaw (2014), a ideia de combinar habilidades é extremamente poderosas para contar histórias jornalísticas. Ele aponta que estas habilidades devem se centrar em: encontrar dados, analisar dados, visualizar dados e converter dados. O que nos faz pensar que a problemática no campo de atuação do jornalista passa a estar no processo de entender qual dado deve ser buscado, encontrado, analisado e convertido em um ponto específico para gerar uma produção jornalística. Se tudo isso compete ao jornalista, pode-se dizer que temos mudanças identitárias ocorrendo, mas que pouco são analisadas.

Lima (2014) diz que passamos da fronteira do que é ensinado na formação clássica do jornalismo como profissão. Os conteúdos são produzidos a partir da manipulação de fontes contidas na Web de Dados, dando um novo patamar no processo de produção do jornalismo.

No campo da produção em ambiente mais especializado é preciso entender sobre a usabilidade em rede, compreender dados binários, automatizar linguagens, indexar documentos, interpretar e cruzar dados e por fim transformá-los em uma narrativa jornalística. Uma história que possa ser compreendida pelo público. O desafio é enorme e traz para o campo do jornalismo como profissão questionamentos sobre o futuro, oportunidades e fragilidades.

No dossiê intitulado "Jornalismo Pós-industrial: adaptações aos novos tempos", Chris Anderson, Emily Bell e Clay Shirky (2013), apresentam um olhar crítico sobre o jornalismo e as suas práticas profissionais diante da nova configuração do exercício da profissão nos dias de hoje.

Defendem uma reestruturação obrigatória no campo profissional. Ao tratarem dos jornalistas os autores colocam:

A presença de indicadores e dados, ligados tanto ao mundo externo como à própria atividade do profissional, serão parte da realidade cotidiana. Feeds de informações entregues em tempo real – um *Twitter* de dados – terão um papel maior em decisões editoriais e em matérias. Caberá ao jornalista definir a quem pertencem esses dados, determinar o que pode ser terceirizado para outras tecnologias comerciais e o que precisa ser mantido. Programar algoritmos, também. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013: 53).

Acreditamos que as permanências da essência própria do jornalismo em suas dinâmicas de apuração, investigação e pesquisa se fazem necessárias, e permaneceram vivas, mas obviamente, é preciso entender que os caminhos do jornalismo como profissão se direcionam para os ambientes de alta imersão, e sua rotina se atrela ao mundo de conversões de informações contínuas, de dados e em tempo real. Embora quando reparamos para as redações brasileiras essa seja uma realidade um tanto distante, com apenas alguns sistemas redacionais, como por exemplo, Estadão, Folha de São Paulo e outras iniciativas

independentes.

Pensar a construção da identidade

Reflexões sobre o que a era digital causaria na esfera do jornalismo e o diferencial que cada jornalista teria que ter, relacionado a capacidade de apurar e produzir na internet já é tema de discussão que se estende já tem um tempo. O que apontamos nesse trabalho é ampliar esse debate ao campo que vem tomando espaço e gerando indagações interessantes sobre o perfil profissional do jornalista e como ele pode se reconhecer na esfera de atuação baseada em novos ambientes, novas linguagens e de dados digitais.

Estamos abordando transformações no perfil profissional e colocando em evidência um debate sobre permanências e mudanças estruturais no campo do jornalismo como profissão. Dessa forma, pode-se sugerir um olhar de construção da identidade do jornalista e de seu perfil a partir de uma consequência inevitável da evolução do próprio jornalismo em sua natureza de transformações como bem pontuam os canadenses Charron e De Bonville (2016). Os estudiosos descrevem quatro jornalismo, estabelecidos a partir de uma relação funcional com os modelos das sociedades que se sucedem. Assim sendo, teríamos:

1. Jornalismo de transmissão. Surge no século XVII com o objetivo de transmitir informações das fontes diretamente ao seu público;
2. Jornalismo de opinião. Aparece no início do século XIX e se coloca a disposição das lutas políticas;
3. Jornalismo de informação. Emerge no fim do século XIX e acompanha o modelo de coleta de notícias sobre a atualidade;
4. Jornalismo de comunicação. Aparece nas décadas de 1970/1980 e se caracteriza pela diversificação e pela subordinação da oferta a partir das preferências do público que se deseja alcançar.

Estamos, portanto, vivenciando as consequências desse último paradigma jornalístico, marcado pela diversificação informacional, que hoje se molda em bancos de dados digitais e requer do jornalista competências antes imaginadas. No jornalismo de comunicação como pontuado, o público se centraliza e suas preferências pautam as tarefas do jornalista.

Esse fenômeno impacta na construção da identidade profissional a partir do cruzamento de várias nuances acrescentadas pela globalização e pela a convergência digital, afetando as corporações midiáticas e o mundo do trabalho (CASTELLS, 1999).

No que pontua Charron e De Bonville (2016), é natural que o perfil profissional mude, pois segue o fluxo da própria transformação da natureza do jornalismo. Vale ressaltar, então, como essas mudanças ocorrem e como o jornalista se situa nesse espaço?

Há uma busca constante de construção de identidade por parte dos jornalistas que tentam se firmar como profissionais. O investigador francês Denis Ruellan (1997), pontua que

diferente de outras profissões, os jornalistas buscam sublinharem o caráter especializado, autônomo e nobre da atividade. Com a realidade dos dados digitais isso se torna cada vez mais uma prerrogativa e tem tomando o patamar de necessidade.

Corroborando o pensamento do autor, o que nos parece é que o jornalista chegou ao ponto que tanto almejou durante a trajetória de personalização profissional, pois é constantemente cobrado a ser especializado e autônomo. O que não se esperava, talvez, era o contexto de alta imersão nas linguagens dos dados digitais.

Kellner (2001) coloca que novos contextos culturais das práticas discursivas e identitárias, por exemplo, no campo jornalístico, mutam-se.

Na modernidade, a identidade torna-se móvel, múltipla, pessoal, reflexiva e sujeita a mudanças e inovações dos papéis sociais. Na sociedade tradicional a identidade era fixa, sólida e estável. Eram funções de papéis sociais predeterminados e de um sistema tradicional de mitos (KELLNER, 2001: 295).

A construção da identidade verte-se a ambiência da cultura que comporta-se sempre como um organismo vivo e, sobretudo, inteligente, com poderes de adaptação imprevisíveis e surpreendentes, possibilitando fases transitórias entre elas (KELLNER 2001).

É o que presenciamos atualmente. Perfil profissional que passa por adaptações antes imaginadas. Isso se dá na conjuntura social interligada aos dados digitais, a plataformas dinâmicas e as linguagens binárias.

O jornalismo consequentemente se conjectura ao âmbito da cultura e passa a partir dos seus desdobramentos transitar em formatos produtivos que diretamente afetam a identidade profissional do jornalista.

Está em curso uma mudança de perfil, de valores, de identidade e de representação do jornalismo e do jornalista na sociedade, e essas mudanças estão relacionadas a movimentos mais amplos de reestruturação social, condicionados pelo desenvolvimento das tecnologias e pela expansão do capital (FONSECA; KUHN, 2009: 63)

A problemática então se acentua no campo do perfil de atuação profissional. O jornalista se depara com práticas correlacionadas as competências midiáticas voltadas para as demandas discutidas aqui neste trabalho, que explora um campo em transformação e ilimitada.

Considerações finais

O surgimento do computador e da internet proporcionaram possibilidades jamais imaginadas, e provocaram mudanças nas variadas esferas sociais. No jornalismo isso também

foi sentido. As narrativas passaram a partir da cultura digital a receber formatos diferentes do até então aprendidos nas faculdades e aprimorados nas redações. As várias linguagens possíveis para contar um fato marcou tão fortemente o jornalismo que isso afetou a profissão.

Esse contexto pede novas habilidades, com características somadas a essência da busca pela verdade, da boa apuração e do cruzamento de dados, por exemplo. Profissionais multidisciplinares que devem manter os princípios deontológicos e o entendimento de sistemas que contenham conteúdos baseados em dados digitais.

Vivenciamos o processo de adaptações e reflexões constantes no campo sobre como os jornalistas devem encarar a realidade de mudanças tão rápidas que vem ocorrendo em sua profissão. Discutimos muito o jornalista multifacetado, multimídia, *haching* e tantas outras denominações, mas por vezes esquecemos de indagar, como perante a tanta reconfiguração a identidade é impactada?

O jornalismo Guiado por Dados é um desafio maior e atual para o âmbito do jornalismo como profissão. Isso se dá pela disponibilidade de informação e conectividade aos dispositivos transmídia e ubíquos.

Algumas tendências já estão sendo observadas nas organizações, tais como pequenos grupos para trabalhar de forma independente com gráficos, e dados em grandes corporações de mídia nacionais e internacionais. Esses grupos tendem a reunir jornalistas tradicionais e jornalistas de dados. Os jornalistas muitas vezes têm mais autonomia e a capacidade de publicar histórias em outros ambientes. Outra categoria de Jornalista são os chamados Cavaleiros Solitários. Estes são jornalistas de dados que prestam serviços para organizações de todos os tamanhos, mas não fazem parte da equipe de dados.

O futuro do jornalismo de dados dependerá de uma variedade de fatores, da sustentabilidade das salas de redação à inovação em tecnologia e à evolução de conjuntos de habilidades para extrair valor e divulgar novos insights para audiências. (ROGERS S., SCHWABISH J., D., 2017)

Embarcamos em novos campos em que a ética, a coleta, o tratamento e a divulgação das informações se modificam. Assim, é preciso olhar de forma cuidadosa e crítica os caminhos que a profissão segue.

Acreditamos que a lógica proporcionada pelos os dados digitais é via sem retorno na esfera do jornalismo, pois não escapamos do rumo da teia digitalizada que as nossas relações, processos informacionais, trabalho e dinâmicas socioculturais tomam ao estarem conectados a rede telemática de computadores. Discussões sobre mudanças no campo do jornalismo a partir da Web já se estendem, mas nos parece haver ainda uma lacuna no que se refere ao profissional que lida com todos esses dados. Jornalistas que por conta própria estão buscando se aperfeiçoar por meio de cursos fora do país. Atentos ao que vem surgido, ou melhor dizendo ao que já está por aí, em redações fora do Brasil.

Estamos possivelmente distantes em termos de redações pelo país do que já é praticado pelo mundo em relação à produção jornalística baseada em dados digitais. O que torna-se pertinente discutir e perceber as nuances do que se faz nas redações brasileiras, e principalmente da percepção identitária dos jornalistas envolvidos nesse processo.

Embora alguns pesquisadores no Brasil tratem do tema, vemos de maneira tímida, em números, pesquisas que se debruçam sobre a realidade do trabalho jornalístico perante a profusão dos dados disponíveis em rede. Isso se distancia mais ainda quando pensamos em identidade profissional e ensino. Precisamos falar mais, entender esse processo e ficar atentos ao que ocorre em termos de permanências e mudanças no campo jornalístico, em especial quando se trata de tecnologia digital, multimídia, dados digitais e tantas outras possibilidades que a rede telemática proporciona.

Referências Bibliográficas

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo Pós-Industrial**: adaptação aos novos tempos. Revista de Jornalismo ESPM, abril-junho de 2013, p. 30-89.

BARBOSA, S.; TORRES, V. Extensões do paradigma JDBD no jornalismo contemporâneo: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. In: Encontro Anual da Compós, 21, Juiz de Fora. **Anais...** Brasília: Compós, 2012.

BRADSHAW, Paul. O que é o jornalismo de dados? In: GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Org.). **Manual de Jornalismo de Dados**. São Paulo: Abraji, 2014. p. 6-8.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARRON, Jean; De Bonville, Jean. **Natureza e transformações do jornalismo**. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.

FONSECA, Virgínia; KUHN, Wesley. **Jornalista contemporâneo**: apontamentos para discutir a identidade profissional. Intexto. Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 21, p. 57-69, jul-dez 2009.

FULLER, Jack. **What is happening to news**. Chicago: The University of Chicago Press, 2010.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: Revista de Administração de Empresas. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, abril 1995.

Hamilton, J. T.; Turner, F. (2009). **Accountability Through Algorithm**: Developing the Field of Computational Journalism. A report from Developing the Field of Computational Journalism, a Center For Advanced Study in the Behavioral Sciences Summer Workshop, July 27-31.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

LEGRAND, Roland. Why Journalists should learn computer programming. **Mediashift**, 2 de junho de 2010. Disponível em: <<http://mediashift.org/2010/06/why-journalists-should-learn->

computer-programming153/> Acesso em 20 jun. 2017.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. "Era do Big Data" impulsiona o desenvolvimento do Jornalismo Computacional. In: LONGHI, Raquel; D'ANDRÉA, Carlos (Org.). **Jornalismo Convergente: Reflexões, apropriações, experiências**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 51-72.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. Jornalismo inteligente na era do data mining. In: **revista líbero**. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Jornalismo-inteligente-na-era-do-data-mining.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2017.

_____. Primórdios das fontes digitais na produção do jornalismo tradicional. In: **INTERCOM**, 2007, Santos. Anais eletrônicos... Santos: UNISANTOS, UNISANTA, UNIMONTE, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1605-2.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2017.

LORENZ, Mirko. Por que jornalistas devem usar dados? In: GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Org.). **Manual de Jornalismo de Dados**. São Paulo: Abraji, 2014. p. 9-12.

MEYER, Philip. **Precision Journalism**. Bloomington: Indiana University Press, 1973

_____. **The new precision journalism**. Indiana University Press, 1991.

PAULINO R., LIMA W., **Modificações nos processos de participação no Jornalismo Hiperlocal em função de dados locais, dispositivos móveis e visualizações em tempo real**. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 13º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Campo Grande – UFMS – Novembro de 2015.

RIBEIRO, Valdir. **O jornalismo de base de dados na "Era do Big data"**. São Paulo. Disponível em <www3.eca.usp.br/sites/default/files/webform/.../Projeto%20VRSJ.pdf> Acesso em 30 Jun. 2016.

RODRIGUES, Kelly De Conti. Jornalismo de Dados: influência da construção narrativa no agendamento midiático. In: **Ciências da Comunicação: Circularidades Teóricas e Práticas acadêmicas**. (Org.s) BULHÕES, Marcelo; MORAIS, Osvando J. Sarapuí: OJM Casa Editorial, 2015.

ROGERS S., SCHWABISHS J., D., Data Journalism In 2017: **The current state and challenges facing the field today**. Google News Lab. 2017 Disponível em: <https://newslab.withgoogle.com/assets/docs/data-journalism-in-2017.pdf> , acessado 25/10/2017.

RUELANN, Denis. **Les pro du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel**. Rennes: PUR, 1997.

TRÄSEL, Marcelo. **Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker**. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 11, n. 1, p. 291, jan-jun 2014.

Profissionalização e precarização do trabalho jornalístico no Brasil e em Portugal¹

Juliana Bulhões

Doutoranda em Comunicação Social na Universidade de Brasília com período sanduíche na Universidade da Beira Interior
julianabulhoes.ad@gmail.com

David Renault

Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, pós-doutorando na Universidade do Minho
renault.david@gmail.com

Resumo

Os jornalistas podem ser vistos como cães de guarda da sociedade, representantes do povo, mediadores imparciais, heróis e até mesmo contrapoder. Apesar dessa concepção romântica, a realidade operacional da profissão é bem diferente: más condições de trabalho, longas jornadas de trabalho, acúmulo de funções, baixa remuneração, frágeis vínculos de trabalho, demissões em massa e, em alguns casos, violência. Diante desse contexto dicotômico, e ainda considerando que a atuação tem diversas características globais, apresentamos uma investigação baseada em revisão de literatura e pesquisa exploratória cujo objetivo foi refletir acerca do desencadear histórico da profissionalização do jornalismo brasileiro, em aproximação ao português. Assim, concluímos que há mais aproximações do que distanciamentos na profissionalização do jornalismo no Brasil e em Portugal.

Palavras-chave: Jornalismo; profissionalização do jornalismo; precarização do jornalismo.

Abstract

Journalists can be seen as guard dogs of society, representatives of the people, impartial mediators, heroes and even counter-power. In spite of this romantic conception, the operational reality of the profession is quite different: poor working conditions, long working hours, accumulation of functions, low pay, fragile work links, mass layoffs and, in some cases, violence. Given this dichotomous context, and considering that the performance has several global characteristics, we present an investigation based on literature review and exploratory research whose objective was to reflect on the historical unleashing of the professionalization of Brazilian journalism, in close proximity to Portuguese. Thus, we conclude that there are more approaches than distances in the professionalization of journalism in Brazil and Portugal.

Keywords: Journalism; professionalization of journalism; precariousness of journalism.

¹ Uma versão inicial desse texto foi apresentada no 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor 2017), em São Paulo, Brasil.

Introdução

Há uma concepção romântica da profissão na qual os jornalistas podem ser vistos como os cães de guarda da sociedade e a imprensa como um quarto poder (Pereira, 2004). Assim, há variadas construções imagéticas em torno dos jornalistas e que eles ajudam a perpetuar: representantes da sociedade, mediadores imparciais, contrapoder, heróis, intelectuais, membros da elite pensante (Oliveira, 2005).

Existe uma “flagrante discrepância entre as imagens construídas em torno da profissão e da realidade operacional” (Oliveira, 2005: 202). Silveira (2010: 245) considera que “o modo de agir de cada jornalista considera o que a sociedade espera desse profissional e, até certo ponto, seus códigos de ação e de conduta são construídos em harmonia com esses anseios”.

O pesquisador português Traquina (2004) propõe que existe uma tribo jornalística transnacional, na qual os sujeitos possuem o mesmo perfil e as mesmas rotinas no mundo inteiro. Dentre as características peculiares dessa tribo estão o imediatismo, uma maneira própria de agir diante dos fatos, de ver o mundo e também de falar – o jornalês. Para o autor, “ser jornalista implica a partilha de um *ethos* que tem sido afirmado há mais de 150 anos” (Traquina, 2004: 67).

Diante desse contexto dicotômico, no qual o jornalista é visto pelo senso comum de uma forma que destoa das más condições às quais está submetido no mercado de trabalho, e ainda considerando que a atuação tem diversas características globais, apresentamos uma revisão de literatura em conjunto com os primeiros resultados de uma pesquisa exploratória realizada em Portugal². Temos como objetivo fazer algumas reflexões acerca do trabalho jornalístico no contexto histórico da profissionalização do jornalismo brasileiro e português.

Em um primeiro momento, apontamos elementos do jornalismo antes e depois de o seu exercício ser regulamentado como uma profissão de fato. Destacamos principalmente os aspectos históricos relativos às organizações de classe, legislações e ensino superior específico. Em seguida, discorreremos sobre o mercado de trabalho jornalístico na atualidade, enfatizando a precarização pela qual passa a profissão. Por fim, tecemos algumas conexões históricas entre Brasil e Portugal com relação à profissionalização e ao jornalismo hoje.

De ofício secundário a profissão regulamentada

² No ano de 2017 os autores cumprem em Portugal, respectivamente, um doutorado sanduíche na Universidade da Beira Interior (bolsista Capes PDSE, nº 88881.134796/2016-01, sob supervisão do Prof. Dr. José Ricardo Pinto Carvalheiro) e um pós-doutorado na Universidade do Minho.

O autor português Fidalgo (2007) aponta que o caminho histórico para a profissionalização do jornalismo no mundo se deu basicamente em cinco períodos. No primeiro período, que ele chama de primórdios (séculos XVII e XVIII), há destaque para a invenção da máquina de Gutenberg e para as primeiras publicações periódicas. A segunda etapa corresponde à industrialização da imprensa após a expansão do telégrafo, quando é desenvolvida a escrita técnica: pirâmide invertida, lead, objetividade, gêneros etc.

No terceiro período, o da institucionalização da profissão (virada do século XIX ao XX), o autor destaca a criação da carteira profissional na França e suas consequências. Na quarta etapa (pós Segunda Guerra Mundial) o rádio e a TV se desenvolvem como meios de comunicação de massa e enfatiza-se a ideia de responsabilidade social do jornalismo. No quinto e último período, chamado pelo autor de era digital (a partir da década de 1990), o jornalismo perde exclusividade com relação à transmissão de informações.

Segundo o autor, a afirmação profissional dos jornalistas se deu essencialmente na segunda metade do século XIX e nas primeiras décadas do século XX em âmbito mundial, "por força de um conjunto de circunstâncias globais (políticas, econômicas, culturais, tecnológicas) e por causa da industrialização da imprensa – ou seja, da sua transformação de uma atividade artesanal, amadora e irregular, numa atividade regular, permanente, com grande força no mercado e forte influência na sociedade" (Fidalgo, 2007: 42).

Para Traquina (2004), três searas demonstram a profissionalização do jornalismo: a organização de classe, o estabelecimento de códigos deontológicos e o ensino universitário específico. Considerando esse contexto, destacamos a seguir alguns acontecimentos históricos que fizeram parte do processo de profissionalização do jornalismo no Brasil e em Portugal.

Temos como marco inicial do jornalismo em Portugal a primeira metade do século XVI, quando surge a publicação periódica das Gazetas da Restauração (1641-1647), que tinha conteúdo político e frequência mensal (Tengarrinha, 2006). No princípio, não se fazia distinção em quem exercia o jornalismo: "de fato, nos seus inícios, o jornalismo (ou a atividade de escrever em jornais) foi algo a que acedia qualquer um, normalmente escritor ou político, pelo simples fato de ter jeito para a escrita e de ter alguma coisa a dizer em público" (Fidalgo, 2007: 39).

De acordo com Lopes (2008), a imprensa no Brasil surge em 1706, no estado de Pernambuco, com posteriores iniciativas em 1747 no Rio de Janeiro e em 1807 na Vila Rica, Minas Gerais, todas suprimidas por ordem do governo português. No ano de 1808, quando houve a transferência da corte portuguesa para o Brasil, foi regulamentada a tipografia no país e criada a Impressão Régia, responsável por autorizar publicações. "A estruturação e vigência da primeira oficina tipográfica, a Impressão Régia, foi uma absoluta novidade para a colônia que,

por mais de três séculos, fora privada de um contato maior com a palavra impressa" (Meirelles, 2007: 02).

Neste mesmo ano de 1808 foram publicadas as primeiras edições da Gazeta do Rio de Janeiro³ e do Correio Braziliense⁴, que segundo Hohlfeldt (2008) foram os primeiros jornais a circular no país, mantendo públicos restritos tendo em vista o analfabetismo quase absoluto dos habitantes do país.

Nessa fase inicial, a imprensa no Brasil era composta basicamente por panfletagem relacionada a lutas políticas e questões sociais, em contextos como o da independência do Brasil (1822) e da proclamação da república (1889). Até então, ser jornalista era uma ocupação secundária, provisória, realizada para aumentar a renda, divulgar projetos e ideias político-ideológicas, atacar adversários e defender aliados, além de ser um meio para alcançar posições em outras esferas.

Segundo Petrarca (2005: 02), "nesse período os jornais eram fundados principalmente por escritores, padres, ex-militares, personagens políticos e revolucionários vinculados aos movimentos sociais e políticos do momento". Na segunda metade do século XIX, a imprensa brasileira descaracteriza-se como totalmente política e passa a ser também literária; nesta época, ser jornalista era compatível com o status de ser escritor (Petrarca, 2005).

Na passagem do século XIX para o XX, os jornais brasileiros começaram a se tornar empresas jornalísticas de fato, com equipamento gráfico, aumento de tiragem, ampliação dos espaços para anúncios e valorização das entrevistas, reportagens e notícias, além do surgimento dos postos como os de editor, caricaturista e ilustrador. Assim, o ofício de jornalista foi deixando de ser secundário.

Em Portugal, no ano de 1934 foi criado o Sindicato Nacional dos Jornalistas. Em 1938, é criada a primeira carteira de identidade do jornalista, que se torna Carteira Profissional de Jornalista em 1941. Já em 1943, o Governo publica a primeira legislação que tange os jornalistas, um despacho que fixa um piso salarial (Andringa, 2008; Sindicato dos Jornalistas, 2002a, 2002b).

No contexto brasileiro, nesse mesmo ano de 1934 foi fundado na cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais, o Sindicato dos Intelectuais Proletários Militantes da Imprensa, o primeiro sindicato de jornalistas do país. Em 1935 foi fundado o Sindicato dos Jornalistas do Rio de Janeiro e, em 1937, o de São Paulo (Ribeiro; Baroncelli, 2008; Petrarca, 2010). Em 1938 foi desenvolvida pelo governo Getúlio Vargas⁵ e pelos sindicatos de jornalistas de São Paulo e do Rio de Janeiro

3 Jornal institucional produzido pela Impressão Régia (MEIRELLES, 2007).

4 Jornal editado em Londres pelo brasileiro Hipólito José da Costa, livre de censura e controle da Impressão Régia.

5 Apesar dessa legislação ser considerada um avanço em termos de profissionalização, durante a época conhecida como Estado Novo (1937-1946) a imprensa vivia sob forte censura.

a primeira legislação sobre a profissão⁶. Em 1947, portanto nove anos após o Decreto-Lei instituir a criação das escolas de Jornalismo, foi aberta a primeira turma na Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, em São Paulo.

Em Portugal, o primeiro curso superior foi criado em 1979, a Licenciatura em Comunicação Social da Universidade Nova de Lisboa. Em 1976 havia sido aprovado o primeiro Código Deontológico dos Jornalistas. Nessa época, quando ainda não era comum a formação superior específica, o jornalista português era formado apenas pela prática nas redações, a chamada tarimba.

Nesse quesito educacional dos jornalistas, Portugal se atrasou em mais de um século em comparação a outros países europeus, e mais ainda com relação aos Estados Unidos, pioneiros na década de 1860. Isso se deu devido a décadas de ditadura (1933-1974) pelas quais o país passou, período conhecido como Estado Novo ou salazarismo (Mendes, 2011; Sindicato dos Jornalistas, 2002b).

De acordo com Veríssimo (2003: 11), esse período é marcado "por um regime autoritário, em que existe um aparelho repressivo e mecanismos de censura, pelo que não podemos pensar em informação livre". Sobreira (2003) aponta que habitualmente se identifica a revolução de abril de 1974 como um marco no desenvolvimento do jornalismo no país, apesar de haver vários avanços em termos de profissionalização em épocas anteriores.

O período de regime militar brasileiro (1964-1985) também impactou o Jornalismo em diversas searas. A partir do golpe militar de 1964 houve, sobretudo, muita censura à imprensa. Apesar de todos os decretos publicados, o Jornalismo tornou-se oficialmente uma profissão no Brasil em 1969⁷, ainda no contexto de ditadura militar.

Para Petrarca (2005: 14), o Decreto-Lei: "teve como uma das principais funções valorizar os cursos de jornalismo e impedir o exercício da profissão a pessoas que não eram formadas em cursos de nível superior". A formação acadêmica passa a ser privilegiada e a efetivação da profissionalização torna-se um recurso usado pelo próprio regime militar⁸. Com o fim da ditadura, no ano de 1987 é aprovado o primeiro código de ética dos jornalistas brasileiros.

Saltando para tempos mais atuais, apesar de todos os esforços em busca da profissionalização, Petrarca (2005) acredita que este processo não está totalmente consolidado em função do fim da exigência do diploma, que ocorreu em 2009, após anos de ameaças. O processo teve início em 2001, quando o Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo

6 Decreto-Lei nº 910, de 30 de novembro de 1938.

7 Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969.

8 Também havia acusações de que a exigência do diploma superior para exercer o jornalismo foi uma forma do governo militar evitar que intelectuais e outros adversários do regime tivessem acesso aos jornais e revistas para criticar o governo.

(Sertesp) e o Ministério Público Federal (MPF) solicitaram que o governo deixasse de exigir o diploma, obrigatoriedade sustentada desde a legislação de 1969 (Lopes, 2013).

Vale ressaltar que, em meio a este processo do diploma, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), representante da classe jornalística, estava à frente da criação do Conselho Federal de Jornalismo. A autarquia teria como função "defender o direito à livre informação plural, a liberdade de imprensa, a observância dos princípios éticos no exercício da profissão e o aperfeiçoamento do jornalismo" (Fenaj, 2017a: 01), um projeto que existia desde 1965 e que, no entanto, não foi aprovado pelo Congresso Nacional. Segundo Lopes (2013), esta era mais uma iniciativa no sentido da regulamentação da profissão de jornalista no país, e também acreditamos que seria um avanço em termos de profissionalização.

Em última instância, no ano de 2009 o Supremo Tribunal Federal decidiu pelo fim da obrigatoriedade, após quase uma década de processo judicial. Ainda no ano de 2009 foram registradas várias Propostas de Emenda à Constituição (PECs), sendo a mais divulgada a PEC 33/2009, que ficou conhecida como PEC dos jornalistas, aprovada em 30 de novembro de 2011, mais de dois anos depois da decisão do STF. Deu origem à PEC 206/2012, em tramitação na Câmara e ainda sem um desfecho.

Para Oliveira (2009), a exigência do diploma tem variados significados, pois em nossa sociedade o detentor de formação superior possui status diferenciado, um capital simbólico, mesmo que historicamente as oportunidades educacionais no país sejam favoráveis às classes altas.

A autora aponta que a exigência é um aspecto importante no processo de profissionalização dos jornalistas: "a posse de um título escolar específico foi associada à necessidade de 'dignificar' a profissão, sendo um mecanismo eficiente de capitalização de prestígio social para o grupo, isto é, de apropriação de vantagens simbólicas" (Oliveira, 2009: 05).

Silveira (2010) aponta que a "queda do diploma", como ficou conhecida popularmente a decisão, modificou a dinâmica do mercado jornalístico e foi negativa para a organização formal da profissão, que já sofria consequências das realidades precárias, o que dialoga com Petrarca (2005), que afirma que o processo de profissionalização da profissão de jornalista no Brasil ainda não se consolidou, pontos com os quais corroboramos.

O mercado jornalístico brasileiro e português hoje

No Brasil, o mercado jornalístico oferece, de forma geral, más condições de trabalho desde os primórdios do ofício. Não queremos dizer que a profissão passou a ser precária com o fim da

exigência do diploma, mas este fato ocorrido em 2009 inaugura uma nova fase do jornalismo profissional no país, etapa essa que enfatiza mais ainda a precarização, pois não há qualquer tipo de controle sobre quem é ou não jornalista.

Em Portugal, pode atuar como jornalista somente quem tem a carteira profissional, e há fiscalização⁹ para concessão e renovação por parte do órgão responsável, a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista¹⁰. Para receber o Título Provisório de Jornalista, deve-se fazer estágio obrigatório remunerado por no mínimo 12 meses, a depender do curso realizado pelo estudante (CCPJ, 2017).

Estando comprovado o período de atuação é que se pode solicitar a Carteira Profissional, que deve ser renovada a cada dois anos, exceto em casos especiais. Além do mais, a carteira fica retida durante o exercício de atividades que em Portugal são consideradas como não jornalísticas, como é o caso de publicidade, marketing e assessoria de comunicação. Ou seja, mesmo quando a pessoa tem diploma acadêmico de jornalista, se não tem a carteira, não é considerado jornalista em Portugal (CCPJ, 2017; Sindicato dos Jornalistas, 2012).

No Brasil, até 2009 podia ser oficialmente jornalista quem tinha o diploma de nível superior na área, o que garantia o registro no Ministério do Trabalho, feito por meio dos Sindicatos, onde eles existiam. Também existe uma carteira da categoria, mas é meramente um documento de identificação e não tem o mesmo peso que no contexto português. Hoje, como discutimos, não há nenhum tipo de exigência para que se atue como jornalista no Brasil, basta solicitar o registro no Ministério. Logo, ficamos em um limbo quanto a quem pode ser considerado jornalista profissional ou não, o que para nós representa uma desprofissionalização, pelo menos se considerarmos os três indicativos desse processo apresentados por Traquina (2004), como mencionamos anteriormente.

Em pesquisas anteriores (Bulhões; Renault, 2017), identificamos que todos os tipos de precarização apontados por Druck (2011) podem ser associados ao exercício do jornalismo no Brasil: vulnerabilidade das formas de inserção e desigualdades sociais; intensificação do trabalho e terceirização; insegurança e saúde no trabalho; perda das identidades individual e coletiva; fragilização da organização dos trabalhadores; e a condenação e o descarte do Direito do Trabalho.

Faz parte da vida laboral deste profissional ter longas, intensas e irregulares jornadas de trabalho, acumular funções, frágeis vínculos de trabalho, ter baixa remuneração (e por isso necessitar ter mais de um emprego ou ocupação) e estar suscetível às demissões em massa,

9 Tal fiscalização é vista como rigorosa por alguns profissionais e quase inexistente por outros, portanto não há unanimidade.

10 Composta por jornalistas e representantes dos órgãos de informação, foi criada por lei nos anos 1990 para retirar do Sindicato de Jornalistas a competência de atribuir os títulos profissionais, uma vez que a sindicalização não é obrigatória.

comumente chamadas de passarálhos¹¹, seja pelo enxugamento das redações ou pelos fechamentos de veículos. Além disso, são crescentes os casos de violência contra jornalistas e também há uma evidente diminuição da liberdade de imprensa (Fenaj, 2017b). Vale destacar que o Brasil figurou recentemente como o país com o maior número de jornalistas mortos nas Américas (BBC, 2014).

Destacamos que a ideia de precarização da profissão de jornalista não é recente, tampouco exclusiva do Brasil. No contexto europeu, o francês Accardo (1998) aponta que os efeitos da precariedade e da proletarização dos chamados "trabalhadores-jornalistas" resultam em um empobrecimento material (diminuição do poder de compra, endividamento crescente, deterioração das condições de vida) e em problemas de ordem psicológica, como o estresse.

Em Portugal também se vive uma precarização do trabalho jornalístico. Ao iniciarem as carreiras hoje, os jornalistas se deparam com "sobreoferta de aspirantes ao jornalismo, formas de recrutamento pouco criteriosas, precariedade laboral, polivalência multiforme, atividades extraprofissionais, flexibilização e expectativas frágeis", de acordo com Garcia, Marmeleira e Matos (2014).

Os autores apontam que os jovens jornalistas são os que mais possuem contratos de trabalho precários nas organizações, o que não tem muita relação com o nível de formação acadêmica, visto que muitas vezes há pessoas nas mesmas funções recebendo salários destoantes. "Este quadro geral de vínculos laborais produz sérios efeitos sobre as mais variadas esferas da vida do jornalista: da relação com a própria atividade jornalística à intervenção política, passando pelo equilíbrio entre tempo de trabalho e de vida. A este respeito, os dados indicam um elevado número de jornalistas a trabalhar nove ou mais horas por dia" (Garcia; Marmeleira; Matos, 2014).

Vale ressaltar que, em termos de quantidade, o universo de jornalistas em Portugal e no Brasil sempre foi muito diferente, logicamente devido às proporções de tamanho e população dos dois países. De acordo com Guimarães (2006), a Fenaj estimava que por volta do ano de 2006 existiam 50 mil jornalistas em exercício no Brasil. Apesar da regulamentação da profissão ter se iniciado em 1938, até o fim da década de 1940 houve apenas 5 registros, cujo pico se deu somente na década de 1990, época da redemocratização do país¹².

Entre 1940 e 2015, o que corresponde a 75 anos, houve 113.935 registros de jornalistas junto à entidade brasileira. Mick e Lima (2013) retrabalharam a estatística nacional a partir dos

11 O projeto de Jornalismo de Dados intitulado Volt Data Lab realizou o levantamento sobre demissões em massa e mostrou que entre 2012 e junho de 2015, pelo menos 1.084 jornalistas foram demitidos, de um total de 3.568 trabalhadores dispensados em aproximadamente 50 empresas de comunicação do Brasil (BULHÕES et al, 2015).

12 Podemos considerar como marco da redemocratização do Brasil o ano de 1988 devido à promulgação da Constituição Federal.

registros de cada estado e chegaram à conclusão que o Brasil tinha no máximo 145 mil jornalistas com registro profissional, ao final de 2011.

De acordo com Andringa (2008), na década de 1940, portanto cerca de quatro décadas antes de existirem jornalistas diplomados em Portugal, só havia cerca de 200 jornalistas no país, e poucos deles tinham o título profissional. Já em 2006, a Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas contabilizava 7.402 títulos profissionais. Segundo Andringa (2008: 04), "este crescimento vai determinar profundas alterações na estrutura do grupo profissional", principalmente juvenilização, feminização e melhoria das habilitações escolares.

Em 2007 havia 6.839 jornalistas ativos no país, e em 2014 esse número caiu para 5.621, alegadamente devido ao crescimento do desemprego no país e ao processo de precarização (European Journalism Observatory, 2014), e em 2017, esse número subiu para 6.114 (Crespo et al, 2017). De acordo com Figueira (2016), esse decréscimo de 17,8% entre 2007 e 2014 reflete "uma crise das organizações jornalísticas e do seu modelo de negócio (com impacto evidente no despedimento de jornalistas) e não do jornalismo, uma vez este continuar, embora por outros meios e com outras formas de organização, a produzir notícias e a distribuir informação, desejavelmente adaptado aos novos contextos" (Figueira, 2016: 67).

Para o autor, o cenário mercadológico é de crise, com fechamento de veículos, demissões, má remuneração, atrasos de salários e até problemas ético-deontológicos apontados pelo Sindicato dos Jornalistas. Tal panorama não impede que tantos estudantes se matriculem anualmente em cursos de Jornalismo em Portugal, e para ele isso se deve principalmente às oportunidades que os futuros jornalistas podem encontrar na paisagem comunicacional.

"As competências que pode adquirir ao longo da sua formação universitária lhe serão úteis no acesso e desempenho de outras funções e profissões em que a comunicação, a informação e, portanto, a produção de conteúdos nos mais diversos suportes está longe de servir unicamente ou em primeiro lugar a instância jornalística" (Figueira, 2016: 69-70). O autor ainda aponta que as assessorias, a comunicação organizacional e as relações públicas se tornam, nesse novo contexto, atraentes também pela alta taxa de empregabilidade e pelo melhor pagamento.

Miguel Crespo et al (2017) apresentam em seu estudo¹³ um panorama preocupante do jornalismo português. O rendimento médio mensal é de 1.113 euros¹⁴; quase 58% não progride na Carreira Profissional há pelo menos sete anos; cerca de 64% assume que já ponderou o abandono do jornalismo, e entre as razões estão o baixo rendimento, degradação da profissão ou condições de trabalho, precariedade contratual e ainda o estresse.

Quase 40% afirma já ter estado desempregado ao longo do seu percurso profissional de

13 "O jornalistas portugueses são bem pagos? Inquérito às condições laborais dos jornalistas em Portugal", desenvolvido pelo Instituto Universitário de Lisboa e pelo Sindicato dos Jornalistas.

14 O salário mínimo em Portugal na altura do inquérito era de 530 euros.

jornalista; 46% afirma ser difícil conciliar a vida pessoal com a vida profissional; só cerca de 30% afirma trabalhar um número de horas similar ao previsto no contrato de trabalho e quase 82% afirma que não são pagas horas extra. Além disso, apenas dois terços têm formação superior em Ciências da Comunicação ou Jornalismo e cerca de 70% fez pelo menos um estágio. Quanto ao gênero, o resultado foi equilibrado, com 51,8% de homens e 48,2% de mulheres (Crespo et al, 2017).

O estudo de Mick e Lima (2013)¹⁵ com jornalistas demonstrou que no Brasil a população feminina é notavelmente preponderante (64%); nove em cada dez eram diplomados em Jornalismo, especificamente; três em cada quatro tinham registro no Ministério do Trabalho; 75% realizou estágio; dois terços tinham renda até cinco salários mínimos¹⁶ e quase metade dos jornalistas trabalhavam mais de oito horas por dia; de cada dez jornalistas, um era professor, quatro trabalhavam predominantemente fora da mídia e cinco trabalhavam principalmente em mídia.

Apesar de terem sido aplicadas em anos, contextos e com critérios diferentes, as duas pesquisas são as mais recentes nos respectivos países e nos servem como panorama. Alguns itens podem ser comparados, como a feminização que é maior no Brasil, bem como a formação específica em Jornalismo - mesmo a pesquisa tendo sido aplicada após a "queda" do diploma. É semelhante a taxa de realização de estágio e, curiosamente, os salários médios dos jornalistas são aproximados, quando convertemos para qualquer uma das moedas - porém distintos se compararmos ao salário mínimo de cada país.

Considerações finais

Surpreendentemente, a história do jornalismo profissional brasileiro tem mais aproximações do que distanciamentos com a portuguesa. Apesar de questões relativas à colonização do Brasil, diferenças entre continentes e todo o complexo contexto relacionado a isso, e também levando em conta o surgimento tardio do jornalismo no Brasil, podemos considerar que os processos de profissionalização foram bastante semelhantes.

Há também uma diferença enorme de quantidade de jornalistas: em 2006 havia 50.000 jornalistas em exercício no Brasil, enquanto que em Portugal havia, em 2007, menos de 7.000. Em 2011 havia 145 mil jornalistas com registro profissional no Brasil, enquanto que em 2014 havia cerca de 5.600 profissionais ativos em Portugal. Apesar de diferentes critérios de

¹⁵ "Quem é o jornalista brasileiro? Perfil da profissão no país", realizado pela Universidade Federal de Santa Catarina em convênio com a Fenaj.

¹⁶ O salário mínimo no Brasil na época da pesquisa era R\$622.

contagem, tendo em vista que os órgãos portugueses conseguem mensurar com exatidão devido às regras da carteira profissional, é visível a diferença de proporção¹⁷. Além disso, enquanto Portugal inteiro tem um Sindicato dos Jornalistas, no Brasil há 31 sindicatos e a Fenaj.

Voltando às semelhanças, os primeiros sindicatos de jornalistas surgem em ambos os países na década de 1930. As primeiras legislações que versam sobre a profissão são publicadas em 1938 e 1943, e os códigos de ética/deontológico em 1987 e 1976, respectivamente no Brasil e em Portugal.

Com relação ao ensino superior específico, em ambos os casos a prática profissional veio antes do ensino superior específico, mas há diferença significativa de mais de três décadas: no Brasil a primeira faculdade surge em 1947, enquanto que em Portugal apenas em 1979, apesar de tentativas anteriores terem sido reprimidas pela ditadura.

Aliás, a ditadura em Portugal (1933-1974) e a ditadura militar no Brasil (1964-1985) foram marcadas pela censura à mídia, sendo que no período brasileiro houve avanços mais significativos na profissionalização do jornalismo, por interesse do governo em controlar os jornalistas e usar a imprensa a favor do regime.

A partir da redemocratização brasileira, os jornalistas consolidaram as assessorias de comunicação e similares como postos de trabalho, fenômeno que não aconteceu em Portugal. Hoje, inclusive, a Fenaj apóia iniciativas como a do Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal, que promove desde 2014 a campanha "Assessor de Imprensa é Jornalista".

Em contraponto, sabemos que em Portugal há muitas pessoas com formação em Jornalismo atuando em assessorias, mesmo sem serem considerados jornalistas e sem terem direito à carteira profissional. Ou seja, é uma questão de nomenclatura e legislação, pois na prática em Portugal pessoas formadas em Jornalismo também ocupam esses espaços, mas com a ressalva de não poder fazer isso simultaneamente ao trabalho jornalístico na imprensa, como é comum no Brasil.

Acreditamos que a "queda" do diploma no Brasil resultou na desprofissionalização do jornalismo. Há quem diga que na prática não houve mudanças no mercado, mas acreditamos que foi pelo menos um retrocesso em termos de regulamentação e organização da profissão.

Com relação aos dias atuais, vemos que são bastante semelhantes os indicadores de precarização da profissão de jornalista nos dois países: más condições laborais, baixa remuneração, jornadas de trabalho, acúmulo de funções, vínculos precários de trabalho e demissões. Apesar disso, há mais violência dentre jornalistas brasileiros (Fenaj, 2017b), mas

¹⁷ Portugal tem pouco mais de 10 milhões de habitantes, enquanto que no Brasil há aproximadamente 207 milhões (Agência Brasil, 2017; G1, 2017).

há de se considerar que há mais violência no Brasil, de forma geral.

Em suma, confirmando a teoria exaustivamente repetida de Traquina (2014), os jornalistas são mesmo uma tribo transnacional.

Bibliografia

ACCARDO, Alain (1998). Les journalistes précaires, Paris, Le Mascaret.

AGÊNCIA BRASIL (2017). População de Portugal continua a diminuir, mesmo com aumento da natalidade. Publicado em 07 nov. 2017. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2017-11/populacao-de-portugal-continua-diminuir-mesmo-com-aumento-da>>. Acesso em 14 dez. 2017.

ANDRINGA, Diana (2008). Jornalismo: uma profissão em mudança. Lisboa, Anais do VI Congresso Português de Sociologia.

BBC (2016). Brasil é 1º em mortes de jornalistas nas Américas, diz ONG. Publicado em 12 fev. 2014. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/02/140212_jornalistas_brasil_df_dg>. Acesso em 28 abr. 2016.

BULHÕES, Juliana; PINHEIRO, Elton; PEDREIRA, Vinícius; BELTRAME, Vanessa; DAVID, Hadassa (2015). Crise, precarização e mudanças estruturais no Jornalismo: reflexões sobre práticas jornalísticas atuais, Campo Grande, Anais do 13º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.

BULHÕES, Juliana; RENAULT, David (2017). Condições de trabalho do jornalista: o que revela a pesquisa empírica, Revista Vozes e Diálogo, v. 16, p. 137-149.

CCPJ (2017). Carteira Profissional de Jornalista. Disponível em: <<http://www.ccpj.pt/CarteiraProfissionaldeJornalista.htm>>. Acesso em 19 jul. 2017.

CRESPO, Miguel; AZEVEDO, Joana; SOUSA, João; CARDOSO, Gustavo; PAISANA, Miguel (2017). Jornalistas e Condições Laborais: Retrato de uma Profissão em Transformação, Lisboa,

Obercom.

DRUCK, Graça (2011). Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios? Caderno CRH, Salvador, v. 24, n. 1, pp. 37-57.

EUROPEAN JOURNALISM OBSERVATORY (2014). Portugal perde 1218 jornalistas em 7 anos. Disponível em: <http://pt.ejo.ch/jornalismo/portugal-perde-1218-jornalistas-em-7-anos?utm_source=hoje.li&utm_medium=referral&utm_campaign=email>. Acesso em 18 jul. 2017.

FENAJ (2017a). História do Conselho Federal dos Jornalistas. Disponível em: <<http://fenaj.org.br/historia-do-conselho-federal-dos-jornalis.tas/>>. Acesso em 07 jan. 2017.

FENAJ (2017b). Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil: relatório 2016, Brasília, Fenaj.

FIDALGO, Joaquim (2007). Notas sobre "O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas", Revista Comunicação e Sociedade, v. 11, pp. 37-56.

FIGUEIRA, João (2016). O ensino do jornalismo em tempos de mudança ou como a Universidade deve suplantar o Super-Homem, Revista Mediapolis, n. 3, v. 1.

G1 (2017). Brasil tem mais de 207 milhões de habitantes, segundo IBGE. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/brasil-tem-mais-de-207-milhoes-de-habitantes-segundo-ibge.ghtml>>. Acesso em 14 dez. 2017.

GARCIA, José Luís; MARMELEIRA, José; MATOS, José Nuno (2014). Incertezas, vulnerabilidades e desdobramento de atividades. In: REBELO, José (Org.). As novas gerações de jornalistas em Portugal, Lisboa, Mundos Sociais.

GUIMARÃES, Manoel Marcos (2006). Sociologia do jornalismo: o caso Brasil. In: NEVEU, Érik. Sociologia do Jornalismo, Trad. Daniela Dariano, São Paulo, Edições Loyola.

HOHLFELDT, Antonio (2008). Correio e Gazeta: comparações e influências. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, ano V, n. 2.

LOPES, Dirceu Fernandes (2008). Uma história marcada por censura e resistência. *Jornal da USP*, Ano XXIII n. 831.

LOPES, Fernanda Lima (2013). *Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica*, São Paulo, Paulus.

MEIRELLES, Juliana Gesuelli (2007). *A Gazeta do Rio de Janeiro: o jornal oficial da Corte de D. João VI no Brasil (1808-1821)*, São Paulo, Anais do V Congresso Nacional de História da Mídia.

MENDES, Renato Rocha (2011). *A primeira licenciatura em Comunicação Social em Portugal (FCSH-UNL, 1979): contributo para uma reflexão acerca do ensino do jornalismo*. (Dissertação de Mestrado) Universidade Nova de Lisboa.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel (2013). *Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*, Florianópolis, Insular.

OLIVEIRA, Michelle Roxo (2009). *A profissionalização do jornalista via ensino: argumentos mobilizados em defesa da formação escolar específica*, Curitiba, Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

OLIVEIRA, Michelle Roxo (2005). *Profissão jornalista: um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UNESP, Bauru.

PEREIRA, Fábio Henrique (2004). *Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão*, Covilhã, Biblioteca Online das Ciências da Comunicação.

PETRARCA, Fernanda Rios (2010). *Construção do estado, esfera política e profissionalização do jornalismo no Brasil*, Curitiba, *Revista de Sociologia e Política*, v. 18, n. 35, pp. 81-94.

PETRARCA, Fernanda Rios (2005). *Jornalismo no Brasil: a gênese de uma profissão*, Belo Horizonte, Anais do XII Congresso Brasileiro de Sociologia.

RIBEIRO, Eduardo; BARONCELLI, Wilson (2008). *A epopéia do jornalismo: um compromisso com a sociedade, com a civilização e com a história*. Disponível em:

<<http://www.jornalistasecia.com.br/edicoespecial07.htm>>. Acesso em 05 jan. 2017.

SILVEIRA, José Ricardo (2010). O jornalista na comunicação das organizações: cultura profissional e autopercepção. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília.

SINDICATO DOS JORNALISTAS (2012). Estatuto do Jornalista. Disponível em: <<http://www.jornalistas.eu/?n=26>>. Acesso em 18 jul. 2017.

SINDICATO DOS JORNALISTAS (2002a). Historial da Casa da Imprensa. Disponível em: <<http://www.jornalistas.eu/?n=453>>. Acesso em 18 jul. 2017.

SINDICATO DOS JORNALISTAS (2002b). Marcos históricos na vida do SJ. Disponível em: <<http://www.jornalistas.eu/?n=485>>. Acesso em 19 jul. 2017.

SOBREIRA, Rosa Maria (2003). Os jornalistas portugueses (1933-1974): uma profissão em construção, Lisboa, Livros Horizontes.

TENGARRINHA, José (2006). Imprensa e opinião pública em Portugal, Coimbra, Minerva.

TRAQUINA, Nelson (2004). Teorias do Jornalismo. Volume 1: porque as notícias são como são, 2. ed., Florianópolis, Insular.

VERÍSSIMO, Helena Ângelo (2003). Os jornalistas nos anos 30/40: elite do Estado Novo, Coimbra, Minerva.

A relação do jornalista com as fontes e com a informação na era digital

Rafael Kondlatsch

Universidade Estadual Paulista (Unesp)
rafaelk@faac.unesp.br

Maria Cristina Gobbi

Universidade Estadual Paulista (Unesp)
mcgobbi@terra.com.br

Resumo

O presente artigo faz uma revisão bibliográfica a respeito de duas relações importantes que o profissional de imprensa tem com elementos do seu cotidiano: as fontes e a própria informação. O objetivo do texto é fazer uma discussão utilizando conceitos de diferentes autores sobre essas relações do jornalista trazendo para o campo do jornalismo na Internet (e das redes sociais) o que ainda é relevante desses apontamentos. Dessa forma se traça uma revisão teórica a respeito do trabalho dos jornalistas no que se refere à captação de dados e transformação deles em notícia.

Palavras-chave: Webjornalismo. Relação com as fontes na Internet. A informação em redes sociais.

The journalist's relationship with sources and information in the digital age

Abstract

This article is a literature review about two important relations that the media professional has with everyday elements: the sources and the information. The purpose of the paper is start a discussion using concepts from different authors about this journalist's relations bringing to the field of journalism on the Internet (and the social networks) what still relevant of these notes. Thus it draws a theoretical review about the work of journalists with regard to data capture and processing them into news.

Keywords: Web Journalism. Relationship with sources on the Internet. The information on social networks.

Introdução

Já se passaram 20 anos desde que o “Jornal do Brasil” lançou sua página na Internet e deu início à era conectada dos veículos de comunicação brasileiros. Essa estreia se deu em um tempo em que os trabalhos na rede de computadores ainda seguiam aquilo que Ribas (2004) classificou como mera transposição do conteúdo impresso para o meio digital. Nessas duas décadas o jornalismo brasileiro na Internet evoluiu, passando por diversos momentos bem distintos até chegar ao que se chama de *wejornalismo*, no qual há a presença de recursos

importantes para a divulgação de conteúdo e, principalmente, daquilo que se tornou o diferencial máximo da informação midiática no século XXI: a interatividade do público com os veículos de imprensa e jornalistas (Alves, 2006). Esse *webjornalismo* mudou a comunicação em rede, melhorou recursos de apresentação de notícias com auxílio de elementos como hipertexto, infográficos, vídeo e áudio, e criou possibilidades de sugestão de pautas com espaços nos *websites* destinados exclusivamente ao contato com o veículo. Contudo, foi a evolução da própria Internet, com a criação das redes e mídias sociais, que possibilitou a adoção de ferramentas de interação ainda mais potentes e úteis para os jornalistas. Essas ligações em rede conectam os profissionais de imprensa aos usuários em uma teia informativa repleta de *nós* (Recuero, 2009) permitindo que a interação aconteça antes, durante e depois da produção da notícia.

Se hoje, como no passado, o interesse público ajuda a pautar os *media*, a mudança que merece destaque fica por conta da amplificação da velocidade e do volume que as informações do público batem à porta da redação. Pode-se dizer que as fontes não cabem mais num caderninho de telefones, mas estão distribuídas pela rede publicando conteúdo de forma aleatória e em diferentes níveis informacionais. Muitas dessas fontes passam horas disparando dados que estão prontos para serem transformados em material jornalístico, dependendo apenas da sensibilidade e perspicácia dos profissionais para identificarem possibilidades e boas histórias. A capacidade de perceber e saber filtrar bons dados em meio a toda essa quantidade de informação se tornou uma característica importante para os jornalistas de Internet, uma qualidade tão significativa quanto o “faro da notícia” dos bons repórteres do século XX, que saíam às ruas garimpar informações que rendessem pautas para a edição seguinte.

Com a modernidade que se apresenta não é mais preciso sair da frente do computador para que isso aconteça, porque os usuários de redes e mídias sociais acabam sendo “[...] testemunhas oculares em potencial” (Bruns, 2011: 132), espalhados em vários lugares ao mesmo tempo. Há, inclusive, a possibilidade de que os primeiros dados de uma reportagem não sejam publicados na rede por um jornalista profissional, mas por um “cidadão conectado” (Anderson; Bell; Shirky, 2013: 50). Assim, da mesma forma que os jornalistas recebem essas informações do público, eles também dispõem desse espaço para difundir o material produzido atingindo um universo de receptores muito maior que o disponível há alguns anos.

Partindo dessa noção de uma realidade alterada na profissão dos jornalistas que trabalham com *web*, esse artigo se propõe a discutir a atividade do profissional do jornalismo digital a partir da abordagem de duas relações distintas e interligadas no processo que seriam a relação dos profissionais com as fontes – em primeira análise – e a relação dos jornalistas com a informação. Para isso será feita uma ampla revisão bibliográfica resgatando importantes conceitos iniciais sobre o tema de forma concomitante com novas visões.

A relação com as fontes

Para que exista uma notícia é preciso que haja uma motivação para o profissional da imprensa em reportá-la. Esse elemento motivador pode ser qualquer fato suficientemente atraente a ponto de chamar a atenção do redator. A notícia, em uma proposta fomentada por Herraiz (1966:19 *apud* Alsina, 2005: 181), seria “[...] aquilo que o jornalista acha que é interessante aos leitores e, portanto, a notícia é aquilo que interessa aos jornalistas”. Alsina (2005), ao pensar sobre essa origem da notícia, trabalha com o conceito de acontecimento como a sua matéria-prima elementar. Para o autor, a função da imprensa seria tornar públicos os acontecimentos atuando numa construção social da realidade. Nesse sentido, para que um acontecimento venha a se tornar público ele dependeria de três fatores fundamentais: os promotores das notícias (fontes), os coletores de notícias (jornalistas) e os consumidores de notícias (audiência). Essa mesma estrutura é também apontada por Correia (2011) quando ele define que:

[...] há três tipos de agentes que são recenseados como participantes nos acontecimentos: os promotores de notícias (*news promoters*) que tornam visível aos olhos de outros uma determinada ocorrência; os *news assemblers*, profissionais do campo jornalístico que trabalham a partir dos materiais fornecidos pelos promotores que transformam um conjunto finito de ocorrências em acontecimentos públicos; e os consumidores de notícias (*news consumers*) que criam uma percepção do tempo público a partir das notícias veiculadas pelos órgãos de informação (Correia, 2011: 94-95).

Nessa tríade, Alsina (2005) deixa claro que a relação acontecimento – fonte – notícia é uma prerrogativa básica para que a construção da realidade seja possível. Acontecimento, para o autor, seria um fato que o profissional de imprensa julga digno de atenção. E é a partir de um acontecimento - que Edgar Morin (1972C) definiria como a) tudo que se passa em tempo; b) todo improvável, singular, acidental -, que o jornalista inicia um processo de construção de uma realidade estritamente ligada ao tema de que trata, fazendo um recorte espaço-temporal que será passado à sociedade em forma de conhecimento legitimado como informação.

Fonte, por sua vez, pode ser entendida como qualquer pessoa/instituição que o jornalista observa ou entrevista, ou que fornece informações enquanto membro ou representante de grupos organizados (ou não) de utilidade pública ou de outros sectores da sociedade (Gans, 1979: 80). Brian McNair (1998: 147-150) buscou aprimorar a discussão e determinou uma tipologia de fontes segundo alguns critérios que ele considerou importantes na avaliação e classificação. Seriam eles: natureza (pessoais ou documentais, públicas ou

privadas); duração (fontes episódicas ou permanentes); o âmbito geográfico (locais, nacionais ou internacionais); grau de envolvimento no fato (oculares/primárias ou indiretas/secundárias); atitude face ao jornalista (fontes ativas/espontâneas ou passivas/abertas, resistentes); estatuto de visibilidade exigido (fontes assumidas ou fontes confidenciais); metodologia ou estratégia de atuação (fontes pró-ativas ou reativas, preventivas ou defensivas).

Wolf (1995) destaca que as fontes, justamente por possuírem critérios diferenciados em sua forma de atuação e de existência, não são iguais e nem têm mesmo grau de importância, assim como o acesso a elas e delas ao jornalista não é uniformemente distribuído. A relação entre os jornalistas e suas fontes seria, portanto, baseada numa cadeia de interesses divergentes que seriam mantidos por ambas as partes. Manuel Pinto (2000) procurou de forma sintática responder a seguinte questão sobre esses interesses: "o que procuram as fontes quando buscam a atenção dos media ou os jornalistas quando recorrem às fontes?" O resultado desses questionamentos foi colocado pelo autor da seguinte forma:

Quadro 1: Diferenças entre interesses de jornalistas e fontes

Fontes procuram	Jornalistas procuram
1. A visibilidade e atenção dos media	1. A obtenção de informação inédita
2. A marcação da agenda pública e a imposição de certos temas como foco da atenção coletiva	2. A confirmação ou desmentido para informações obtidas noutras fontes
3. A angariação de apoio ou adesão a ideias ou a produtos e serviços	3. A dissipação de dúvidas e desenvolvimento de matérias
4. A prevenção ou reparação de prejuízos e malefícios	4. O lançamento de ideias e debates
5. A neutralização de interesses de concorrentes ou adversários	5. O fornecimento de avaliações e recomendações de peritos
6. A criação de uma imagem pública positiva	6. A atribuição de credibilidade e de legitimidade a informações diretamente recolhidas pelo repórter

Fonte: Pinto, 2000: 280.

Observando o quadro é possível perceber que as fontes seriam um fator fundamental no trabalho do jornalista, visto que são elas quem fornece subsídios para a atuação do profissional, ajudando na construção da notícia desde a captura do acontecimento até a sua apuração e prestação de esclarecimentos. As fontes auxiliam ainda na atribuição de credibilidade a respeito das informações referentes ao fato. Wolf (1995: 222) ressalta o valor das fontes apontando sua decisiva participação na qualidade final da informação que será dada pelo *mass media*. Uma cooperação que, segundo ele, embora importante, acaba marginalizada em detrimento de uma valoração indevida do papel ativo dos jornalistas por conta de uma mitologia da profissão.

Essa atitude frente às fontes citada por Wolf (1995) tem relação com a história dourada do jornalista como caçador de notícias, dotado de um faro jornalístico apurado e uma percepção extraordinária dos acontecimentos. Uma idealização profissional que, na visão de alguns autores, não existe senão em casos específicos e raros de jornalismo investigativo. Segundo Holthfeldt, Martino e França (2001: 215) geralmente os jornalistas atuam de forma mais passiva no processo se atentando mais à seleção do que será ou não transformado em notícia, fomentando uma relação com diferentes fontes que serão utilizadas para o exercício diário do jornalismo. Com as Tecnologias de Comunicação e Informação, os jornalistas estão cada vez menos empenhados em atividades investigativas atrás de notícias. A rotina dos profissionais estaria se voltando mais ao material que chega às redações por meio das diversas fontes presentes na rede de contatos online, desde as pessoas comuns que contam uma história interessante, até os profissionais e instituições que têm como atividade exclusiva a finalidade de fornecer material noticioso como agências de notícias e assessorias de imprensa.

Essa relação fontes, jornalistas e público, contudo, não se mantém no jornalismo praticado na Internet. Autores como Machado (2003) apontam para uma ruptura no sistema de consulta e de manutenção das fontes no *webjornalismo* que tem como uma das suas principais características a descentralização de informações e a capacidade de tornar consumidores finais em fontes potenciais de notícias. Diferente do jornalismo tradicional, no qual as fontes fornecem subsídios para que o profissional da imprensa faça a difusão de conteúdo em forma de conhecimento estabelecido e sob o status de informação credível (Weber; Coelho, 2011: 58), na web a informação é formada por meio de fluxos constantes (*live streaming*) que envolvem diversos autores e fontes não oficiais e que podem quebrar essa cadeia organizada. No *webjornalismo* a informação que chega aos jornalistas pode simplesmente atingir o público com a mesma velocidade graças à presença dos atores nas redes e mídias sociais, que têm capacidade exponencial para ampliar essa visibilidade do acontecimento. Nesse jornalismo conectado o profissional da imprensa divide com os usuários das redes a responsabilidade pelas informações que circulam, em uma “[...] redistribuição de poderes de controle entre todos os membros do sistema, considerando que os usuários são ao mesmo tempo fontes e produtores de conteúdo” (Machado, 2003: 36). Essa divisão, segundo o autor, representaria a diluição de instâncias de controle antes definidas pelos jornalistas.

No ciberespaço, logo, a responsabilidade pela notícia não pertence mais ao jornalista, mas a todo um sistema de produção e divulgação que atua intermitentemente criando e recriando conteúdo. Nesse sistema, ressalta Machado (2003), o próprio jornalista desempenha um papel diferenciado de rastreamento de informações e comprovação de veracidade de conteúdo, agregando novas funções ao seu trabalho com a rede e incorporando usuários no circuito de produção de notícias. Francisco (2010, p. 5) é outra autora que reforça essa posição. Citando Kovach e Rosenstiel (2005) ela afirma que o fluxo aumentado de dados

demanda maior – não menor – exigência de profissionais dedicados a servirem de fontes reconhecidas e confiáveis e caberia aos jornalistas saberem encontrar “o bom material” que está disperso na Internet. Prado e Becker (2011) relembram, ainda, que nesse sistema o papel do jornalista como intérprete e verificador dos fatos noticiados se mantém, principalmente pela confiança neles depositadas pelos usuários como autenticadores de conteúdo. Manuel Pinto (2000) aponta também para a necessidade de, em meio a tantas fontes disponíveis, manter-se um padrão de verificação para atribuir credibilidade à informação. Wolton (1999b) pressupõe que quanto mais fontes produzindo conteúdo - tanto para jornalistas quanto para o público, maior a necessidade de mediadores, porque a edição desse volume de dados se torna impossível para o leitor.

Assim, o profissional da Internet demanda uma capacidade de filtragem muito maior que o jornalista da mídia tradicional, porque embora haja maior espaço para armazenamento de dados e publicação o objetivo deve ser o aproveitamento máximo por parte do público sobre a informação disponibilizada (Nicola, 2004: 47). Ao cumprir a prerrogativa de publicar bons dados e com agilidade o *webjornalista* conquista a atenção do público e também das fontes, principalmente nas redes sociais que, segundo Recuero (2009), servem tanto como fontes produtoras de informação quanto como espaços de reverberação. Para a autora, as redes possibilitam encontrar especialistas que auxiliem na proposição de pautas e informações inéditas. Sabendo se valer dessa vantagem o jornalista pode transformar o benefício de bons contatos em capital social, o que refletiria em aumento no público que o acompanha tornando-se *nó* central em redes online. Quanto mais centralizado e significativo um jornalista se torna, maior a sua capacidade de manter relevância, o que pode valer a sua própria sobrevivência no ambiente conectado (Anderson, Bell e Shirky, 2015).

Relação com a informação (construção da notícia)

O jornalismo e a verdade

A partir do conceito de acontecimento descrito anteriormente Alsina (2005) afirma que a representação da realidade, por parte dos *media*, extrapola a própria realidade perceptível. Pois, ao recolher a informação crua que servirá de matéria-prima e redigir aquilo que, com o tratamento adequado passará a ser informação ordenada ao seu público, o profissional aproxima as pessoas de acontecimentos que não puderam presenciar ou, se presenciaram, permitirá que observem a partir de outro ângulo que não aquele que já dispõem.

Ao serem apresentados como representantes da sociedade nos acontecimentos, encarregados de fazer a transcrição dos fatos ao público, os jornalistas teoricamente assumem um comprometimento de portarem a verdade, tendo-se por base que sua obrigação

deontológica sugere que o façam. Entende-se como premissa da função social admitida pelos meios de comunicação - principalmente do jornalista - fazer um apanhado da verdade e trabalhar a partir dela mantendo sua validade para que passe a ser mais que apenas um pedaço de realidade fragmentada, mas informação clara e fluente que possa ser absorvida e interpretada com confiança pelo público. Um papel ainda mais ativo na Internet, em que a fragmentação da informação acontece a níveis antes não experimentados visto que muitas vezes vêm através de diversas postagens esparsas em diferentes mídias e locais. Nesse sentido, Sodré e Paiva (2011: 21-22) atribuem ao jornalista a missão do esclarecimento – “iluminismo”- porque, para eles, através da imprensa a verdade factual esclareceria o público. De acordo com os autores, se acreditamos em uma história, o fazemos porque ela foi testemunhada direta ou indiretamente “[...] por uma mediação confiável a cargo do jornalismo”. A imprensa, portanto, seria a antítese da boataria. Seguindo a mesma linha, Martinez Albertos (1977: 35-36) define que notícia é um fato verdadeiro, inédito ou atual, que se comunica a um público. Já Gomes (2009: 11) atesta que “[...] só é notícia um ato verbal que comporte uma pretensão de ser verdadeiro”. Essas afirmações, embora teoricamente aceitáveis quando pensado o papel do jornalista na sociedade, não representam a prática nem dão cobertura à ampla discussão sobre o conceito que vincula a notícia à verdade. Alsina (2005) questiona a validade da expressão “fato verdadeiro”, pois, para ele, a notícia não seria um fato em si, mas a sua narração e por isso seria absolutamente questionável a sua necessidade de refletir estritamente a verdade para ser reconhecida como tal. “Há notícias falsas que nem por isso deixam de ser notícia” (Alsina, 2005: 182). Nilson Lage (2001: 135), por sua vez, lembra que “[...] a verdade é uma abstração que existe objetivamente como qualidade”. Para ele, é necessário que o jornalista saiba como captar a realidade de forma mais justa (ou verdadeira) e saiba lidar com os fatos para evitar as verdades acabadas que a sociedade propõe e que estão disponíveis ao profissional da imprensa. Existiriam, dessa forma, dois gêneros de verdade consideráveis nas notícias sendo um intrínseco ao fato e sua narrativa e outro disposto na atividade do jornalista “[...] no paradigma da escolha das palavras, da ordem e seleção dos acontecimentos” (Lage, 2001: 154).

A verdade da notícia, vista dessa forma, está diretamente ligada ao exercício profissional do jornalista e à sua percepção da realidade. Para Correia (2011: 23) a exatidão das notícias depende da precisão com que um acontecimento possa ser observado. A verdade estaria mais ligada à percepção do jornalista sobre o fato ocorrido que ao próprio acontecimento em si.

A não ser que o acontecimento seja de uma natureza que possa ser medido, especificado, nomeado, qualquer relato jornalístico está sujeito aos acasos e preconceitos da observação. Verifica-se que apenas numa pequena parte de todo o

campo do interesse humano o corpo da verdade e das notícias coincide. Há apenas uma pequena parte de conhecimento exato que não requer competências ou formação especial para lidar com ele. O resto fica à discrição do jornalista (Correia, 2011: 23).

Por conta dessa incumbência, inerente ao exercício da profissão, espera-se que o repórter esteja habilitado e tenha sensibilidade para reconhecer a verdade dos fatos e tenha em mente a sua responsabilidade para com ela, não omitindo ou alterando qualquer ponto influente no entendimento daquilo que efetivamente aconteceu e que seja objeto de sua matéria. Essa prerrogativa que daria aos jornalistas a sua legitimidade, derivada de um pacto implícito entre o profissional e seu leitor, que é quem lhe outorga o reconhecimento (Sodré; Paiva, 2011: 25). A partir de um compromisso firmado com a esfera pública, Correia (2011) afirma que a sociedade incutiria algumas funções aos veículos de comunicação em troca do seu reconhecimento como instituição relevante para a vida pública. Um compromisso que Hohlfeldt, Martino e França (2001) colocam da seguinte forma:

De modo geral admite-se que os meios de comunicação de massa devem: a) tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como algo notável de ser noticiado; b) elaborar relatos capazes de retirar do acontecimento seu nível de particularidade (idiossincrático), tornando-o generalizável (contextualizado); c) organizar temporal e espacialmente este conjunto de tarefas transformadoras, de modo que os eventos noticiados fluam e possam ser explorados racional e planificadamente (Hohfeldt; Martino; França, 2001: 207).

Poderíamos então deduzir que o profissional da imprensa deva saber reconhecer um acontecimento/fato noticiável e ter conhecimento para trabalhar sobre ele preservando seu conteúdo e traduzindo suas especificidades para uma linguagem que seja inteligível por qualquer membro da sociedade e em diferentes meios de difusão. Ainda é necessário pensar que o jornalista deve saber buscar a verdade sobre os relatos – fragmentados ou não. A Internet é terreno fértil para boataria e é comum informações falsas ganharem destaque e alastrarem com facilidade, principalmente nas redes e mídias sociais. A política, além do mundo das celebridades, é um dos campos preferidos para o surgimento de *hoax* (notícias falsas em meios digitais), principalmente durante períodos de grande mobilização de

noticiários¹. Espera-se do *webjornalista* sagacidade suficiente para duvidar e buscar mais referências antes da publicação, evitando assim contribuir para a desinformação em rede, algo que sua função é exatamente evitar.

Critérios de noticiabilidade na era digital

Uma notícia não nasce pronta. Ela é resultado de uma série de etapas e um conjunto de fatores que, reunidos, darão o corpo e o conteúdo necessários para que a informação nela contida possa ser facilmente identificável pelo receptor e inteligível a ponto de cumprir sua missão de repassar um conhecimento específico sobre o fato que a gerou. Wolf (1995) considera que o objetivo de um órgão de imprensa, não implicando aqui qual o meio, é apresentar relatos dos acontecimentos significativos e importantes. Esse objetivo, para ele, apesar de parecer simples, é um fenômeno inextricavelmente complexo porque o órgão precisa, antes de tudo, selecionar o que pode vir a ser notícia em meio a uma gama incontável de acontecimentos inerentes à vida cotidiana. “A seleção implica, pelo menos, o reconhecimento de que um acontecimento é um acontecimento e não uma casual sucessão de coisas cuja forma e cujo tipo se subtraem ao registro” (Wolf, 1995: 188). A partir dessa necessidade de distinguir os acontecimentos, os veículos de imprensa precisam retirá-lo de um universo idiossincrático (individual) e colocá-lo em uma ordem de fatores previamente classificados para que possam se tornar informação útil à comunidade. Em uma analogia sugerida pelo próprio Wolf (1995), os veículos devem utilizar a mesma estratégia dos hospitais que reduzem cada paciente em um conjunto de sintomas e doenças. Feita essa redução e analisadas as características desse apanhado de informações do acontecimento, o jornalista irá então definir como trabalhar com elas. Para Alsina (2005: 131) toda essa etapa da produção da notícia pode ser vista em dois momentos bem definidos: a seleção dos itens e a hierarquização deles para a construção do noticiário. Nesse momento as escolhas feitas pelos veículos aconteceriam mais por decisões internas do órgão de imprensa, baseadas em critérios próprios de relevância, e menos por pressões externas.

Excluindo-se do processo as pressões políticas e monetárias externas é possível afirmar que as decisões sobre os fatos e acontecimentos que serão transformados em notícias normalmente são tomadas com base em critérios pré-existentes, adotados pelos jornalistas como norteadores da atividade (Weber; Coelho: 2011). Essa postura seria facilmente assimilada pelos profissionais por permitir uma sistematização do trabalho dentro da redação

1 Nas semanas em que se agravou a crise política brasileira três das cinco notícias mais compartilhadas no Facebook eram falsas segundo estudo do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas de Acesso à Informação da USP. Disponível em http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160417_noticias_falsas_redes_brasil_fd. Acesso em 20.04.2017.

no momento de elencar quais fatos receberão devida atenção no escasso tempo entre o começo da atividade diária e o fechamento da edição que irá chegar ao público. Hohlfeldt, Martino e França (2001) acrescentam que a organização desse trabalho determina e define o que seja notícia e legitima o seu processo produtivo. Para os autores, a noticiabilidade de um fato poderia ser vista como um conjunto de condições que se estabelece para que um acontecimento adquira existência enquanto notícia. A utilização desses critérios serviria para avaliar a noticiabilidade (*newsworthiness*) de um fato e, de forma conjunta, auxiliar no controle e gerenciamento da quantidade de acontecimentos dentre os quais serão selecionadas as notícias (WOLF, 1995, p. 195). Para Silva (2005), portanto, a noticiabilidade seria todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia.

[...] desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (Silva, 2005: 2).

Wolf (1995: 195), nesse contexto, faz uma abordagem mais restritiva em relação aos critérios, afirmando que os valores-notícia (*news value*) seriam os principais componentes desse conjunto por darem a resposta mais direta ao seguinte questionamento: "Quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?". Traquina (2008: 63) também atribuiria aos valores-notícia a aptidão de apontar um fato que mereça receber tratamento jornalístico para ser levado ao conhecimento público por meio da imprensa. Shoemaker e Vos (2011: 42) afirmam que os valores-notícia são construtivos cognitivos que preveem apenas parcialmente quais eventos entrarão na mídia e como serão cobertos. Para os autores, eles não possuem um valor de notícia inerente, mas apenas as pessoas podem decidir acerca do valor-notícia de um evento. Sobre esses fatores, Shoemaker e Vos (2011) reforçam que há uma série de listas que trazem atributos para notícias, isso porque, segundo Wolf:

[...] o rigor dos valores-notícia não é, pois, o de uma classificação abstrata, teoreticamente coerente e organizada; é, antes, a lógica de uma tipificação que tem por objetivo atingir fins práticos de uma forma programada e que se destina, acima de tudo, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos (Wolf, 1995: 197).

Dessa forma Shoemaker e Vos (2011: 42) citariam como fatores importantes *timing*;

proximidade; importância; impacto ou consequência; interesse; conflito ou controvérsia; sensacionalismo; proeminência; e novidade, estranheza ou raridade. Traquina (2008: 78), citando os valores de Galtung e Ruge (1965), reforça a notoriedade do ator como um dos valores-notícia mais utilizados na comunidade jornalística porque, segundo ele, “[...] quanto mais um acontecimento disser respeito a uma pessoa da elite, mais será transformado em notícia”. Shoemaker e Vos (2011: 41) destacam esse critério para lançar uma crítica sobre os veículos de comunicação contemporâneos, que banalizaram a fofoca e as notícias insistentes sobre celebridades e pessoas proeminentes, afirmando que “[...] a linha entre o entretenimento e notícias sobre o mundo está tão borrada que em alguns veículos de comunicação ela inexistente”.

Justamente por serem mutáveis com os anos (Traquina, 2008: 95) - assuntos que não existiam no passado podem receber destaque da mídia no futuro com as redes e mídias sociais, por exemplo - e variáveis entre diferentes tipos de veículos - jornais locais têm valores-notícia diferentes da grande imprensa, é que os pesquisadores insistentemente se debruçam para analisar as decisões e escolhas dos jornalistas pelos itens noticiosos. Silva (2005: 11) compilou algumas das abordagens que julgou importantes em um quadro definido a partir dos principais critérios levantados por cada pesquisador.

Quadro 2: Elenco de valores-notícia

TEÓRICO	VALORES NOTÍCIA
BOND	Referente à pessoa de destaque ou personagem público (proeminência); incomum (raridade); referente ao governo (interesse nacional); que afeta o bolso (interesse pessoal/econômico); injustiça que provoca indignação (injustiça); grandes perdas de vida ou bens (catástrofe); consequências universais (interesse universal); que provoca emoção (drama); de interesse de grande número de pessoas (número de pessoas afetadas); grandes somas (grande quantia de dinheiro); descoberta de qualquer setor (descobertas/invenções) e assassinato (crime/violência).
CHAPARRO	Atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, consequências, curiosidade, dramaticidade, surpresa.
ERBOLATO	Proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura/conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial, oportunidade, dinheiro, expectativa/suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas/invenções, repercussão, confiança.
GALTUNG & RUGE	Frequência, amplitude, clareza ou falta de

	ambigüidade, relevância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo.
GANS	Importância, interesse, novidade, qualidade, equilíbrio.
GOLDING-ELLIOT	Drama, visual atrativo, entretenimento, importância, proximidade, brevidade, negativismo, atualidade, elites, famosos.
HETHERINGTON	Importância, drama, surpresa, famosos, escândalo sexual/crime, número de pessoas envolvidas, proximidade, visual bonito/atrativo.
LAGE	Proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana.
LIPPMAN	Clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal.
SHOEMAKER ET. AL.	Oportunidade, proximidade, importância / impacto, consequência, interesse, conflito /polêmica, controvérsia, sensacionalismo, proeminência, novidade / curiosidade / raro.
STIELER	Novidade, proximidade geográfica, proeminência e negativismo
WARREN	Atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequências
WOLF	Importância do indivíduo (nível hierárquico), influência sobre o interesse nacional, número de pessoas envolvidas, relevância quanto à evolução futura.

Fonte: Silva, 2005: 11.

Na tabela é possível perceber que muitos valores-notícia se repetem em diferentes classificações dos autores citados - como proximidade e proeminência, por exemplo. Apesar de considerar todas as classificações importantes - cada uma em seu contexto, por conta do vasto número de listas e discussões - algumas dividindo em macro e micro valores-notícia, que por sua vez se dividem em positivos e negativos - este trabalho optou por fazer um aprofundamento nos estudos do teórico italiano Mauro Wolf (1995), que é uma referência internacional quanto ao assunto sendo constantemente citado por outros escritores (Silva, 2005; Correia, 2011; Traquina, 2003, 2008). Wolf parte do princípio que os valores-notícia podem ser divididos, inicialmente, em dois grupos classificados em valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção. No primeiro o jornalista faria uma análise para escolher quais acontecimentos são interessantes candidatos a virar matéria na imprensa. Dentro desse grupo, contudo, existiriam outros dois sub-grupos que dividiriam os valores-notícias de seleção em: a) substantivos - relativos a avaliação direta do acontecimento em relação a sua importância ou interesse como notícia; e b) contextuais - que dizem respeito ao contexto da produção da notícia. Já os valores-notícia de construção seriam qualidades de sua constituição como notícia e funcionariam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado e o que deve ser omitido.

Considerando a dinâmica dos valores-notícia, Wolf (1995) credita quatro pressupostos que podem ser destacados para explicar a variação e construir uma teorização sobre a adoção de determinados critérios em diferentes meios, espaços temporais e geográficos. Segundo ele, os valores-notícia derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas: a) às características substantivas das notícias ou seu conteúdo; b) à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; c) ao público; d) à concorrência.

A primeira categoria de considerações diz respeito ao acontecimento a transformar em notícia; a segunda, diz respeito ao conjunto dos processos de produção e realização; a terceira, diz respeito à imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários e a última diz respeito às relações entre os *mass media* existentes no mercado informativo (Wolf, 1995: 200).

Seguindo sua linha de raciocínio, Wolf (1995: 215) ratifica, contudo, que nem todos os valores-notícia são importantes de igual modo e alguns sequer são relevantes para determinadas notícias. Gans (1979: 279) aponta que se todos os valores-notícia tivessem obrigatoriamente de ser considerados os jornalistas não teriam como executar as suas tarefas em tempo hábil de fechar as edições. Esse paradoxo, entre a importância da avaliação e a necessidade de dar andamento ao trabalho, Wolf (1995) denomina como “caráter negociado de noticiabilidade”. De acordo com o teórico, os critérios relevantes são variáveis de acordo com determinados fatores que determinam que “[...] a *transformação*² de um acontecimento em notícia é o resultado de uma ponderação entre avaliações relativas a elementos de peso, relevo e rigidez diferentes quanto aos procedimentos produtivos” (Wolf, 1995: 215).

Quando se fala em valores-notícia e critérios de noticiabilidade no *webjornalismo* alguns conceitos primários acabam por perder um pouco da sua força, como a proximidade e, em alguns casos, o próprio ineditismo. No jornalismo online a possibilidade de acrescentar mais dados a histórias já conhecidas muitas vezes tem um peso maior na decisão do jornalista. Primo (2011: 134) cita Clay Shirky (2008) para exemplificar essa nova realidade do jornalismo 2.0 que já não depende tanto dos critérios de noticiabilidade e do modelo tradicional. Segundo Shirky (2008: 64-65) a notícia até pouco tempo acabava sendo vista como “a) eventos que respondem aos critérios de noticiabilidade; b) eventos cobertos pela imprensa”. Atualmente, para ele, a pergunta a ser respondida pelos jornalistas não é mais *por que publicar?* e sim *por que não publicar?*. Para Wolton (2001: 26) é preciso que o jornalista tenha em mente que o conteúdo deva ter algum interesse, é o que o autor chama de “[...] distinguir a informação-valor, que é fator de liberdade individual, da informação-mercadoria, que, essa é padronizada”.

2 Grifo no original.

Considerações finais

Apesar dessas duas décadas de jornalismo online no Brasil, há muito ainda o que se discutir em relação à atividade do jornalista na era digital, pois nem se sabe ao certo o real impacto que as mudanças tecnológicas devem impor à profissão nos próximos anos. Autores como Costa (2014) lembram que os jornais sequer mudaram os seus modelos de negócio para o *webjornalismo*, mas ainda dependem de modelos adaptados no qual o sistema de produção do impresso foi apenas transposto para o universo online. As instituições estão perdidas nesse espaço-tempo de transição, grande parte porque as escolas de comunicação, universidades e empresas não estão dando conta de acompanhar as mudanças promovidas pelas tecnologias.

O capital social proveniente de anos fornecendo informação mantém os jornais e veículos de prestígio com certa vantagem junto ao público e fontes, que ainda suspiram pela atenção dos *media*. Contudo, é possível que dentro de algum tempo essa moral adquirida esmaça em meio às possibilidades de informação em formato *peer-to-peer* (P2P) em que, assim como sistemas sem servidor central, os dados sejam trocados com confiança, credibilidade e precisão entre os próprios usuários.

Cabe, entretanto, questionar como se dará esse movimento e qual efetivamente será o papel do jornalista quando essa transição estiver se completando. No momento não é possível visualizar a rede sem mediadores, pois, nas palavras de Palácios (2003: 3) “[...] ninguém é um cidadão do mundo, querendo saber tudo, sobre tudo, no mundo inteiro. Quanto mais informação há, maior é a necessidade de intermediários”. E pode-se dizer que ainda estamos numa fase de crescimento exponencial de conteúdo sem ao certo sabermos o que fazer com ele. A ascensão das redes e mídias sociais nos possibilitou o espaço que precisávamos para disponibilizar o que quer que fosse a quem quer que fosse, mesmo sem saber ao certo o porquê. A organização desse material em um fluxo aproveitável por qualquer *nó* da rede e com a mesma facilidade talvez seja o real desafio das redes inteligentes de informação e será nesse momento que o papel do jornalista poderá ser colocado em xeque. Até lá, o caminho mais provável entre as fontes e o público continuará sendo o veículo de confiança do usuário da Internet.

Referências Bibliográficas

- ALSINA, Miquel Rodrigo (2005). La construcción de la noticia. Barcelona, Paidós Comunicación.
- ALVES, Rosental Calmon (2006). Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução continua. Revista Comunicação e Sociedade, v. 9-10, p. 93-102.
- ANDERSON, Christopher W. BELL, Emily; SHIRKY, Clay (2015). Post-Industrial Journalism:

Adapting to the Present. *Geopolitics, History and International Relations*, v. 7(2), p. 32–123.

BRUNS, Axel (2011). Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real: novos desafios para o Jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, v.7 (2), p. 119-140.

CORREIA, João Carlos (2011). O Admirável Mundo das Notícias: teorias e métodos. Covilhã, LabCom.

COSTA, Caio Túlio (2014). Um modelo de negócio para o jornalismo digital. Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. *Revista de Jornalismo ESPM*, nº 9 (abr., mai., jun.), p. 51-115.

FRANCISCO, Kárita Cristina (2010). O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais? *Revista online Prisma.com*, nº 12, 2010.

GANS, Herbert (1979). *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, News, Newsweek and Time*. New York, Pantheon Books.

GOMES, Wilson (2009). *Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teorias do jornalismo*. Florianópolis, Insular.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera V. (org.) (2001). *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, Vozes.

LAGE, Nilson (2001). *Ideologia e Técnica da Notícia*. Florianópolis, Ed. da UFSC.

MACHADO, Elias (2003). *O Ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador, Calandra.

MARTINEZ-ALBERTOS, Jose Luis (1997). *El ocaso del periodismo*. Barcelona, S.L. Editorial CIMS.

MCNAIR, Brian (1998). *The sociology of journalism*. Oxford, University Press.

MORIN, Edgar (1972c). L'événement-sphinx. *Communications*, 18(1), p.6-20.

NICOLA, Ricardo (2004). *Cibersociedade: quem é você no mundo on-line?* São Paulo, Editora Senac.

PALACIOS, Marcos (2003). *Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático*. Artigo online disponível em http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_redeshibridas.pdf. Acesso 08.10.2017.

PINTO, Manuel (2000). Fontes Jornalísticas. Contributos para o mapeamento do Campo. *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação*, v. 14(1-2), p. 277-294.

PRIMO, Alex (2011). Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. *Intexto, Porto Alegre, UFRGS*, v. 2 (25), p. 130-146.

RECUERO, Raquel (2009). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre, Sulina.

RIBAS, Beatriz. *Características da Notícia na Web: Considerações sobre modelos narrativos*.

Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line. Salvador: 2004. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_caracteristicas_noticia_web.pdf. Acesso em 04.10.2017.

SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, Tim P. (2011) Teoria do Gatekeeping: seleção e construção da notícia. Porto Alegre, Penso.

SILVA, Gislene (2005). Valores-notícia: atributos do acontecimento. Para pensar critérios de noticiabilidade. V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2005, Rio de Janeiro. Anais..., Rio de Janeiro, INTERCOM.

SODRÉ, Muniz.; PAIVA, Raquel (2011). Informação e boato na rede. In: SILVA, Gislene et. al. (org.). Jornalismo Contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós.

TRAQUINA, Nelson (2008). Teorias do Jornalismo Volume II. A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis, Insular.

WEBER, Maria Helena.; COELHO, Marja Pfeifer (2011). Entre jornanismos e poderes. In: SILVA, et. al. (org.). Jornalismo Contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas. Salvador: EDUFBA; Brasília, Compós.

WOLF, Mauro (1995). Teorias da Comunicação. Lisboa: Editora Presença.

WOLTON, Dominique (2001). Pensar a Internet. Revista FAMECOS. Porto Alegre, nº 15, p. 24-28.

WOLTON, Dominique. Entrevista a Catherine Mallaval, Liberation, 20/21March 1999b. Disponível em <http://amsterdam.nettime.org>. Acesso em 20.04.2017.

O gatekeeper na era dos novos media: novas práticas para um conceito antigo

Gil Baptista Ferreira

Escola Superior de Educação
Instituto Politécnico de Coimbra
Labcom-IFP
gbatista@esec.pt

Resumo

O artigo propõe-se discutir o conceito de gatekeeper à luz das transformações, motivadas pelo surgimento dos novos media, que afetam o jornalismo e a sociedade. Ao mostrar como o novo contexto social e tecnológico retira validade à conceção clássica de gatekeeper, procura, à luz de práticas e acontecimentos, problematizar o seu exercício e identificar-lhe novos sentidos com valor cívico.

Palavras-chave: Gatekeeper; Novos Media; Jornalismo.

Abstract

The article proposes to discuss the concept of gatekeeper in the light of the transformations that affect journalism and society, motivated by the emergence of new media. Showing how the new social and technological context makes invalid the classic notion of gatekeeper, in the light of practices and events, it seeks to question its exercise and to identify new senses with civic value.

Keywords: Gatekeeper; New Media; Journalism.

Introdução

Existe uma variedade de perspetivas teóricas que procuram explicar o impacto das transformações no jornalismo sobre as sociedades e as práticas de cidadania nelas existentes. A literatura indica como as tecnologias dos novos media vieram desafiar uma das “verdades” mais fundamentais do jornalismo, a saber: a que descreve o jornalista profissional como “aquele que determina o que o público vê, ouve e lê sobre o mundo” (Deuze, 2005: 451). Foi a partir da atenção a este desafio que um vasto conjunto de investigadores (Shoemaker e Vos, 2009; Bruns, 2011; Hermida, 2011; Papacharissi, 2010; Moreno e Cardoso, 2016)

identificaram como um conceito central nas práticas jornalísticas e na razão de ser do jornalismo é afetado de forma decisiva na era digital – o conceito de *gatekeeping*.

É sabido que aos media tradicionais correspondia a função de filtro, retendo as informações com reduzido valor-notícia e produzindo e distribuindo as que o têm. Ora, o *gatekeeping* é uma prática que resultou fundamentalmente de um ambiente de escassez (de canais de notícias e de espaço para as notícias dentro desses canais). Logo, qualquer crescimento do espaço disponível para as notícias desafia necessariamente o funcionamento deste tipo de prática. À medida que as publicações noticiosas se estabeleceram nos ambientes online, onde o espaço ou a duração dos conteúdos não limita a profundidade, a amplitude e a cobertura jornalística, um sistema rígido de *gatekeeping* terá deixado de ser necessário (Bruns, 2011).

Em comparação com o que sucedia antes do seu aparecimento, a Internet oferece muitas mais oportunidades para indivíduos comuns interagirem entre si e com os jornalistas. Os leitores podem personalizar um portal de notícias (seja uma página online de um jornal ou um agregador de notícias), escolhendo as categorias e ordenando-as em acordo com as suas preferências, atuando como *gatekeepers* de si próprios. Nas atuais plataformas, qualquer leitor pode ainda, na maioria dos jornais, dirigir uma mensagem a um editor ou a toda uma vasta audiência. Ora, “este alto nível de interatividade transforma os membros da audiência em *gatekeepers*” (Shoemaker e Vos, 2009: 6) – mas num sentido já muito desvirtuado do termo. Num contexto em que todos podem produzir e disseminar qualquer informação, a função de *gatekeeping* modificou a sua natureza: nalgumas leituras terá deixado de fazer sentido uma vez que deixa de existir um só ‘*gate*’ que alguém teria a função de manter ou guardar (cf. Moreno e Cardoso, 2016: 299).

Papacharissi, por seu turno, assinala que o ato de “submeter, escolher e aprovar formas particulares de *estórias* jornalísticas confirma, contradiz ou expande as agendas informativas *mainstream* e transforma os leitores em *gatekeepers* noticiosos” (Papacharissi, 2010: 153). Na perspetiva da investigadora grega, na posse destes privilégios de agendamento as audiências procurarão formas de negociar as suas preferências e interesses individuais num espaço de valorização cambial de agendas (*gatekeeping currency*). Onde, num registo menos definitivo, as transformações dos media não significarão de todo a diluição do conceito de *gatekeeper*, mas implicarão antes a sua apreciação sob novas variáveis, que, embora o alterem de forma essencial, não lhe retiram validade e interesse.

É este o debate de que este texto procura dar conta, num esforço para questionar o estatuto atual do conceito de *gatekeeper* e o papel que lhe é reservado. Sob uma perspetiva muito precisa: atendendo aos desenvolvimentos de natureza tecnológica que marcam o exercício do jornalismo, mas igualmente às transformações sociais com que tem que lidar – concretamente,

as novas formas de participação e interatividade que os indivíduos comuns possuem ao dispor e muitas vezes utilizam, e as consequências que estas práticas possuem na produção e na difusão da informação.

Novos guardas nos portões

Entre os recursos de inquestionável relevância neste debate encontram-se os media sociais (ou *redes sociais*). Através do envolvimento de um grande número de utilizadores, é possível através deles criar uma agenda de temas, com valor informativo, alternativa às seleccionadas pelos editores de notícias dos media *mainstream*. A este propósito, encontra-se descrito na literatura o papel de agendamento desempenhado pelo *YouTube*, pelo *Facebook* e pelo *Twitter* em diversos momentos da história recente, sobretudo após as eleições iranianas de 2009 (Newman, 2011: 30). O processo tem sido replicado com impactos distintos e igualmente de qualidade democrática diversa. Resume-se, na maioria dos casos, a *estórias* trazidas numa primeira fase pelos novos media, e depois “contextualizadas e validadas pelos media convencionais” (Foster, 2012: 21), em todo o caso impondo a apreciação do exercício de *gatekeeper* sob uma nova luz.

As consequências de considerarmos o conceito de *gatekeeper* sob uma nova perspetiva podem ser ilustradas de forma adequada, e num sentido distinto, a partir de diversas análises de desenvolvimentos políticos recentes – algumas de sentido oposto.

Tomemos como ilustração fenómenos como o referendo britânico do *Brexit* ou o surgimento de Donald Trump como candidato republicano para a presidência dos Estados Unidos – e façamo-lo através de uma análise que não se limite a entendê-los como meros subprodutos de formas de populismo ressurgente, mas os insira no quadro mais geral do atual paradigma da sociologia da informação. Katharine Viner, editora do *The Guardian*, escrevia recentemente (2016) que “quando um facto começa a parecer-se com o que sentes como verdadeiro, torna-se muito difícil alguém dizer qual a diferença entre factos verdadeiros e ‘factos’ que não o são.” Na sua perspetiva, a campanha “*leave*” no referendo britânico à permanência na União Europeia estava ciente disso – e tê-lo-á tomado como vantagem, num contexto como o das atuais democracias liberais, em que nenhuma autoridade possui o poder de sindicat reivindicações políticas.

Viner evocou a aceitação pública por parte da campanha pelo “*leave*” de que os factos não iriam ganhar a disputa: “Os factos não funcionam. (...) Há que estabelecer uma conexão emocional com as pessoas. É o sucesso Trump,” disse um dos principais promotores dessa campanha. A explicação de Viner é simples: “Quando os factos não funcionam, e os eleitores

não confiam nos media, todos acreditam na ‘sua’ verdade” (Viner, 2016). Em ambos os casos (*Brexit* e Trump), Viner denuncia uma das faces da fragilidade crescente dos media: o afrouxamento do controlo do que classifica como “limites da expressão pública aceitável”. Escreve que durante décadas os jornalistas das grandes organizações de media possuíam a função de *gatekeeper*: exerciam-na sempre que ajuizavam sobre quais as ideias que podiam ser publicamente discutidas e quais as que eram demasiado radicais, indevidamente fundamentadas ou que não se traduziam num contributo cívico.

É-nos hoje possível verificar que o enfraquecimento destes filtros é, em simultâneo, positivo e negativo, com oportunidades e perigos. As consequências da situação descrita estão presentes quando vemos os meios de comunicação social tradicionais seguirem as agendas das redes sociais, criadas e alimentadas pela ação de indivíduos, mas também por organizações de várias naturezas (político-partidária, corporativa, comercial). Em resultado, os media tradicionais acabam, muitas vezes, por comportar-se como *cataventos digitais* (Newman, 2011: 25) que reproduzem uma agenda que não criam nem controlam. A função de *gatekeeping* passa, em grande parte, a ser partilhada com os utilizadores dos media, que, além disso, fazem ainda a agregação e a curadoria da informação que consomem. Na expressão de Jim Hall, constroem a sua própria “dieta” informativa (Hall, 2001: 18), entregue sob a forma de ficheiros de texto, imagens e som no ecrã de um qualquer dispositivo (fixo ou móvel) de comunicação, respondendo de forma personalizada à configuração dos interesses de cada utilizador.

O resultado deste processo possui (ou melhor, partilha) os riscos associados a boa parte da comunicação através dos novos media: a “balcanização das notícias através da provisão de informação de nicho” (Hall, 2001: 20), ou uma espécie de “bolha informativa” (Pariser, 2011), dentro da qual cada indivíduo se movimenta. De um ponto de vista da qualidade da vida pública, este fator representa uma ameaça: reflete-se num ambiente informativo que privilegia a conformidade em prejuízo da diversidade e da pluralidade de opiniões, e dispensa os indivíduos da exposição a temas e informações contrários aos seus interesses. Importa sublinhar que a diversidade e a pluralidade são condições do bom funcionamento da vida cívica, e eram justamente dois dos valores socialmente institucionalizados pelo jornalismo, que o jornalismo online, nesta medida, poderá ameaçar (Moreno e Cardoso, 2016: 300).

Uma outra abordagem, desenvolvida por Foster (2012), chama a atenção para o papel de *guarda dos portões* exercido por outros intermediários digitais, concretamente pelos agregadores de notícias (como o *Yahoo*, *Notícias ao Minuto* ou o *Sapo Jornais*), os motores de busca (como o *Google*), os media sociais (como o *Facebook*) e as lojas digitais (como a *Apple* ou a *Amazon*).

Todos enviam aos utilizadores conteúdos noticiosos a partir de outros fornecedores de notícias,

utilizando para esse fim uma extensa variedade de *software*, canais e dispositivos, e constituem hoje um importante meio de acesso à informação – em 2012, já entre 20% a 30% dos conteúdos informativos eram alcançados através destas funcionalidades e dispositivos. Particularmente o primeiro grupo – os agregadores de notícias –, situa-se num registo de funcionamento relativamente próximo dos media informativos, fornecendo pacotes de informação devidamente ajustados ao perfil do utilizador, chegando ainda a gerar – ou pelo menos editar – novos conteúdos, sem, contudo, lhes serem reservados iguais deveres em termos de pluralidade, propriedade ou regulação. No que aqui nos importa, é igualmente possível (e relevante) pensar estas organizações como *gatekeepers*, na medida em que controlam fluxos, selecionam, classificam e de seguida distribuem informação. Ao fazê-lo, têm um impacto potencialmente profundo no modo como nos integramos, pensamos e participamos na nossa vida democrática.

Foster (2012: 6) indica quatro dimensões da ação destes intermediários que merecem uma atenção cuidada, pelas suas potenciais consequências: 1. o controlo que exercem na escolha do que distribuem; 2. os julgamentos editoriais que fazem sobre o conteúdo das notícias que encaminham; 3. o seu papel na transformação dos modelos económicos para o fornecimento de notícias e 4. a sua propensão e capacidade para influenciar a agenda política. Naturalmente, é possível sustentar que estes intermediários não se afirmam (ainda?) como canal preferencial para o jornalismo. Os media propriamente informativos possuem outros canais (privilegiados) através dos quais chegam ao público, e os públicos têm a possibilidade de aceder às notícias através de diversas outras plataformas, de tipos diferentes (analógicos e digitais). No entanto, com o crescimento da importância dos media digitais – especialmente em alguns grupos demográficos chave –, o papel destes agentes tenderá a tornar-se progressivamente mais crítico, numa perspetiva dos efeitos sociais. Desde logo porque decisões com carácter privado, geralmente motivadas economicamente, poderão ter um impacto significativo sobre um bem essencial: o acesso universal a informação de elevada qualidade.

Um outro significado para um conceito renovado

Apesar deste risco, será possível formular usos novos e de sinal positivo para um conceito de *gatekeeper* revisto.

Thomas Pettitt vê neste conceito mais uma capacidade de *ligação* que uma capacidade de *delimitação* – *connection* versus *containment*. Tal como escreve (2012:104): “A ação do jornalista (...) encontra-se sujeita a um ajustamento que parte do papel de *gatekeeper* (que decide que material deve ser fisicamente admitido nos media informativos, ou mais

abstratamente no reino das notícias), o qual reflete uma mentalidade de 'jornalismo fortaleza', e chega ao papel de 'navegador' (aquele que ajuda os utilizadores a encontrarem o seu caminho em torno de uma rede de fontes sobre um assunto do seu interesse)." Num sentido próximo, Bardoel e Deuze (2001: 94) sugerem uma reconfiguração das funções do jornalista no sentido de um "anotador ou orientador, uma mudança do *cão de guarda* para o *cão-guia*." Em ambos os casos, aquilo que é proposto é a mudança para um relacionamento colaborativo mais igual (mantendo, contudo, algumas reservas e distâncias) entre profissionais do jornalismo e utilizadores das notícias. Uma perspetiva complementar é sugerida por Bruns (2011), quando propõe a substituição do conceito de *gatekeeping* pelo conceito de *gatewatching* – também este um conceito que não é novo: aplicava-se, por exemplo, às práticas que os jornalistas sempre desenvolveram sobre as notícias fornecidas pelas agências de notícias, nacionais e internacionais. Passa agora a debruçar-se sobre toda uma multidão de utilizadores, com interesses diversos, dispersos por uma faixa mais ampla de temas. O ganho é, a uma primeira vista, inequívoco: ao dispor encontra-se agora um muito maior número de fontes e de matérias com potencial valor noticioso.

Cremos poder encontrar, nestas perspetivas, um esforço no sentido de aproveitar o potencial existente na participação colaborativa dos públicos, em continuidade com as tentativas do jornalismo público e cívico das décadas de 80 e 90, agora aceleradas e potenciadas pelas plataformas dos media sociais. Mas também o papel do jornalista pode emergir deste processo reforçado por vários argumentos. Na base de todos eles, uma perceção realista: é aceite como uma miragem a visão de uma *agora* democrática composta por blogues e *tweets*, onde as notícias se autocorrigem em resultado da harmoniosa convivência entre uma vasta multidão informada e sábia e uma voluntariosa equipa de *gatekeepers* e *gatewatchers* profissionais. "É pouco prático imaginar as pessoas no papel de editores, procedendo à sua própria seleção de entre as resmas de informação não filtrada" (Kovach e Rosenstiel, 2004: 48).

Mas as razões para o ceticismo são mais complexas que a mera disponibilidade e competência para a seleção de conteúdos. É sabido que ao surgimento das novas plataformas online correspondeu um discurso laudatório em torno do fenómeno designado por *jornalismo cidadão*. Ora, alguns anos passados sobre as propostas deste modelo, são diversos os diagnósticos que apontam que "o maior problema da ideia de jornalismo cidadão é, de forma franca, que o jornalismo cidadão na realidade não existe" (Charles, 2012: 199). Charles (2012) sintetiza o ocorrido de forma muito clara: o jornalismo cidadão bem-sucedido tende a tornar-se jornalismo profissional; na sua maior parte, aquilo que foi saudado como jornalismo cidadão é composto por peças pobres em informação e artigos de opinião que definham na obscuridade de blogues pessoais. Acrescem os testemunhos que cidadãos hoje, com facilidade, registam em fotografia e em vídeo, e que são depois incorporados em sites informativos e utilizados por

jornalistas profissionais – mas são-no do mesmo modo que os depoimentos de testemunhas sempre o foram ao longo da história do jornalismo.

Também num outro plano, do consumo informativo, as transformações devem ser olhadas com alguma moderação. Na verdade, muito embora estes desenvolvimentos se tenham constituído num recurso poderoso no processo de acesso e de recolha de informação, não se terão traduzido ainda numa viragem no modo como a maioria das pessoas acede diariamente às notícias. Poucos utilizadores acedem diretamente aos media sociais (blogues, *YouTube* ou *Flickr*, por exemplo) para obter informação. Muito embora um número significativo e crescente de indivíduos alcance as *estórias* através de plataformas como o *Twitter* ou o *Facebook*, onde os media *mainstream* se encontram também cada vez mais presentes e ativos, o que ocorre é que continuam a ser os media jornalísticos tradicionais as principais plataformas de informação – uma informação sujeita aos procedimentos de mediação profissional que, em mutação e sujeitos a tensões, definem o jornalismo, designadamente a seleção, a edição e a interpretação (Charles, 2012). Esta leitura deve, contudo, levar em linha de conta o modo como a entrada em cena dos agregadores de notícias terá vindo a alterar este quadro da situação (não propriamente pela recolha de notícias, mas pela sua distribuição seletiva).

Mais que nunca, jornalistas e público encontram-se aprisionados por forças de sentido oposto: verdade e rumor, informação aberta e filtros sucessivos. O resultado de todas estas forças contraditórias acaba por se refletir, inevitavelmente, num ponto crítico fulcral: no questionamento do estatuto da *verdade* (pelo menos na sua aceção tradicional) e, em consequência, na redefinição das funções do jornalismo.

Que deve o jornalista guardar?

É célebre a afirmação de que a primeira lealdade do jornalista é com a *verdade*, o primeiro e o mais confuso dos princípios (Kovach e Rosenstiel, 2004: 35 e segs). Com efeito, informar com verdade é condição da qualidade da informação: um dos seus principais atributos é que seja confiável, porque é isso que permite aos indivíduos usarem-na na interpretação e nas tomadas de decisão em cada contexto social. Ora, desde o início que no topo das críticas dirigidas aos media digitais se encontra a qualidade desigual das notícias (ou informações) disponíveis na Internet – constituindo um importante desafio a separação entre factos, preconceitos e rumores, e a deteção de algo com valor entre a multiplicidade de fontes com conteúdos não confiáveis ou imprecisos. Estas preocupações foram respondidas, em importante medida, pela ação dos principais media informativos (os media *mainstream*), ao disponibilizarem nas próprias plataformas recursos destinados a pesquisar e a distinguir informação

“garantidamente” relevante e confiável (Foster, 2012).

Mas, de forma inexorável, o facto de a informação se tornar significativamente mais abundante, facilmente partilhada e proveniente de um número muito mais diversificado de fontes veio, não simplificar, mas complexificar a definição de “verdade”. Consideremos que ao longo dos 500 anos pós Gutenberg a forma dominante de informação foi a página impressa: o conhecimento dos “factos” era entregue aos leitores num formato fixo, que os encorajava a acreditar em *verdades estáveis e definitivas*. Transitámos para uma realidade distinta, para um enquadramento que implica a redefinição de conceitos e práticas nucleares aos valores do jornalismo.

Há duas décadas atrás, numa avaliação ainda inicial do impacto da mudança da sociedade industrial para a sociedade da informação, Bardoel (1996) considerava fatores como a fragmentação das audiências, a maior dependência em relação às novas tecnologias, o maior controlo dos utilizadores através da interatividade e os avanços em relação à não mediação, para concluir sobre o surgimento de dois tipos de jornalismo: o *jornalismo de orientação* e o *jornalismo instrumental* (Bardoel, 1996: 296-7). O jornalismo instrumental fornece informação especializada e funcional a uma audiência interessada; o jornalismo de orientação, por seu lado, fornece ao público uma orientação geral (contextualização, comentário e explicação). Outros académicos enunciaram as funções do jornalismo em termos não muito distantes. Bruns (2011) desenvolve um exercício semelhante ao propor duas linhas de ação para o jornalismo: 1) a primeira constituída pelo desenvolvimento de conteúdos noticiosos originais e valiosos, inseridos num espaço partilhado, distribuído e descentralizado, presente nos múltiplos espaços e plataformas online, incluindo os media sociais; 2) sendo a segunda uma ação de curadoria dos materiais disponíveis provenientes de fontes internas e externas, atribuindo a essa função um valor acrescentado que o legitima aos olhos do público consumidor de notícias.

Em ambos os casos, os autores equacionam o jornalismo como um trabalho que não mais ocorre no isolamento das organizações de media: pelo contrário, tem que ser feito à vista dos consumidores de informação (e até em cooperação com eles), evitando a “posição altiva e às vezes condescendente em relação às audiências que os jornalistas adotavam tantas vezes no passado” (Bruns, 2011).

Face a estas alterações, a procura da *verdade* (a primeira lealdade do jornalista) continua a ser o objetivo - mas alteraram-se as condições em que isso vai ser feito. Como foi descrito acima, a maior facilidade de acesso à produção de informação leva a que mais entidades (individuais e coletivas) possam produzi-la e disponibilizá-la nos meios digitais. Isto conduz a um tipo de jornalismo que tende a considerar o maior número possível de perspetivas, mesmo as mais marginalizadas ou extremadas. Se antes o jornalismo era produzido em redações por

jornalistas considerados autoridades e especialistas nessa função, que escreviam as notícias em acordo com um conjunto de valores profissionais, com a passagem aos media digitais assume-se, de formas distintas, uma relação direta com o público, que, por sua vez, reclama que os seus pontos de vista sejam tidos em conta.

Esta mudança tem consequências na estrutura das notícias, que, em certa medida, passam a ser consideradas uma forma de *diálogo*. Assim entendidas, as notícias deixam de ser consideradas um produto acabado, e tornam-se antes um *processo* em curso – que inclui não apenas o que jornalistas e peritos escrevem, mas também os comentários, *feedbacks* e reações da multiplicidade do público que consome a notícia (ver Siapera, 2012: 139).

É perante este quadro que emerge a necessidade de um ajustamento concetual e prático, tanto da *verdade* como da *objetividade*. Escrevem Kovach e Rosenstiel (2004: 80-81) que “à medida que os jornalistas passam mais tempo a tentar sintetizar o interminável fluxo de dados que lhes chega através dos novos portais de informação, correm o risco de se tornarem mais passivos, mais recetores do que coletores de informação.” No limite: correm o risco de se converterem em simples porta-vozes de todas as fontes (ou de algumas), ainda que respeitando a imparcialidade e o equilíbrio. Para combater estes riscos, os investigadores norte-americanos referem a necessidade de “aperfeiçoar a disciplina da verificação” como o passo mais importante “no sentido de melhorar a qualidade da informação e do debate público.” Nesta perspetiva, a disciplina da *verificação* seria a disciplina que viria distinguir o jornalismo de outros campos e criar uma razão económica que fundamente a sua continuidade. Noutros termos: sendo os indivíduos confrontados com uma crescente diversidade e abundância de fontes de informação, construir um todo inteligível a partir dessa torrente de informação exige precisamente funções de curadoria (comprometidas com a verdade), que os jornalistas podem e devem exercer. “As pessoas precisam de fontes a que possam recorrer e que lhes digam o que é verdadeiro e relevante. Precisam de uma resposta para a pergunta: ‘Do que aqui está posso acreditar em quê?’” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 48).

Nesta medida, a *objetividade*, valor clássico próprio de um jornalismo fechado em que o jornalista determinava a *estória* a partir de um número reduzido de dados, passa a estar menos na capacidade de um jornalista se cingir aos factos e mais na sua capacidade de ser *transparente* e remeter para a localização digital dos dados ou factos usados na notícia – transferindo para o indivíduo o juízo de confiabilidade (cf. Moreno e Cardoso, 2015: 288 e segs). Ao utilizar estas ferramentas de uma *narrativa transparente* (Kovach e Rosenstiel, 2004: 90), o jornalista disponibiliza informações importantes (bases de dados, testemunhos integrais, registos sonoros) que, seguindo formas de trabalho anteriores, estariam inacessíveis ao público – e fá-lo reforçando a integridade factual do seu trabalho. Acrescente-se, por fim,

que ao ser mais aberto e transparente acerca do seu trabalho, o jornalista é compelido a ser mais cuidadoso na procura, na organização e apresentação das notícias.

Um caso profundamente ilustrativo é o da plataforma *WikiLeaks* (ver a este propósito Siapera, 2012, cuja análise acompanhamos). De um modo sintético, trata-se de uma plataforma livre de quaisquer pressões governamentais, económicas ou de outro tipo que filtrem ou censurem conteúdos, que providencia a recolha de informações sensíveis, que alguém pretende tornar públicas sem o risco de vir a sofrer quaisquer sanções por essa ação, e que procede à disponibilização aberta dessa mesma informação. Em julho de 2010, a *WikiLeaks* publicou online um pacote de registos militares norte-americanos relativos à guerra do Afeganistão, conhecido como o *Afghan War Diary*. Continha cerca de 91 mil registos sobre incidentes militares ocorridos entre 2004 e 2009, revelando um grande número de ocorrências com civis e uma imagem pouco favorável do desempenho das forças militares. Os últimos anos assistiram ao surgimento de fenómenos com um perfil similar – sendo talvez o caso dos *Panamá Papers*, apesar da sua complexidade e particularidades, o mais marcante. Casos deste tipo tornam-se particularmente relevantes e ilustrativos para a análise que vimos sustentando: o exame de milhares de documentos é uma tarefa imensa que cidadãos comuns dificilmente poderão assumir. Exigem, por isso, a intervenção de jornalistas profissionais, com competências e tempo para analisar, apreciar e sintetizar os documentos, para extrair deles o seu significado e implicações e, por fim, para evidenciar a sua importância de forma compreensível e transparente.

Verificamos, assim, que é nos media informativos que as notícias continuam, apesar de tudo, a *cristalizar* enquanto tal – entenda-se: a adquirir a sua dignidade e a cumprir toda a sua função social. Apesar das inúmeras pesquisas que revelam a desconfiança pública sobre os jornalistas, a sua reivindicação de legitimidade enquanto construtores de notícias (*offline* e *online*) permanece efetiva. É com esta legitimidade, e a partir dela, que emerge outro papel ao jornalista: cabe-lhe preencher os espaços vazios (os *missing links*) de autoridade e de organização sistemática. Trata-se, no fundo, da revalorização das funções de enquadramento (*framing*) e da contextualização das vozes soltas e dispersas presentes nas *notícias do dia*. Treinados profissionalmente na avaliação de matérias e na curadoria de informações, os jornalistas são os detentores privilegiados da capacidade de contribuir de forma significativa para os esforços colaborativos de *trabalhar a matéria* que ocorrem nos media sociais – podendo mesmo ser agente instigador desses esforços, nesses espaços como nas suas plataformas específicas.

Em suma: acompanhamos Kovach e Rosenstiel (2004) na perceção de como os cidadãos têm maior necessidade – e não menos – de fontes dedicadas a verificar a informação, que apontem

o que é importante conhecer e eliminem o que não é. Desse modo, verificação e síntese tornaram-se a espinha dorsal do novo papel de *gatekeeper* do jornalista: o papel de *sensemaker* – “explicador”, na tradução portuguesa (Kovach e Rosenstiel, 2004: 49).

No entanto, para levar a cabo essas possibilidades, é necessário que aceitemos o reverso da medalha, isto é, o que está perdido irremediavelmente no domínio do jornalismo: o papel dos jornalistas como *gatekeepers* das informações e o posicionamento dos media noticiosos (sejam impressos, radiofónicos, televisivos ou mesmo online) como espaços únicos para a cobertura e o envolvimento com as notícias (Bruns, 2011). Noutros termos: os jornalistas deixaram de ter o exclusivo na produção e na distribuição de informação e a agenda noticiosa deixou de estar sob seu único controlo.

Mark Deuze (2006: 30) é perentório, a este propósito, ao assinalar que “a identidade profissional do jornalista” já não se baseia no “monopólio do conteúdo e da narração.” Funções clássicas do jornalismo, concretamente o *newsmaking* ou o *agenda-setting*, acabam ou são sujeitas, no mínimo, a uma reconfiguração e a uma relativização do valor que possuíam antes: um valor, atente-se, “historicamente relativo, culturalmente relativo e tecnologicamente relativo” (Moreno e Cardoso, 2016: 297). E, se é um facto que só a informação produzida com critérios jornalísticos tem efetivamente valor para ser considerada jornalismo, é à sociedade (aos públicos), na sua pluralidade, que cabe determinar que informações possuem ou não relevância social, valor de uso ou, na perspetiva que aqui nos orientou, interesse cívico.

Notas finais: transformações e continuidades de uma profissão

Uma avaliação dos desenvolvimentos do jornalismo online não será muito diferente da feita sobre os novos media e a sociedade, nos seus termos mais gerais. Na verdade, o que é apontado é a necessidade de a investigação na área do jornalismo online questionar continuamente até que ponto o jornalismo, a Internet e a sociedade interagem e quão significativas são essas interações para o jornalismo enquanto profissão (Deuze, 2006).

Michael Schudson, em 1999, definia o jornalismo como um ambiente profissional relativamente conservador. “O jornalismo público exorta os jornalistas a colocarem primeiro os cidadãos”, escrevia, “para trazer novas vozes aos jornais, até mesmo para partilharem a definição da agenda com os indivíduos e os vários grupos nas comunidades. Mas a autoridade sobre o que escrever, e até o que imprimir, permanece com os jornalistas” (Schudson, 1999: 123). Por outras palavras, o que Schudson afirmava é que, embora o jornalismo pregue a interatividade, ele tende a praticar o profissionalismo, para acrescentar que todos os jornalistas aprenderam, por experiência própria, que as instituições consolidadas, media incluídos, não mudam

facilmente. Pedir aos jornalistas para partilharem o poder de decisão ou, simplesmente, ouvirem pessoas comuns, nunca foi fácil: “às vezes parece uma batalha perdida” (Witt, 2004: 51).

No debate em torno do papel de gatekeeper, mais que uma perda, aquilo que acompanha o jornalismo é um dilema complexo: “o dilema para os jornais é como abrir uma profissão fechada a pessoas que tradicionalmente têm sido mantidas fora do processo jornalístico – aproveitando as novas oportunidades sem prejudicar valores e práticas”, escreve Hermida (2011a: 189). Um estudo empírico que este mesmo investigador conduziu recentemente revelou essa consciência profunda: organizações noticiosas que procuram oferecer vias para o envolvimento público, mas, simultaneamente, vias para proteger o estatuto profissional do jornalista (Hermida, 2011a).

Em síntese: verificamos que “pode o público estar nos portões, mas os portões continuam a ser guardados pelas autoridades tradicionais” (Charles, 2012: 199). O que nos leva, como há uma década Mark Deuze (2006: 30), a considerar válida a apreciação do “jornalismo como estando enraizado na sua ideologia de ‘velha guarda’, mas adotando rapidamente novas maneiras de se conectar às preferências e prioridades em constante mutação dos utilizadores – se quisermos, uma espécie de jornalismo monitorial.”

Se os problemas com que o jornalismo se debate são conhecidos e profundos, é igualmente verdade que, independentemente das suas limitações práticas, a interação com os públicos viu a sua centralidade reforçada na autodefinição normativa do jornalismo na era digital. Contudo, sabemos que qualquer análise do jornalismo desenhada a partir de valores-tipo ideais (os quais naturalmente variam e vestem novos significados, adequados às circunstâncias sociais, tecnológicas, culturais, entre outras) baseia-se no mito do jornalista que atua de forma pura (como *watchdog*, como jornalista cívico ou outro). Na verdade, uma definição elaborada nestes termos será não apenas ingénua, mas também unidimensional e, muito provavelmente, nostálgica de um passado que nunca existiu (Deuze, 2005). No presente contexto, podemos admitir que o jornalismo *digital* (para adotarmos umas das suas diversas designações), sem ser a panaceia miraculosa que responde às numerosas deceções que o jornalismo de massas impõe à democracia, pode contribuir para o eventual fortalecimento de um jornalismo “conversacional”, com recurso a fontes “não elitistas”, propondo um equilíbrio entre diálogo, participação e deliberação.

Neste domínio, como em muitos outros da vida social, são os indivíduos que desempenham o papel crucial – neste caso, na determinação da medida em que as novas tecnologias da comunicação modificam o jornalismo. Com efeito, os usos que o jornalismo vier a fazer das tecnologias dos novos media refletirão não tanto os desenvolvimentos tecnológicos, como

sobretudo os desenvolvimentos socioculturais e as práticas de cidadania que podem incorporar.

Bibliografia

- BARDOEL, J. (1996). Beyond Journalism. A Profession between Information Society and Civil Society. In: *European Journal of Communication* 11 (3), pp. 283-302.
- BARDOEL, J., Deuze, M., (2001). Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. In: *Australian Journalism Review* 23 (2), pp.91-103.
- BRUNS, A. (2011). Gatekeeping, gatewatching, realimenta 鉶o em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. In: *Brasilian Journalism Research*, vol.7, n.º 11, pp. 119-140.
- CHARLES, Alec (2012). *Interactivity: New media, politics and society*. Oxford: Peter Lang.
- DEUZE, M. (2005). **What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered**. In: *Journalism*, 6 (4), pp. 442-464.
- DEUZE, M. (2006). O jornalismo e os novos meios de comunicação social. In: *Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10. pp. 15-37.
- FOSTER, R. (2012). *News plurality in a Digital World*, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- HALL, J. (2001). *Online Journalism*. London: Pluto Press.
- HERMIDA, A. (2011a). Fluid Spaces, Fluid Journalism: The role of the "active recipient" in participatory journalism. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, & M. Vujnovic (Eds.), *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers* (pp. 177-191). Oxford: Wiley-Blackwell.
- HERMIDA, A. (2011b). Mechanisms of participation: How audience options shape the conversation. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, & M. Vujnovic (Eds.), *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers* (pp. 11-33). Oxford: Wiley-Blackwell.
- KOVACH, B. & ROSENSTIEL, T. (2004). *Os Elementos do Jornalismo*, Porto: Porto Editora.
- MORENO, J. e CARDOSO, G. (2016). Os desafios do jornalismo em rede. In: Cardoso, G. , Magno, C., Soares, T. M. e Crespo, M. (Ed.), *Modelos de Negócio e Comunicação Social* (pp. 283-354), Coimbra, Almedina.
- NEWMAN, N. (2011). *Mainstream media and the distribution of news in the age of social discovery*, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- NIP, J. Y. M. (2006). Exploring the second phase of public journalism. In: *Journalism Studies*, 7(2), pp. 212-236.
- PAPACHARISSI, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Malden, MA: Polity Press.
- PARISIER, E. (2011). *The Filter Bubble*. New York: Penguin Press.
- PETTITT, T. (2012), Bracketing the Gutenberg Parenthesis. In: *Explorations in Media Ecology* 11: 2, pp. 95-114.
- SCHUDSON, M. (1999). What public journalism knows about journalism but doesn't know about the public. In Glasser, T. (ed.), *The idea of public journalism* (pp. 118-133). New York: Guilford Press.
- SHOEMAKER, P. and VOS, T.P. (2009). *Gatekeeping Theory*. London: Routledge
- SIAPER, E. (2012) *Understanding New Media*. London: SAGE.
- VINER, C. (2016). How technology disrupted the truth. *The Guardian*, 12/07/2016. Disponível em <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>. (acesso a 21/08/2016).

A formação de editorias de mídia social em redações jornalísticas: abordagens e perspectivas

Ivan Satuf

Universidade Federal do Cariri

ivan.satuf@ufca.edu.br

Robson Roque

Universidade Federal do Cariri

robson.roque@aluno.ufca.edu.br

Resumo

A importância das plataformas on-line de mídia social para a circulação de notícias pressiona as empresas jornalísticas a instituírem editorias exclusivas para lidar com uma nova demanda. Contudo, as redações ainda procuram a melhor configuração de cargos e perfis profissionais. Longe de haver consenso, o que se verifica é uma intensa experimentação. Afinal, como as empresas jornalísticas organizam as equipes de mídia social? O estudo analisa dois veículos que lideram o setor jornalístico no Estado do Ceará (Brasil): *O Povo* e *Diário do Nordeste*. A metodologia inclui entrevistas com as coordenadoras das equipes de mídias sociais das duas empresas e a observação direta do ambiente de trabalho para verificar a posição ocupada pelos profissionais de mídias sociais na organização espacial das redações. Os resultados apontam para duas configurações distintas: uma estrutura baseada exclusivamente em jornalistas e outra que agrega profissionais de marketing, publicidade e jornalismo. Apesar da divergência, o trabalho de campo constatou que ambas as equipes ocupam espaço privilegiado nas redações, o que demonstra o status elevado da atividade nas rotinas produtivas.

Palavras-chave: Mídias Sociais; Jornalismo digital; Redação; Rotinas de produção.

Abstract

The significance of online social media platforms to news circulation induce newspaper companies to create exclusive editorial teams. However, the newsrooms are still looking for the best job positioning and profiles to perform the task. Far from establish a consensus, what happens is an intense experimentation. After all, how do media companies organize social media teams? The research examines two media groups that lead the journalistic sector in the State of Ceará (Brazil): *O Povo* and *Diário do Nordeste*. The methodology includes interviews conducted with the coordinators of both social media teams and a direct observation at the work environment to verifying the position occupied by social media professionals in the

newsrooms' spatial organization. The result points out two distinct configurations: a structure based exclusively on journalists and one that mix marketing, advertising and journalism professionals. Despite the divergence, the field work found that both teams occupy privileged space in the newsrooms, which demonstrates the high status of the activity in the productive routines.

Key-Words: Social Media; Digital Journalism; Newsroom; Production Routines

Introdução

Esta segunda década do século XXI marca a aproximação definitiva entre as práticas jornalísticas e as redes sociais on-line. O trabalho diário de repórteres e editores passou a integrar plataformas digitais como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *YouTube*, ambientes que não são por definição jornalísticos, mas que afetam diretamente o campo de diversas maneiras.

Em primeiro lugar, o público está em permanente conexão com estes espaços virtuais e, por consequência, as redes sociais on-line são essenciais na luta por audiência. Recente relatório do *Reuters Institute for the Study of Journalism* (Newman et al, 2017) demonstra que as grandes plataformas de mídias sociais, sobretudo o *Facebook*, desempenham papel fundamental nas estatísticas de acesso à informação jornalística. De acordo com o documento, "a realidade é que, para a maioria de nós, as mídias sociais não são algo distinto, mas cada vez mais apenas um componente do nosso pacote cotidiano de conteúdos midiáticos" (Newman et al, 2017:10).

Além disso, a popularização das tecnologias móveis – os aparelhos de conexão e as redes digitais – configuram uma noção de ubiquidade comunicacional que altera profundamente o ecossistema midiático (Aguado, Feijoó, Martinez, 2013). A possibilidade de captar, editar e publicar conteúdos em diversos formatos capacita o cidadão comum a entrar no terreno jornalístico, mesmo sem possuir a expertise teórica e prática dos profissionais do setor. O grande número de registros audiovisuais de acontecimentos dramáticos, como atentados terroristas e catástrofes naturais, confirmam a importância da produção amadora no noticiário (SÁ, 2015).

Diante de transformações sociotécnicas de tal magnitude, o jornalismo se encontra num momento importante em que as fronteiras que demarcavam a atividade são pressionadas por forças externas ao campo. As empresas precisam se ajustar rapidamente às novas demandas, o que implica reconfigurar rotinas produtivas e estruturas organizacionais. A partir deste cenário em plena transformação, o presente trabalho investiga justamente um fenômeno vinculado ao novo panorama midiático: o surgimento de equipes exclusivamente formadas para lidar com as redes sociais on-line. No Brasil, numa perspectiva geral, estas equipes recebem a designação de "editoria de mídias sociais".

Tais editorias desempenham a dupla função de produção de material e monitoramento das atividades on-line, ou seja, são responsáveis por planejar a forma e o conteúdo das publicações nas redes sociais, mas também por observar permanentemente o que está em circulação nas plataformas, bem como as ações e reações do público. Portanto, as empresas precisam encarar o desafio de definir os perfis dos profissionais que vão compor as equipes, os cargos atribuídos a cada integrante, as funções desempenhadas e a dimensão que o novo grupo vai assumir dentro da redação.

O problema de pesquisa se dirige à constituição das editorias: Como as empresas jornalísticas organizam as equipes de mídia social? A partir da revisão da literatura acadêmica e da observação de campo, a investigação parte do pressuposto de que a experimentação é a regra e, desta forma, não há consenso sobre perfis, cargos, funções e status destas equipes, quer seja nas rotinas produtivas ou em relação à estrutura organizacional das redações.

A pesquisa empírica foi realizada em duas empresas que lideram o mercado jornalístico no Estado do Ceará, localizado na região Nordeste do Brasil: os jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste*, ambos com sede na cidade de Fortaleza. O objetivo principal é demonstrar como estas corporações tradicionais estruturam suas editorias de mídias sociais para, a partir dos modelos descritos, debater a concepção de cada empresa no processo de formação das equipes, a forma como as instituições pensam a relação do jornalismo com as redes sociais e, em sentido inverso, como este pensamento se reflete na estrutura da equipe. Num segundo momento, o trabalho busca identificar tendências com base nos resultados da investigação empírica. A reflexão é realizada a partir de três eixos inter-relacionados: a área de conhecimento dos profissionais que compõem a editoria, a distribuição de cargos e funções, o status da equipe na estrutura da redação.

Referencial teórico

Esta investigação se vincula a uma subárea emergente nos estudos do jornalismo que se dedica a investigar as “mudanças estruturais” e os deslocamentos das “fronteiras” da prática jornalística a partir de uma série de alterações tecnológicas e sociais iniciadas nos anos 1990 e que se acentuaram no século XXI (Carlson & Lewis, 2015; Figaro & Grohmann, 2013; Moura, Pereira & Adghirni, 2015).

Percebe-se que este conjunto de pesquisa lança questões fundamentais sobre a prática e, por consequência, acaba por gerar um debate muito mais amplo dirigido ao plano epistemológico. O que está em jogo são as definições construídas e consolidadas ao longo do tempo ou, como afirma Loosen (2015: 79), “parece que estamos em meio a um processo para descobrir o que denominamos ‘jornalismo’ – e a sua função para a sociedade”. Toda essa concepção teórica filia-se direta ou indiretamente à noção de “jornalismo pós-industrial” (Anderson, Bell, Shirky, 2013). Segundo os defensores desta corrente, existem inúmeras

evidências que permitem afirmar que a profissão atravessa um momento complexo de transição que reconfigura a antiga “indústria da notícia”.

Um dos vetores desta transição, provavelmente o principal, é a crescente digitalização dos meios de comunicação e o subsequente emprego de novas tecnologias nas rotinas jornalísticas. As barreiras que costumavam separar com relativa eficiência os produtores (jornalistas) dos consumidores (audiência) estão cada vez menos nítidas. O gradual desaparecimento destas barreiras estimula práticas colaborativas benéficas à produção e circulação de informação, contudo, também traz desafios éticos, sobretudo à credibilidade historicamente associada ao jornalismo profissional. Dito de outra forma, a “cultura da participação” (Shirky, 2011) é uma característica marcante dos tempos atuais, ainda que repleta de contradições.

Se antes era possível delimitar o grupo profissional que detinha o monopólio sobre a produção e distribuição das notícias – a “tribo jornalística” nas palavras de Traquina (2005) ou a “comunidade interpretativa” dos jornalistas, na denominação de Zelizer (1993) –, nos dias de hoje se torna uma tarefa quase impossível resguardar tal monopólio, principalmente diante da entrada de novos agentes no ecossistema midiático. Cidadãos sem qualquer formação teórica ou prática em jornalismo tiram dos bolsos seus smartphones nas mais diversas situações do cotidiano para captar fotos e vídeos, que logo em seguida passam a circular nas redes sociais on-line. Entre selfies e outras amenidades, uma parte considerável do material publicado por pessoas comuns no *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* e plataformas similares, encontra guarida no interesse público e, portanto, possui relevância jornalística.

Se do lado de fora das redações proliferam os amadores equipados com tecnologias digitais, do lado de dentro surgem os “tecnoatores” (Canavilhas et al, 2016): designers multimídia experts em interfaces gráficas e programadores formados em Ciência da Computação. Estes profissionais nem sempre mantêm uma postura subalterna diante dos jornalistas, e começam a assumir certo protagonismo em atividades que influenciam a forma e o conteúdo das notícias. Num estudo que também investiga as relações entre jornalistas e programadores, Ananny e Crawford (2014:2) advogam uma condição “limiar” na imprensa contemporânea, com um nítido deslocamento de fronteiras gerado por “um conjunto de relações no ambiente de trabalho entre atores que podem até não se autodenominar jornalistas, mas, mesmo assim, definem as condições a partir das quais as notícias são criadas e circulam”.

À semelhança dos tecnoatores, os profissionais de mídias sociais também estão localizados nas “bordas” do jornalismo, são elementos de tensão no campo de produção e circulação das notícias. Ao olhar para as fronteiras e as mudanças estruturais do jornalismo, privilegiando tópicos como experimentação, inovação e reconfiguração, todo esse referencial teórico está em sintonia com a questão central do presente trabalho: a formação de equipes

de mídias sociais na redação, um território novo no mundo dos jornalistas e, por isso mesmo, ainda bastante aberto à exploração.

Nos últimos anos, um conjunto de trabalhos empíricos têm buscado traçar os contornos ainda pouco precisos da nova atividade profissional, com foco na estruturação de editorias de mídias sociais em grupos jornalísticos tradicionais no Brasil. Pesquisas de campo como as realizadas por Moretzsohn (2014) no jornal *O Globo* e Mesquita (2017) no jornal *Diário de Pernambuco*, corroboram a perspectiva de que novas fronteiras têm sido estabelecidas no campo jornalístico.

Metodologia

O percurso metodológico se articula em dois momentos distintos, porém, vinculados: entrevista com cada uma das coordenadoras de mídias sociais e uma breve incursão nas redações para observação direta do ambiente de trabalho. As duas etapas foram realizadas na segunda quinzena de junho de 2017, nas sedes das empresas no município de Fortaleza, capital do Estado do Ceará.

Assim, a investigação se iniciou com entrevistas presenciais com as editoras responsáveis por gerenciar as equipes de mídias sociais do *O Povo* e do *Diário do Nordeste*. Esta fase foi planejada com o objetivo de dar voz às duas figuras centrais que estão à frente tanto da concepção geral das editorias, quanto da formação das equipes. As respostas forneceram uma perspectiva ampla, mas com densidade, do modelo empregado (perfis profissionais e funções desempenhadas) e das rotinas de trabalho.

Por se tratar de um estudo empírico de caráter seminal e prospectivo, ou seja, sem dados anteriores que permitissem partir de questionamentos específicos ou situações particularidades das empresas, optou-se por empregar a entrevista aberta como recurso metodológico. Segundo Boni e Quaresma (2005:74), a entrevista aberta assume uma postura exploratória, sendo “utilizada quando o pesquisador deseja obter o maior número possível de informações sobre determinado tema, segundo a visão do entrevistado, e também para obter um maior detalhamento do assunto em questão”.

Do ponto de vista de sua execução instrumental, o método consiste em introduzir o tema e dar espaço ao entrevistado para expor seu raciocínio de forma livre. Os pesquisadores assumem o papel de ouvintes atentos, limitando-se a intervir o mínimo possível para evitar interromper o pensamento da fonte de informação. As perguntas são feitas dentro de um contexto informal de conversação, de modo a favorecer o discurso pessoal, coloquial e rico em nuances por parte do entrevistado.

Os registros sonoros das entrevistas foram gravados com o uso de dispositivo eletrônico e, posteriormente, transcritos para propiciar uma melhor compreensão dos argumentos expostos pelas coordenadoras. O emprego da entrevista aberta revelou-se adequado e

eficiente ao fornecer diversos elementos sobre a estruturação das equipes (número de integrantes, distribuição de cargos e área de formação), bem como das rotinas produtivas e os fluxos de trabalho das editorias.

Em seguida, a investigação promoveu uma visita dos pesquisadores às redações do *O Povo* e *Diário do Nordeste* para verificar a disposição física das equipes de mídias sociais em relação às demais editorias. Estas incursões ao campo de trabalho dos jornalistas foram guiadas pelas próprias coordenadoras entrevistadas na etapa anterior. A observação *in loco* buscou determinar o grau de integração destes profissionais às demais áreas a fim de compreender o status da equipe diante de sua condição central ou marginal em relação à distribuição organizacional dos jornalistas.

Um último ponto a ser destacado na metodologia é o caráter comparativo do estudo. Ao eleger como objeto empírico duas empresas jornalísticas que disputam mercado regional, ou seja, corporações concorrentes, a pesquisa torna possível o confronto entre duas perspectivas acerca do mesmo objeto de pesquisa. Tal estratégia metodológica amplia e enriquece a discussão.

O Povo: a equipe multidisciplinar

A estrutura dedicada para mídias sociais on-line do *O Povo* é relativamente recente, tendo sido implementada em 2013 a partir da contratação de uma profissional com formação acadêmica na área de marketing. No início das atividades, a equipe atuava apenas com ações orientadas à dimensão comercial, sobretudo divulgação e reforço da marca da empresa. A equipe era composta por três profissionais: a atual coordenadora (na época no cargo de “analista” de mídias sociais on-line), um responsável pela criação de conteúdos e um estagiário.

Na medida em que as atividades se desenvolveram e ficaram mais complexas, detectou-se a necessidade de implementar uma “editoria de mídias sociais on-line”, equiparando o grupo às demais editorias da redação. Atualmente, a equipe é composta por oito pessoas de áreas do conhecimento distintas (Figura 1): uma coordenadora formada em Marketing; uma jornalista que atua como supervisora de conteúdo; um analista de blogs com formação em Publicidade e Propaganda; cinco estagiários, entre os quais três estudantes de jornalismo e dois de publicidade e propaganda.

Figura 1 - Organograma da editoria de mídias sociais *O Povo*



Fonte: Elaborado pelos autores

A partir desta reestruturação, os profissionais foram completamente integrados ao ambiente da redação, ocupando um espaço central, o que possibilita diálogo direto com as demais editorias. A estrutura híbrida, na visão da coordenadora, favorece a diversidade de pensamentos e a troca de ideias:

“A gente precisa de opiniões diferentes. Se fosse todo mundo da mesma área, uma pessoa iria dizer uma coisa e as respostas seriam ‘concordo’, ‘concordo’, ‘concordo’. Deve ser feita uma discussão em que as pessoas pensem de forma diferente até chegarmos a um modelo correto.” (*O Povo*, entrevista aos pesquisadores)

Os oito profissionais se organizam em três equipes que atuam em turnos distintos: manhã, arte e noite. A editoria de mídias sociais dá suporte tanto ao portal on-line, como à *TV O Povo* e às rádios *O Povo/CBN* e *Mucuripe FM*, que integram o mesmo grupo empresarial. A estrutura também é responsável por cerca de 150 blogs mantidos diretamente ou em parceria com *O Povo*, o que justifica a presença de um analista dedicado a este formato, além de revistas e aplicativos que contam com o assessoramento da equipe de mídias sociais.

De acordo com a coordenadora, a editoria também cumpre papel “evangelizador” na empresa para propagar a cultura digital perante uma redação plural constituída por mais de

uma centena de profissionais de faixa-etária variada. O trabalho de convencimento é feito mediante ciclo de treinamentos e pelo contato informal diário na redação. Por outro lado, há uma preocupação em manter profissionais jovens na equipe. Nas palavras da própria coordenadora, é importante “uma mente jovem para entender o que o jovem consome” no plano midiático.

Reuniões com o corpo editorial do *O Povo* e com a presença da supervisora de conteúdo da editoria de mídias sociais on-line fazem parte da rotina da equipe. Os encontros ocorrem diariamente, sempre no final da manhã. Durante a reunião é planejada a articulação entre as mídias sociais e o que será publicado no portal on-line e no jornal impresso. Também há uma reunião geral às segundas-feiras com todos os diretores-executivos sobre o planejamento da cobertura semanal.

O formato destas reuniões, contudo, é contestado pela coordenadora de mídias sociais. Para ela, as discussões giram muito em torno do jornal impresso. Para ela, o “Núcleo Digital” do *O povo* deveria ter uma reunião exclusiva entre seus membros. Participariam desse planejamento e avaliação os representantes da editoria de mídias sociais, a editora de “Audiência” e os repórteres que atuam no portal on-line.

O trabalho diário da editoria é desempenhado com base em um manual produzido pela própria equipe para orientar sobre a criação de perfis, divulgar as regras e formatos para usos de imagens e vídeos, destacar as normas para realização de promoções, além de trazer dicas sobre segurança nas mídias sociais on-line.

Durante a entrevista, a coordenadora revelou que o formato atual da equipe deverá passar por nova remodelagem em breve. Um repórter e um designer gráfico serão incorporados para atuar exclusivamente na editoria de mídias sociais. Essa mudança vai incrementar a produção de conteúdo exclusivo para as mídias sociais on-line.

Diário do Nordeste: o profissional híbrido

A primeira experiência do *Diário do Nordeste* com mídias sociais on-line ocorreu em 2010, com uma equipe composta por profissionais com formação em três áreas: jornalismo, publicidade e propaganda, marketing. Desde então, esse quadro passou por algumas reconfigurações e, há cerca de três anos, é composto exclusivamente por jornalistas. A mudança de um formato híbrido de equipe para uma estrutura baseada somente em profissionais de jornalismo demonstra uma nova perspectiva do veículo em relação às mídias sociais.

Como destaca a coordenadora de mídias sociais, a atuação nestes ambientes digitais tem exigido um conjunto multidisciplinar de habilidades teóricas e práticas. Atribuições que antes eram pensadas apenas para o profissional formado em marketing ou publicidade, agora são partilhadas pelos jornalistas que chegam às redações com certo conhecimento de outras

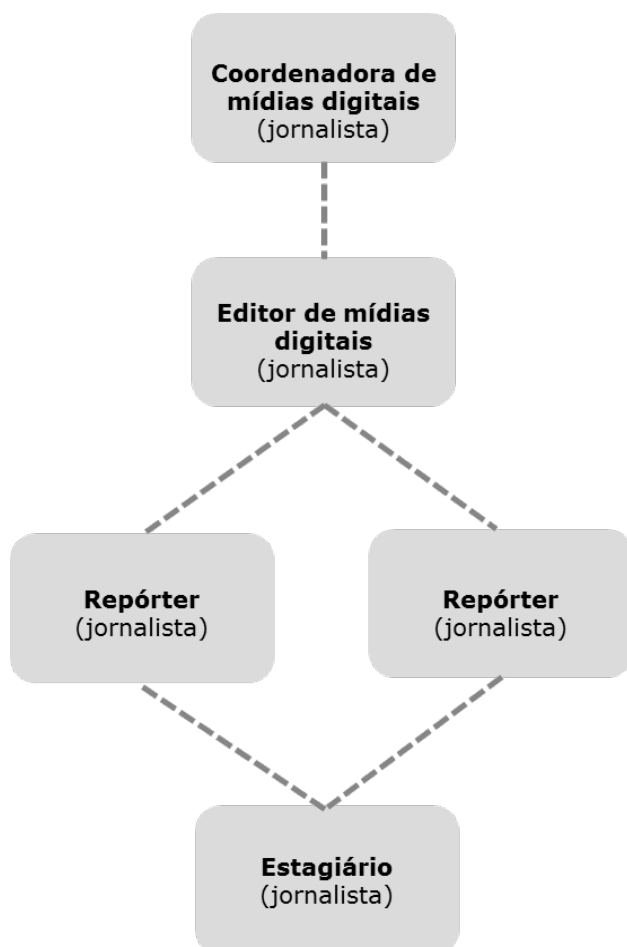
áreas obtido em especializações e outros tipos de formação complementar:

“Existem jornalistas que são formados também em publicidade, tem gente que possui especialização em marketing digital, tem gente que não tem nem uma coisa nem outra, mas você vê que a maneira de construir a história, de construir o pensamento sobre a informação, tem uma perspectiva relacionada ao marketing.” (*Diário do Nordeste*, entrevista aos pesquisadores)

Por outro lado, ainda de acordo com a coordenadora, existiriam atribuições que justificam o emprego de profissionais formados em jornalismo, como determinados critérios para a construção da notícia e o cuidado em adequar o conteúdo voltado às mídias digitais à linha editorial do veículo. Segundo a editora, os profissionais de marketing e de publicidade não conseguem “enxergar certas urgências” típicas da produção da notícia. A atual estrutura da editoria de mídias sociais no *Diário do Nordeste* é formada por cinco profissionais, todos jornalistas (Figura 2): uma coordenadora, um editor, dois repórteres e um estagiário¹.

Figura 2 - Organograma da editoria de mídias sociais do *Diário do Nordeste*

¹ O tamanho das equipes diverge porque no *O Povo* a editoria lida também com as redes sociais da rádio e da TV do grupo empresarial, enquanto no *Diário do Nordeste* existem equipes exclusiva para a demanda.



Fonte: Elaborado pelos autores

A coordenadora de mídias sociais do *O Povo* busca desestabilizar a ideia de que os jornalistas lidam exclusivamente com conteúdo, como se fosse possível se ater apenas à produção, sem se preocupar com a divulgação. Ela própria diz que seu trabalho diário está muito orientado ao “marketing da informação” e que técnicas jornalísticas clássicas, como a “pirâmide invertida” são, essencialmente, estratégias de marketing utilizadas por repórteres e editores para chamar a atenção do público.

Reuniões periódicas com núcleos e setores do *Diário do Nordeste* fazem parte da rotina produtiva da editoria de mídias sociais. A coordenadora participa ativamente destes encontros, sugerindo pautas e conteúdos, solicitando material de outras editorias e apresentando demandas específicas da equipe. Ela também aproveita as reuniões para divulgar para o restante da redação os relatórios das ações desenvolvidas pela editoria, com a finalidade de avaliar o trabalho e promover os ajustes necessários. Também existe um diálogo permanente entre os profissionais da editoria de mídias sociais e o editor responsável pelo “Núcleo Digital”, instância imediatamente superior.

As rotinas de produção da editoria de mídias sociais são permeadas por uma espécie de

“catequização” para a cultura digital, visto que existem diferentes perfis dentro da redação. Segundo a coordenadora de mídias sociais, parte dos profissionais adere ao novo ambiente com grande facilidade, enquanto outra parte é bastante resistente às mudanças. Contudo, ela ressalta que tal dicotomia não tem relação com a idade dos profissionais, mas com a atitude pessoal em relação às novas tecnologias.

Neste sentido, a própria editoria de mídias sociais on-line do *Diário do Nordeste* tenta mesclar a faixa-etária de seus integrantes, ainda que na prática seja uma formação majoritariamente jovem. O editor possui 36 anos, os dois repórteres têm 22 e 23 anos, enquanto o estagiário é ainda mais novo: tem apenas 19 anos. A coordenadora destaca que o que define a participação na editoria não é a idade, mas o conhecimento dos critérios jornalísticos, assim como as habilidades exigidas para atuar no ambiente digital: “Quem entrou na web há uns dez, quinze anos e continua tendo uma vivência digital, a meu ver, já se adequa à expectativa”.

Discussão dos resultados

O trabalho de campo revelou duas concepções distintas em relação à formação de editorias de mídias sociais on-line em empresas jornalísticas tradicionais: seria mais adequado uma formação multidisciplinar ou a concepção de um profissional híbrido? Enquanto a equipe do *O Povo* integra profissionais de três áreas do conhecimento – jornalismo, publicidade e propaganda, marketing –, a estrutura do *Diário do Nordeste*, que anteriormente também se mostrava aberta a outras disciplinas, mudou sua configuração e atualmente reúne apenas jornalistas profissionais com conhecimentos que vão além do jornalismo. São abordagens distintas que indicam também divergências conceituais significativas sobre o que deve ser a atividade jornalística nas redes sociais on-line.

A proposta do *O Povo* concebe as novas plataformas como ambientes comerciais que estendem os suportes tradicionais do jornalismo e exigem conhecimentos específicos de diferentes áreas. É uma percepção que justifica a integração de profissionais de marketing e publicidade à equipe, formações voltadas às dimensões econômica e mercadológica da informação. As redes sociais, neste caso, são vistas como espaços de visibilidade e interação com um público transformado em “consumidor”, contudo, o jornalista não estaria ainda totalmente preparado para lidar com esta nova faceta da audiência, precisando ser auxiliado por especialistas neste tipo de relacionamento.

Já a proposta do *Diário do Nordeste* tende a observar as redes sociais como um elemento acessório do jornalismo, um ambiente para replicação de conteúdos produzidos em outras plataformas, não um espaço que mereça material exclusivo. Para este tipo de demanda, basta que os profissionais com formação jornalística comecem a adquirir habilidades de áreas correlatas como marketing e publicidade, ou “conhecimento de fronteira” (Ananny e Crawford

2014), mas sempre se mantendo fiéis aos preceitos do jornalismo.

Em resumo, as duas abordagens pressupõem a distensão das fronteiras do jornalismo, mas com posturas distintas. A primeira proposta está orientada pela constituição de uma equipe multidisciplinar e, portanto, articulada por meio do diálogo a partir de diferentes repertórios e pontos de vista. A segunda proposta pressupõe um profissional híbrido, o jornalista com conhecimentos que vão além do campo jornalístico *stricto sensu*. No fundo, trata-se de uma disputa de poder: é preciso aceitar a interferência direta de profissionais de outras áreas ou o jornalista pode continuar a exercer o controle sobre os processos?

É interessante notar que as duas coordenadoras empregaram o termo “engajamento” durante as entrevistas ao mencionarem a relação do veículo com o público das redes sociais on-line. Este é um indício de que as redações jornalísticas aos poucos se tornam ambientes mais maleáveis e abertos a novos valores, seja pela incorporação de não-jornalistas à equipe ou pela concepção de jornalistas híbridos, num claro contraste à anterior demarcação relativamente rígida de fronteiras do campo jornalístico.

A constatação de que há certa convergência das empresas com relação ao estatuto das redes sociais como espaço de engajamento, mas também uma nítida divergência no que diz respeito à formação de equipes, demonstra o momento de transição típico do jornalismo pós-industrial. O prefixo “pós”, segundo os proponentes desta abordagem, não significa que já se atingiu um ponto final da trajetória de mudanças, mas, acima de tudo, explicita uma condição “intersticial” da atividade e o caráter provisório repleto de incertezas:

Vivemos nitidamente numa era na qual é mais fácil saber o que não funciona do que o que funciona, e na qual teorias e práticas daquilo que costumávamos chamar de indústria jornalística estão abrindo espaço a uma constelação muito mais diversa de entidades do que qualquer coisa que tenhamos testemunhado no século XX. (Anderson, Bell, Shirky, 2013:40)

Segundo Pereira e Adghirni (2011:44), verifica-se hoje a “emergência de novos gêneros, rotinas e identidades profissionais, a partir de cruzamentos entre a atividade jornalística e práticas ‘vizinhas’, sobretudo a publicidade, o entretenimento e a comunicação (pública, organizacional e corporativa)”. Contudo, os resultados da presente pesquisa se somam a outros estudos que demonstram os profundos dilemas que dividem o campo na interface com as redes sociais on-line, e que devem ser alvo de novas investigações acadêmicas.

Outro resultado relevante obtido na pesquisa de campo está relacionado ao status das editoriais de mídias sociais na disposição espacial das redações. Tanto a equipe do *O Povo* quanto a do *Diário do Nordeste* ocupam localização central e destacada nas respectivas

estruturas físicas. Trata-se de um ponto positivo, pois equipes territorialmente marginalizadas podem constituir uma dimensão problemática, uma vez que “a ausência de uma interface direta favorece a lacuna nos domínios do conhecimento e atrapalha a construção de novos parâmetros para favorecer o trabalho jornalístico” (Canavilhas et al, 2016: 13).

Além de facilitar os fluxos de trabalho, a centralidade observada indica o desejo destas equipes em reforçar junto aos profissionais das demais editorias o reconhecimento das mídias sociais como um componente essencial para a prática jornalística contemporânea. Aqui, a dimensão física está associada ao plano simbólico. Ocupar o mesmo espaço e, portanto, estar visível aos colegas de redação é um atributo importante que confere autonomia e legitimidade. Esta parece ser uma tendência que acompanha a crescente aproximação entre jornalismo e redes sociais on-line.

A busca por reconhecimento pelos pares está associada a outra dimensão que surgiu durante a investigação: as divisões internas das redações entre aqueles que aceitam e se integram às novas rotinas e os que apresentam resistência diante das mudanças. As duas coordenadoras fizeram menção ao trabalho de “evangelização” ou “catequização” junto aos jornalistas que ainda não teriam se “convertido” (para manter a metáfora religiosa) ao trabalho integrado às mídias digitais on-line.

Mesmo diante das visões similares sobre a dificuldade em lidar com os “não-integrados” ao mundo digital, fica explícita a divergência. Afinal, as divisões internas estão relacionadas à questão geracional ou independem da idade? A formação das equipes demonstra uma clara oposição. Enquanto a editora do *O Povo* diz que é preciso ter “uma mente jovem para entender o que o jovem consome”, a editora do *Diário do Nordeste* associa a aproximação ou o distanciamento a uma questão de “vivência digital”, algo que independe da idade.

Considerações finais

A investigação se aproxima de trabalhos anteriores sobre a temática ao verificar o elevado grau de experimentação no que diz respeito à formação de editorias de mídias sociais. A pesquisa empírica revelou duas realidades bastante distintas. A redação do *O Povo* estruturou uma equipe multidisciplinar na qual jornalistas dividem espaço com profissionais de marketing e publicidade. Já o *Diário do Nordeste* apostou em jornalistas “híbridos”, que possuem habilidades prática ou proximidade de pensamento com as áreas de marketing e publicidade.

Apesar das divergências, ambas as abordagens demonstram que as fronteiras do jornalismo estão se movendo rapidamente em direção a setores que até então encontravam grande resistência dentro das redações. Há cerca de uma década era pouco provável que uma empresa jornalística defendesse a presença de publicitários e profissionais de marketing (ou o

pensamento oriundo destas áreas) em atividades diretamente relacionadas à produção e distribuição de notícia. Esta é uma tendência que parece afetar o campo e que merece ser acompanhada em futuras investigações.

Outra tendência detectada foi o avançado nível de integração das editorias de mídias sociais com o restante da redação, fato que estabelece um status elevado nas rotinas jornalísticas. Contudo, é preciso acompanhar esse processo para perceber se a centralidade destas editorias vai influenciar seu crescimento (maior número de integrantes) ou se haverá uma “cultura de mídias sociais” nas redações, o que implicaria na percepção por parte de outras editorias de que o trabalho jornalístico deve se orientar às plataformas digitais, como *Facebook* e congêneres.

Apesar dos resultados obtidos, este trabalho possui limitações que devem ser registradas. A primeira diz respeito ao objeto empírico. A pesquisa de campo se limita a duas redações de uma mesma região do Brasil e, portanto, são registros contextuais que devem se somar a outras pesquisas em mais redações desta e de outras regiões para aumentar a compreensão sobre as mudanças e, por consequência, a precisão na hora de se elaborar tendências.

Outra limitação empírica está no escopo do material recolhido durante a investigação. As entrevistas se limitaram às coordenadoras das editorias de mídias sociais, o que influenciou a análise. Outros trabalhos devem estender a pesquisa aos demais profissionais que integram as equipes, conforme os organogramas aqui apresentados (Figuras 1 e 2). Dar voz a estes profissionais ajudará a detalhar o fenômeno, além de possibilitar o confronto de ideias a partir da multiplicação dos pontos de vista.

Por fim, a pesquisa possui dois desdobramentos interessantes. Um está relacionado ao ensino do jornalismo nas universidades. Quais conhecimentos teóricos e habilidades práticas devem estar presentes no currículo de um jornalista que vai atuar nas editorias de mídias sociais? Como se dará a aproximação do jornalismo com o marketing e a publicidade durante o processo de formação superior? É preciso pensar práticas pedagógicas adequadas para preparar o futuro profissional.

Outro possível desdobramento está relacionado à identificação de um “problema geracional” relacionado à formação das editorias de mídias sociais on-line e suas rotinas de trabalho. As coordenadoras entrevistadas divergiram sobre esta questão. Uma apontou os jovens como aqueles que mais se adequam aos novos desafios, enquanto a outra sugeriu que as diferentes faixas-etárias não exercem influência sobre as práticas, bastando ao jornalista estar aberto ao mundo digital. Portanto, há aqui um “fio solto” que pode inspirar futuras investigações.

Referências

AGUADO, J. M., FEIJOÓ, C., MARTINEZ, M. I. (2013) *La comunicación móvil: hacia un nuevo ecosistema digital*, Barcelona, Gedisa.

ANANNY, M.; CRAWFORD, K. (2014) A liminal press: situating news app designers within a field of networked news production. *Digital Journalism*, 3(2), 192-208. Doi: 10.1080/21670811.2014.922322

ANDERSON, C. W., BELL, E., & SHIRKY, C. (2013) Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, 5, 30-89.

BONI, V; QUARESMA, S.J. (2005) Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Em Tese*, 2(1), p. 68-80.

CANAVILHAS, J.; SATUF, I.; LUNA, D.; TORRES, V., BACCIN, A., MARQUES, A. (2016) Jornalistas e tecnoatores: a negociação de culturas profissionais em redações on-line. *Revista Famecos*, 23(3), 1-19. Doi: 10.15448/1980-3729.2016.3.24292

CARLSON, M.; LEWIS, S. (2015) *Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation*, New York, Routledge.

FIGARO, R., GROHMANN, R. (2013) *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*, São Paulo, Atlas.

LOOSEN, W. (2015) The Notion of the "Blurring Boundaries" Journalism as a (de-) differentiated phenomenon. *Digital Journalism*, 3(1), 68-84. Doi: 10.1080/21670811.2014.928000

MESQUITA, G. B. (2017) O que fazem o community manager e o editor de mídias sociais em dois veículos de referência: ciberjornalismo ou marketing?. *Revista Observatório*, 3(3), 327-345. Doi: 10.20873/uft.2447-4266.2017v3n3p327

MORETZSOHN, S. (2014) O "Novo Ritmo da Redação" de O Globo: a prioridade ao jornalismo digital e seus reflexos nas condições de trabalho e produção da notícia. *Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM*, 2(2), 59-79.

MOURA, D. O., PEREIRA, F. H., & Adghirni, Z. L. (2015) *Mudanças e permanências do jornalismo*, Florianópolis, Insular.

NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; KALOGEROPOULOS, A.; LEVY, D. A. L.; NIELSEN R. N. (2017) *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Oxford.

PEREIRA, F. & ADGHIRNI, Z. (2011) O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. *Intexto*, 1(24), p. 38-57. Doi: 10.19132/1807-8583201124.38-57

SÁ, S. (2015) O jornalismo televisivo e os dispositivos móveis: o aumento das imagens amadoras. In: CANAVILHAS, J.; SATUF, I. *Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo*, Covilhã, Livros LabCom. p. 363-380

SHIRKY, C. (2011) *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*, Rio de Janeiro, Zahar.

TRAQUINA, N. (2005) *Teorias do jornalismo volume II: A tribo jornalística – uma comunidade*

interpretativa transnacional Florianópolis, Insular.

ZELIZER, B. (1993) Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Media Communication*, 10(3), 219-237. Doi: 10.1080/15295039309366865

Ciberjornalismo académico: A construção de notícias online por jovens jornalistas

Pedro Jerónimo

Instituto Superior Miguel Torga
CECS / Universidade do Minho
CEIS20 / Universidade de Coimbra
pedrojeronimo.phd@gmail.com

Resumo

Durante duas décadas o ciberjornalismo foi-se instalando nas redacções um pouco por todo o mundo. Pese embora algumas resistências, que ainda existem, a verdade é que esta é uma realidade que já não se apresenta como desconhecida para os jornalistas. O mesmo já não se poderá dizer em relação à investigação em torno deste campo do jornalismo, que só na última década começou a dar os primeiros passos. Portugal é disso exemplo. Este é um contributo para esse percurso, debruçando-se sobre uma área praticamente inexplorada: o ciberjornalismo académico. A partir dos cibermeios existentes em duas universidades portuguesas, o *Urbi @ Orbi* (Universidade da Beira Interior) e o *JornalismoPortoNet* (Universidade do Porto), analisaremos as notícias aí publicadas, tendo presentes as principais características do meio digital. O que é que os jovens jornalistas produzem e como, é, pois, merecedor da nossa atenção.

Palavras-chave: ciberjornalismo, média académicos, produção noticiosa, jovens jornalistas, universidades.

Abstract

For two decades the online journalism was up installing in newsrooms all over the world. Despite some resistance still existing, the truth is that this is a reality that no longer appears as unknown to journalists. The same can not be said regarding the research around this field of journalism, which only in the last decade has begun to take the first steps. Portugal is an example. This is a contribution to that route, leaning over a virtually unexplored area: the academic online journalism. From the cases *Urbi @ Orbi* (University of Beira Interior) and *JornalismoPortoNet* (University of Porto), we will analyze the news published there, taking into account the main characteristics of the digital environment. What and how young journalists produce will deserve, therefore, our attention.

Keywords: online journalism, academic media, newsmaking, youg journalists, universities.

Introdução

As primeiras notícias online surgiram a partir de 26 de julho de 1995, no site do *Jornal de Notícias*. Era este o ponto de partida para as primeiras duas décadas de ciberjornalismo em Portugal (BASTOS, 2015). Porém, este período temporal não foi pródigo em estudos sobre o fenómeno. À excepção de Helder Bastos, que acompanhou o processo desde então, pois era jornalista no JN, a realidade é que só na última década é que começaram a surgir estudos

continuados. Sobretudo dedicados à produção e à recepção. A produção científica é ainda mais escassa se nos situarmos em territórios mais pequenos, como o distrito ou os municípios, onde predomina a designada imprensa regional (Jerónimo, 2015). O mesmo poderemos dizer em relação ao hiperlocal, como é disso exemplo o território das universidades e suas comunidades. Olhar para aquilo que designaremos de ciberjornalismo académico, é fazê-lo pela primeira vez. Salvo reflexões pontuais sobre os próprios meios, na sua versão tradicional, não encontrámos qualquer estudo sobre os cibermeios académicos e as notícias para eles produzidas e neles publicadas. Assim, as origens e evolução do ciberjornalismo académico são o nosso primeiro objecto de estudo e a produção noticiosa o segundo.

O ciberjornalismo em Portugal

A chegada dos primeiros computadores às redacções representa o prelúdio do ciberjornalismo¹ em Portugal. O *Comércio do Porto* e o *Diário de Coimbra*, em meados da década de 80 do século passado, são dois dos casos registados (Bastos, 2010; Jerónimo, 2015). Esta primeira grande revolução digital foi seguida pelo aparecimento do primeiro software de paginação, que permitia que todo o processo de composição gráfica fosse feito no computador. Antes mesmo de se entrar na década seguinte, já todas as redacções dos principais jornais portugueses se encontravam informatizadas. “No semanário *Expresso* e no *Diário de Notícias*, a substituição das máquinas de escrever pelos computadores aconteceu em 1988” (Bastos, 2015). Fundado em 1990, o *Público* viria a destacar-se no âmbito tecnológico, ao ser das primeiras redacções mundiais a adotar o sistema Macintosh. Seguiram-se outros passos neste percurso, como a RTP registar o seu domínio próprio (rtp.pt), a 28 de maio de 1993, ou a transição da Blitz – publicação especializada na área de música – para a Internet, em Novembro de 1994 (*idem*). No ano seguinte ocorria aquele que é considerado o arranque real do ciberjornalismo: o *Jornal de Notícias* inaugurava, a 26 de julho de 1995, a sua edição na Web, onde apresentava as notícias publicadas na edição em papel. Seguiu-se, ainda no mesmo ano, uma corrida ao registo de domínios próprios, por parte dos principais média, e a disponibilização de mais notícias online, através dos jornais *Público* e do *Diário de Notícias*.

Na análise à primeira década e meia de ciberjornalismo em Portugal, Helder Bastos (2010) divide-a em três fases: implementação (1995-1998), *boom* (1999-2000) e estagnação (2001-2010). A primeira, é a de partida rumo ao quase desconhecido, em que os média portugueses seguiam o que os internacionais iam fazendo. Talvez por isso se tenha tornado tão longa. Seguiu-se-lhe uma fase de euforia ou de deslumbramento, com uma expansão rápida e intensa. Toda a primeira década do século XXI, a que corresponde a última fase, fica marcada

¹ Embora reconheçamos outros conceitos associados a este campo do jornalismo, como jornalismo online, jornalismo digital, jornalismo multimédia ou webjornalismo, seguimos a proposta feita por SALAVERRÍA, Ramón (2005). Redacción Periodística en Internet. Barcelona: Eunsal.

pela falta de inovação e de investimento. Registam-se inclusivamente despedimentos e encerramentos de cibermeios, muitos deles criados na fase de *boom*, marcada mais pelo aventureirismo do que por uma estratégia definida. “Uma oportunidade perdida”, assim são considerados os primeiros 15 anos de ciberjornalismo em Portugal. Para além das aparentes euforias televisivas, motivada pela massificação da Internet e dos canais por cabo, das redes sociais e das plataformas móveis, pouco mudou nestes últimos cinco anos. A atenção dada aos *smartphones* e *tablets*, cada vez mais privilegiados para a disseminação noticiosa, tem provocado nova onda de euforia. Se há cerca de seis anos apenas uma minoria de órgãos de comunicação social portugueses tinham versão para dispositivos móveis, o panorama mudou entretanto, com o aparecimento de sites específicos para telemóveis e a disponibilização de apps (Jerónimo, 2015). As práticas têm sido, porém, as mesmas de sempre: *shovelware*, isto é, mera transposição de conteúdos. Mudam-se os tempos e as plataformas, porém, a primeira fase do ciberjornalismo repete-se. O mesmo podemos dizer em relação às redacções dos media de proximidade, designadamente da imprensa. Com menos recursos, humanos e técnicos, e com décadas de tradição de produção para o meio tradicional, sobra pouco espaço para o ciberjornalismo. E mesmo quando ele existe, é fruto do voluntarismo ou carolice de alguns profissionais, que mesmo não sendo reconhecidos ou recompensados por isso, vão “alimentado” os cibermeios sobretudo com as notícias que são publicadas em papel. As pontuais excepções que existem, traduzem-se no recurso à multimedialidade – o recurso ao vídeo nem sempre resulta de produção própria – e à hipertextualidade. O mesmo sucede com os ainda mais raros casos em que os dispositivos móveis são já uma realidade. Nesses, copia-se do papel para a Web e desta para *smartphones* e *tablets*. O ciberjornalismo de proximidade² é incipiente e está ainda numa fase inicial de estudo, ainda que tenhamos casos como o *Setúbal na Rede* ou o *Região de Leiria*, que são – respectivamente – o primeiro meio exclusivamente digital em Portugal (desde 1998) e o primeiro jornal regional a disponibilizar notícias online (desde 1996).

Um dos problemas que se tem adensado nos últimos anos e que tem tido consequências ao nível da produção ciberjornalística é o emagrecimento das redacções. Das nacionais às regionais. Ao contínuo subaproveitamento da hipertextualidade e também da interatividade, juntam-se os atropelos éticos e deontológicos. O recurso a fontes anónimas é cada vez mais frequente e disso exemplo. Os jornalistas passam cada vez mais tempo à secretária, praticando um (ciber)jornalismo sedentário, preguiçoso ou de *corta/copia e cola*. A excessiva dependência de *takes* das agências noticiosas, dos comunicados que chegam por email ou do que se torna viral nas redes sociais online, reforçam essa ideia. O produto do

² “(...) é a especialidade do jornalismo de proximidade que emprega o ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo, difundir conteúdos jornalísticos referentes a um determinado território e/ou comunidade” (Jerónimo, 2015: 12).

(ciber)jornalismo é, salvo cada vez mais raras exceções, cada vez mais superficial e repetitivo entre os vários cibermédia. “O acessório venceu o essencial. Deste ponto de vista, os primeiros vinte anos de ciberjornalismo em Portugal foram, em boa parte, um oportunidade perdida” (Bastos, 2015: 115). Os média que contrariam esta tendência são os que investem em produção própria, sobretudo num género jornalístico que tem vindo a cair, precisamente pelo tempo e recursos que envolve: a reportagem.

Os média e o jornalismo universitários

São frequentemente apresentados como espaços de e para experimentação. “O que fazemos é uma espécie de jornalismo laboratorial. O objectivo não é dar ‘cachas’ mas ensinar a técnica de uma boa notícia, entrevista ou reportagem”, refere Luís Bonixe (cit. Freitas, 2009). Mais do que passar da teoria à prática, neste tipo de meios procuram-se explorar novas narrativas e abordagens, sem que os fatores económico ou tempo sejam determinantes para o resultado final. Falamos de projetos integrados em instituições de ensino superior ou que resultam da iniciativa de núcleos ou associações de estudantes. Embora não seja um exclusivo de estudantes de Jornalismo, Comunicação Social ou Ciências da Comunicação, a realidade é que a grande maioria dos projectos existentes é mobilizada por quem provém dessas áreas. O facto deste tipo de meios ser feito por estudantes, é significativo para o resultado final. Porém, isso não significa que tenham sido os mentores. O jornal *A Cabra*, fundado em 1991 por estudantes de Direito da Universidade de Coimbra, é um exemplo disso. Falamos de um contexto – o universitário – que tem um ritmo próprio, o que acaba por ser determinante para aquilo que são e apresentam este tipo de média. “Às vezes é uma odisseia – no início do ano lectivo, os estudantes interessados em colaborar no jornal chegam a ser cem mas, no final, restam quatro, quando para cada edição são necessários 15 a 20 alunos”, refere Paulo Moura (*idem*).

A realidade dos média universitários portugueses não é muito fácil de descrever, sobretudo devido à escassez de estudos. Ainda assim, registamos alguns indicadores. O mais longínquo leva-nos até ao I Encontro Nacional de Imprensa Estudantil (Instituto Superior Técnico, Lisboa, 27 e 28 de Novembro de 1997), no qual a organização contabilizava 33 publicações³. No ano seguinte e na mesma altura, mas no Porto, realizava-se o 2º Encontro Nacional de Imprensa do Ensino Superior. A particularidade encontrada nas publicações da época, era o facto da maioria ter origem em instituições como faculdades de Direito, Arquitectura, Engenharia ou Farmácia. Se na época os cursos de Comunicação e Jornalismo eram em número reduzido, o mesmo já não podemos dizer em relação à actualidade. Segundo

³ Recuperado a partir de <https://web.archive.org/web/19990420103612/http://alfa.ist.utl.pt/~dif/ENIE/lista.htm>, acedido a 26 de Dezembro de 2015.

o blogue LabFom – Laboratório da Formação em Jornalismo⁴, no ano lectivo de 2014/15 havia 29 licenciaturas nessas áreas em Portugal. O que se sabe é que, se por um lado, nem todas têm produtos mediáticos associados, como jornais, rádios, televisões, cibermeios ou programas, por outro, há quem tenha mais do que um. Na Covilhã, por exemplo, à Universidade da Beira Interior estão associados uma rádio (RUBI), uma televisão (TUBI) e um cibermeio (Urbi et Orbi). Para além destes, é possível registar outros, recorrendo a duas fontes raras, como são os casos da reportagem “Laboratórios de Jornalismo”, publicada na revista *Jornalismo & Jornalistas* (Freitas, 2009), e o programa “Os Media Universitários”, do magazine Nativos Digitais, emitido pela RTP2 (8 de Maio de 2012). São os casos dos jornais com cibermeio 8.^a Colina (Instituto Politécnico de Lisboa) e A Cabra (Associação Académica de Coimbra), dos cibermeios JornalismoPortoNet (Universidade do Porto), ESEP Jornal Digital (Instituto Politécnico de Évora) e ComUM (Universidade do Minho), da rádio RUC (Associação Académica de Coimbra), do programa de rádio Flash IPS (Instituto Politécnico de Setúbal) ou do programa de televisão ESEC TV (Instituto Politécnico de Coimbra). Os jornais JUP (Universidade do Porto) e Akadémicos (Instituto Politécnico de Leiria) – única publicação académica que circula juntamente com um jornal regional – são outros casos conhecidos que acrescentamos.

Não sendo nossa intenção apresentar uma lista exaustiva dos média universitários portugueses, interessa-nos de modo particular destacar os cibermeios. E se já é difícil olhar para a evolução daqueles, o que dizer destes. A dificuldade é tanto maior, quanto maior a dispersão da informação. Exemplo disso é a indicação de quem terá sido o pioneiro. Enquanto que Helena de Sousa Freitas (2009) indica o *Mundus* (2 de Dezembro de 1996), António Granado (2002) aponta para o *Canudo* (13 de Março de 1996). Daqueles que estão actualmente online, destacamos os já referidos Urbi et Orbi (n.º 0 saiu a 31 de Janeiro de 2000), ESEP Jornal Digital (arranque em Maio de 2002) e JornalismoPortoNet (arranque a 22 de Março de 2004), pela longevidade. É, pois, a partir destes casos que estudaremos o ciberjornalismo académico. Embora não ignoremos a designação de ciberjornalismo universitário, seguiremos aquele conceito, a partir da única referência pública encontrada em Portugal sobre o assunto. Falamos dos prémios atribuídos pelo Observatório do Ciberjornalismo, que distinguem anualmente várias categorias, entre as quais Ciberjornalismo Académico – JornalismoPortoNet (2008 a 2014) e ComUM (2015) são os vencedores até à data.

Metodologia

⁴ “Tendência para decréscimo gradual do número de cursos de 1.º ciclo”, 8 de Abril de 2015. Em LabFom, www.lasics.uminho.pt/labform/?p=344, acedido a 26 de Dezembro de 2015.

Com o objectivo de conhecer os cibermeios académicos que há mais tempo publicam notícias, a forma como elas são construídas e como é que operam as respectivas redacções, recorreremos à entrevista semi-estruturada e à análise de conteúdo. Assim, foi feito um levantamento e análise das notícias publicadas no Urbi et Orbi (ou Urbi) e no JornalismoPortoNet (ou JPN)⁵, ao longo de um mês (15 de Setembro a 15 de Outubro de 2015), procurando identificar os temas mais frequentes, bem como os elementos do ciberjornalismo presentes. Para tal, recorreremos a uma metodologia já trabalhada (Jerónimo, 2015). Pretendia-se estudar todo o processo de construção noticiosa, desde as rotinas iniciais, de apurar e recolher informação, até às finais, de editar e publicar. Porém, devido exigência da abordagem metodológica e ao tempo de que dispunhamos, acabámos por abandonar essa opção, centrado-nos apenas na análise de conteúdo, isto é, da notícia já construída e publicada. Paralelamente, realizaram-se entrevistas a docentes ligadas aos dois cibermeios académicos. São os casos de Anabela Gradim (email; 22 de Outubro e 12 de Novembro), co-fundadora e actual directora do Urbi et Orbi, e Ana Isabel Reis (email; 21 e 22 de Outubro e 15 de Novembro), directora do JornalismoPortoNet. Não ignoramos ainda algumas referências encontradas na revisão teórica, que nos permitam concentrar datas e apontamentos sobre esta área.

Ciberjornalismo Académico

Os contributos para um estudo sobre o percurso do ciberjornalismo académico em Portugal têm sido raros e dispersos. Para além disso, carecem de consolidação. O facto de estarmos a olhar para a origem de um fenómeno que já leva quase duas décadas de existência, limita-nos desde logo a leitura. O mesmo verificamos com alguns contributos recolhidos. Por exemplo: embora o *Canudo* seja apresentado como o pioneiro do ciberjornalismo académico, a realidade é que mais de uma década depois conseguimos apurar que isso terá ocorrido numa data anterior à indicada. Evidência disso é o facto do cibermeio datar a última actualização de 13 de Março, sendo ainda possível encontrar conteúdos da edição do mês anterior⁶. Este é apenas um exemplo de como o processo de estudo das origens e evolução de determinado fenómeno – que não são aqui o principal objectivo – carecem de confirmações. Ainda assim, avançamos com uma primeira proposta (Figura 1), resultante de pesquisas próprias e de outros contributos (Granado, 2002; Bastos, 2015).

⁵ A não inclusão do ESEP Jornal Digital neste estudo, deve-se ao facto de só no final do mesmo termos conseguido apurar que se publicava desde 2002 e que, por isso, é mais antigo que o JPN. Caso contrário teríamos optado por considerar os três casos ou os dois mais antigos.

⁶ Recuperado a partir de <http://arquivo.pt/wayback/20020626203821/http://www.ualg.pt/estudantes/canudo/num4/>, acedido a 26 de Dezembro de 2015.

Figura 1: Cibermeios académicos e evidências de criação

Data	Cibermeio	URL actual ou original	Instituição
13-03-96	Canudo	http://ualg.pt/estudantes/canudo/ *	Universidade do Algarve
22-04-96	Diferencial	http://alfa.ist.utl.pt/~dif/ *	Instituto Superior Técnico
??-06-96	Cábula	http://dca.uac.pt/aecah/cabula/cabula.htm *	Universidade dos Açores
02-12-96	Mundus	http://eseset.pt/mundus *	Instituto Politécnico de Setúbal
??-09-97	Os Fazedores de Letras	http://os-fazedores-de-letras.pt *	Universidade de Lisboa
31-01-00	Urbi et Orbi	http://urbi.ubi.pt	Universidade da Beira Interior
??-05-02	ESEP Jornal Digital	http://esep.pt/esepjd/	Instituto Politécnico de Portalegre
??-10-03	A Cabra	http://acabra.net	Associação Académica de Coimbra
22-03-04	JornalismoPortoNet	http://jpn.up.pt/	Universidade do Porto
??-11-05	ComUM	http://comumonline.com	Universidade da Beira Interior

* Offline ou já não se publica.

Com alguns anos de experiência acumulada neste tipo de cibermeios, Anabela Gradim (Urbi) e Ana Isabel Reis (JPN) têm não só o olhar de dentro, como também uma perspectiva para fora, isto é, para a evolução do ciberjornalismo académico. “Mais de 15 anos desde o seu início, julgo que podemos dizer que atingiu a maturidade, embora, surpreendentemente, essa não se expresse na diversidade e quantidade de projectos que, eventualmente, seria expectável há uns anos atrás”, refere a directora do Urbi. Já a directora do JPN, aponta para uma “lenta” evolução, justificando que “os órgãos académicos não são profissionais, têm um fluxo produtivo ao sabor das contingências do ano lectivo, têm poucos meios e não são, muitas vezes, economicamente autónomos.”

Face ao registado e sobretudo a estes olhares continuados, importará questionar e até ensaiar aquilo que poderá ser uma proposta para o conceito aqui abordado. Assim, por ciberjornalismo académico entendemos a especialidade do jornalismo que emprega o ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo, difundir conteúdos jornalísticos. O facto de serem produzidos por estudantes do Ensino Superior e ao ritmo do ano lectivo, diferencia-no de outros tipos de ciberjornalismo.

Estudo de casos

As redacções do Urbi et Orbi e a do JornalismoPortoNet apresentam-se como lugares de experimentação do jornalismo. De modo particular no ambiente digital e sem as pressas ou pressões que particularizam os projectos de outra dimensão. “A existência de ‘equipas flutuantes’ de estudantes que ainda estão a aprender ou a dar os primeiros passos no exercício do jornalismo faz com que muitas vezes não se inove tanto quanto isso – uma mesma equipa/estudante pode fazer um, dois, três trabalhos e evoluir, mas a/o seguinte estará a fazer o seu primeiro trabalho, ie, convém não esquecer que o jornalismo académico (no online ou

outro) é um laboratório em que se aprende, se executa e se experimenta continuamente com equipas sempre novas e que muitas vezes realizam neste ambiente a sua primeira reportagem”, sublinha Ana Isabel Reis. Falamos pois de “projectos institucionais, exercidos por amadores”, que apresentam “um lado positivo que é torná-los imunes às pressões de mercado que, eventualmente, condicionam os projectos profissionais”, reforça Anabela Gradim. Num olhar ao percurso de ambos os projectos, o que podemos encontrar no Urbi “é um tipo de jornalismo que procura conjugar os valores e padrões éticos do jornalismo clássico com as potencialidades multimédia do meio” (Anabela Gradim), enquanto que o JPN se tem apresentado “progressivamente mais 'ciberjornalístico' embora haja limitações e constrangimentos (humanos e técnicos) que nem sempre ajudem a concretizar esse objectivo” (Ana Isabel Reis).

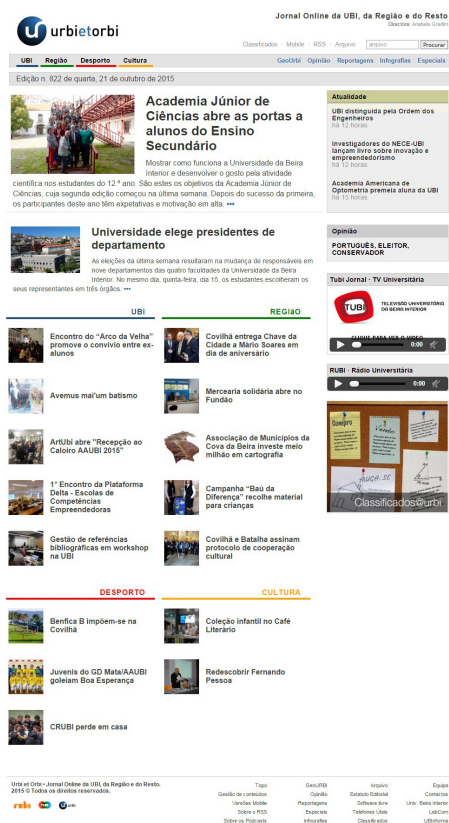
A estrutura das redacções é semelhante. No caso do Urbi, tem uma média de 20 jovens estudantes, o mesmo sucedendo com o JPN, que neste caso se dividem por três turnos – total de 40 a 60 estudantes. A redacção do projecto da Universidade do Porto tem ainda a particularidade de contar com dois jornalistas – com carteira profissional – e de acolher estagiários de outras instituições da cidade e também de outros cursos (p.e. fotografia). “Os períodos de menor colaboração são os meses de entrega de trabalhos finais e exames e os de férias” (Ana Isabel Reis). Já o projecto da Universidade da Beira Interior, funciona como apoio à unidade curricular de Atelier de Jornalismo do 2º ciclo de estudos em Jornalismo, sendo por isso constituído pela respectiva turma – também trabalha para a rádio (RUBI) e a televisão (TUBI).

As rotinas são pontos onde os dois projectos mais se distinguem. Enquanto que no Urbi se trabalha mais numa óptica de edição semanal, com as aulas de Atelier a serem o ponto de partida, no JPN o ritmo é de produção diária, no qual a redacção é o lugar central de todo o processo. “É construída uma agenda durante a semana, com as informações que chegam à redacção – e essas informações chegam exactamente pelas mesmas vias em que aparecem nos outros jornais. (...) Regra geral, os 'serviços' são cobertos presencialmente pelos alunos destacados. Não há Lusa, nem 'copy paste', nas peças publicadas pelo Urbi” (Anabela Gradim). “Há uma reunião de editoria às 8h30 para ver o que está em agenda (liderada por um editor, o chefe de redacção do turno e o secretário de redacção), o que vai acontecer, discutir propostas apresentadas pelos estudantes e pelos editores, e faz-se a distribuição de serviço. (...) Às 12h30 há uma nova reunião igual para o segundo turno e para se fazer o ponto de situação dos temas atribuídos na reunião das 8h30.” (Ana Isabel Reis). Já em relação à orientação temática, no Urbi procura seguir-se a agenda semanal, enquanto que no JPN são a cidade, a instituição e a cultura que centram a atenção dos estudantes.

Numa análise aos cibermeios, verificamos que o JPN apresenta uma maior dispersão temática, do que o Urbi (Figuras 2 e 3). Assim, no primeiro as notícias dividem-se entre UP

(Universidade do Porto), Porto, País, Mundo, Economia, Cultura, Educação, Ciência e Tec(nologia), Desporto e Media, enquanto que o segundo se concentra em UBI (Universidade da Beira Interior), Região, Cultura e Desporto. Neste último caso, a lógica semanal é particularmente evidente na referência logo após o menú temático: "Edição n. 822 de quarta, de 21 de outubro de 2015". Tal é reforçado numa consulta ao Arquivo. Este cibermeio é ainda o lugar para onde convergem alguns dos conteúdos originalmente desenvolvidos para outros projectos da instituição (RUBI e TUBI).

Figuras 2 e 3: Versões actuais de Urbi et Orbi e JornalismoPortoNet



Fonte: Captura própria (21 de Outubro de 2015)

Construção de notícias online

Desde os primórdios do ciberjornalismo que foram reconhecidas diversas potencialidades e/ou elementos que distinguem este campo do jornalismo. Uns mais concensuais do que outros, a realidade é que a multimedialidade, a hipertextualidade e a interactividade – na perspectiva da comunicação entre duas pessoas, mediada tecnologicamente – são as mais comuns. No caso do ciberjornalismo académico e particularmente nos casos de Urbi e JPN, são os dois primeiros aqueles que se destacam. "Os seus aspectos multimédia, nomeadamente a criação de textos

em forma de pirâmide deitada⁷, e a complementaridade entre textos, RM's e clips de vídeo" (Anabela Gradim). "O áudio porque é mais simples (gravam a entrevista e retiram facilmente um som para alojar na notícia) e as hiperligações" (Ana Isabel Reis).

Do período analisado (15 de Setembro a 15 de Outubro de 2015), que coincidiu com arranque do ano lectivo 2015/16 e, por isso, estávamos ainda numa fase de constituição de equipas e com um ritmo e volume de produção noticiosa baixos, registamos o seguinte:

Figura 4: Elementos do ciberjornalismo identificados

Cibermeios	Notícias	Mapas (%)	Multimedialidade				Hipertextualidade
			Som (%)	Vídeo (%)	Fotos (%)	Galerias (%)	Links (%)
Urbi et Orbi	66	0	6,1	1,5	95,6	1,5	26
JPN	61	1,6	11,5	8,2	96,7	3,3	77

Os dois cibermeios apresentam sensivelmente a mesma quantidade de notícias publicadas, com ligeiro ascendente do Urbi (n=66). A integração de mapas, como apoio à contextualização, é usada uma única vez e na notícia "Porto: MEO Urban Trail invade as ruas este sábado à noite" (JPN, 6 de Outubro, 18h00). Olhando para a multimedialidade, percebemos que a fotografia é o elemento que mais vezes está presente. Tanto no JPN (96,7%), como no Urbi (95,6%), praticamente todas as notícias são acompanhadas por pelo menos uma fotografia – maioritariamente de produção própria. O recurso a fotogalerias é residual (3,3% no JPN; 1,5% no Urbi), sendo que em nenhum dos casos identificados há a integração de outros elementos multimédia, como o áudio. E é precisamente este o segundo elemento mais frequente (11,5% no JPN; 6,1% no Urbi), logo seguido pelo vídeo (8,2% no JPN; 1,5% no Urbi). Os valores apresentados aparentam ser excessivamente reduzidos para o tipo de publicações em questão, ainda para mais quando estas reclamam para si uma forma de estar diferente, relativamente aos média profissionais. Designadamente terem mais tempo e por vezes recursos para produzirem conteúdos multimédia. Contudo, não podemos ignorar o período estudado e que será um dos que apresentará menor fluxo de produção noticiosa. Algo que futuros estudos e relativamente a diferentes períodos do ano lectivo, poderão ajudar a explicar. Por fim, a presença de hipertexto nas notícias publicadas por JPN (77%) e Urbi (26%) são algo a destacar. Desde sempre apresentado como um elemento potenciador da contextualização no ciberjornalismo, a realidade é que os estudos realizados ao longo destas quase duas décadas apontam a hipertextualidade como a potencialidade mais subaproveitada. Se no caso do cibermeio da Universidade da Beira Interior os valores apresentados se situam ligeiramente acima do que é habitual, no caso do da Universidade do Porto eles destacam-se claramente. Desconhecemos qualquer estudo no campo do ciberjornalismo, cuja

⁷ Sobre esta proposta, consultar CANAVILHAS, João (2007). Webnotícia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW. Covilhã: LabCom Books.

aproveitamento desta potencialidade se situe acima dos 50%. Para além do objectivo de experimentação que se deseja para este tipo de projectos, a justificação que avançamos para a realidade observada, é o facto do investigador que em Portugal mais tem estudado as potencialidades da Internet e a contextualização no ciberjornalismo⁸ estar ligado ao percurso do JPN. Já no que toca à interactividade, que poderíamos “medir” a partir dos comentários deixados às notícias, não foi possível encontrar algum – o Urbi não permite.

Ainda sobre a construção de notícias online, destacamos o facto de todas elas serem de produção própria. Esta evidência encontramos-la a partir da referência à autoria das mesmas, sendo que no caso do Urbi à indentificação do autor é associado o respectivo email pessoal. Situação rara, em ambas as situações, se compararmos com estudos realizados anteriormente (Jerónimo, 2015).

Relativamente às temáticas mais frequentes, predominam aquelas que se relacionam com as universidades e com os territórios em que se inserem. São os casos de UBI (45,5%) e Região (30,3%), no Urbi, e UP e Porto (ambas com 23%), no JPN. Também Cultura (16,4% no Urbi; 12,1% no JPN) é um tema comum, sendo o terceiro que mais notícias gera. Seguem-se Desporto (12,1%), no caso do cibermeio da Universidade da Beira Interior, e País (13,1%), Ciência e Tec (9,8%), Media (8,2%), Educação e Desporto (ambas com 3,3%), no da Universidade do Porto. Durante o período analisado, o JPN não publicou qualquer notícia relacionada com Economia e Mundo.

Conclusão

O ciberjornalismo académico está muito próximo de completar duas décadas em Portugal. O que é, quem o pratica e como, são questões que estão por responder. A ausência de estudos em torno deste campo tão particular do jornalismo justificam-no. Assim, o primeiro contributo deste trabalho é deixar uma primeira proposta de cronologia de criação de cibermeios académicos. A partir daqui, poder-se-á estudar, de forma mais aprofundada, a origem e a evolução deste tipo de ciberjornalismo. O segundo, é igualmente uma proposta, neste caso para a definição do conceito. Assim, por ciberjornalismo académico entendemos a especialidade do jornalismo que emprega o ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo, difundir conteúdos jornalísticos. O facto de serem produzidos por estudantes do Ensino Superior e ao ritmo do ano lectivo, diferencia-no de outros tipos de ciberjornalismo. O terceiro, é conhecer não só a produção noticiosa de dois dos cibermeios há mais tempo em actividade, como também o seu *modus operandi*. Esta parte do estudo confirma aquilo que outras escassas referências já apontavam: estamos perante laboratórios de (ciber)jornalismo, onde o

⁸ Para aprofundar estes temas, consultar ZAMITH, Fernando (2008). Ciberjornalismo: As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses. Porto: Edições Afrontamento e ZAMITH, Fernando (2013). A contextualização no ciberjornalismo. Porto: Edições Afrontamento.

fazer bem tem primazia. No caso das notícias online, isso traduz-se na frequente presença de hipertexto, algo que contraria aquilo que tem sido o resultado dos estudos de ciberjornalismo, que se têm debruçado sobre esta potencialidade. Por outro lado, a reduzida presença de conteúdos multimédia, ficar-se-á a dever ao período em estudo, que coincide com um dos de menor produção, isto é, o início do ano lectivo. Afinal, é ao seu ritmo que se move o ciberjornalismo académico.

Bibliografia

- BASTOS, Helder (2010). **Origens e evolução do ciberjornalismo em Portugal: Os primeiros quinze anos (1995-2010)**. Porto: Edições Afrontamento.
- BASTOS, Helder (2015). **Origens e evolução do ciberjornalismo em Portugal: Os primeiros vinte anos (1995-2015)**. Porto: Edições Afrontamento.
- FREITAS, Helena de Sousa (2009). Laboratórios de Jornalismo. *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 39, Julho a Setembro, pp. 6-21.
- GRANADO, António (2002). Os media portugueses na Internet. URL [http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.htm], consultado a 26 de Dezembro de 2015.
- JERÓNIMO, Pedro (2015). **Ciberjornalismo de proximidade: Redações, jornalistas e notícias online**. Covilhã: Livros LabCom.IFP.
- MICÓ, Josep Lluís, CANAVILHAS, João, MASIP, Pere, RUIZ, Carles (2008). La ética en el ejercicio del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet. *Estudos em Comunicação*, n.º 4, pp. 15-39.
- SALAVERRÍA, Ramón (2015). **Ciberperiodismo en Iberoamérica**. Madrid: Fundación Telefónica e Editorial Ariel.

Lava jato e espetáculo político: o discurso dos editoriais da *Gazeta do Povo* sobre os vazamentos da operação

Ester Athanásio

Universidade Federal do Paraná - Brasil

ester.athanasio1@gmail.com

Resumo

A partir da discussão sobre o papel social do jornalismo, espetacularização e imagem pública, o artigo traz considerações sobre as particularidades do texto editorial. A fim de investigar como os editoriais da *Gazeta do Povo*, *quality paper* de maior circulação no estado do Paraná, no Sul do Brasil, trataram três importantes vazamentos de informação da Operação Lava Jato, reconhecida como a maior investigação anticorrupção da história do Brasil, a análise empírica aplica Análise do Discurso francesa ao corpus composto por 13 editoriais publicados entre março e junho de 2016 que citam a Lava Jato e as palavras “vazamento” ou “gravação”, referindo-se a conversas gravadas e anexadas ao processo. Os resultados indicam que o jornal é favorável à Operação e à divulgação dos grampos telefônicos e tende a ser mais ou menos enfático no discurso contra a corrupção a depender da origem política dos acusados, já que tratou com maior gravidade o caso Lula do que aquele que incriminava a cúpula do PMDB, embora a natureza das acusações seja similar.

Palavras-chave: Jornalismo Político; Editoriais; Espetacularização; Lava Jato; Imagem Pública.

Abstract

Based on debates about journalism's social role, spectacularization and public image, this article brings considerations about the particularities of editorial text. In order to investigate how *Gazeta do Povo's* editorials approached three important leaks of Lava Jato Operation, the empirical analysis applies discourse analysis on a corpus made of 13 editorials published between March and June of 2016 that mention the Lava Jato Operation and the words “vazamento” or “gravação”. The results show that the newspaper is favourable to the investigation and to disseminate wiretaps and tends to have a emphatic speech against corruption depending on the political rank of the respondents, once it treated with greater severity Lula's case than the one that incriminated the PMDB summit.

Keywords: Political Journalism; Editorials; Spetacularization; Lava Jato; Public Image.

INTRODUÇÃO

A linha de chegada da corrida eleitoral de 2014 inaugurou um período turbulento na política brasileira. Ao vencer a eleição presidencial mais apertada e polarizada da história, com 3,28 % de vantagem nas urnas (3,4 milhões de votos) e com o início de um período de instabilidade econômica, Dilma Rousseff abriu o segundo mandato com uma soma de baixas que a conduziram a sucessivas perdas na aprovação. Se em março de 2013 a petista exibia os surpreendentes 65% de aprovação, segundo o DataFolha, um ano depois, a taxa chegou a 36%. 2015 começou difícil (23%) e terminou ainda pior (8%), com taxas de rejeição que chegavam a 71%, superando o pior momento do ex-presidente Fernando Collor (65%). A entrada em 2016 já anunciava o agravamento da crise política.

A Operação Lava Jato, que investiga um esquema bilionário de corrupção na Petrobrás desde março de 2014 e atingiu a classe política em março de 2015, exerceu influência nos desdobramentos do cenário político dos últimos dois anos. A maior investigação anticorrupção já desempenhada no Brasil encontrou conformação na população que reivindica o fim da impunidade. A firmeza atribuída ao juiz federal Sérgio Moro aparece com catalisador dessa ansiedade.

Em 2016, as tentativas de impeachment apresentadas na Câmara dos Deputados ganharam corpo a partir do rompimento do governo com o presidente da casa, Eduardo Cunha (PMDB). Embora as justificativas não tivessem relação com a Lava Jato, o desgaste que o governo sofreu por abrigar nomes investigados reforçou a iniciativa. Não raramente as manifestações populares pró-impeachment apresentavam ícones da operação, como bonecos infláveis e cartazes de apoio a Moro.

Em março de 2016, a condução coercitiva do ex-presidente Lula seguida de uma nomeação para o Ministério da Casa Civil e do vazamento de uma conversa entre ele e Dilma levou a credibilidade do quarto mandato petista consecutivo a níveis desastrosos, até que, no dia 17 de abril, os deputados federais admitiram o afastamento de Dilma com 367 votos a favor e 137 contra. Em 12 de maio o pedido foi confirmado pelo Senado, com placar de 55 contra 22. Os registros das discussões e votações de ambas as casas legislativas evidenciam a pressão que a Lava Jato exerceu, sendo usada como um dos principais argumentos daqueles que foram favoráveis à interrupção do mandato.

Entre os vazamentos de informações de interesse da operação, os mais emblemáticos referem-se a gravações de conversas telefônicas. Em março de 2016, o juiz Sérgio Moro trouxe a público o conteúdo da ligação telefônica em que Lula e Dilma falam sobre o Termo de Posse do Ministério da Casa Civil, para uso "em caso de necessidade". A conversa foi

interpretada como uma tentativa de obstrução da justiça: Dilma estaria nomeando Lula ministro para livrá-lo da caneta de Moro, que não poderia julgar um acusado na condição de ministro do executivo. Na ocasião, a ex-presidente chegou a falar sobre espetacularização da política, afirmando que “uma coisa é investigar, outra é espetacularizar a investigação”. Pouco tempo depois, seus aliados comemoraram o vazamento das gravações do delator Sérgio Machado que denunciavam negociações de importantes nomes do PMDB para interromper o avanço da Lava Jato em um “acordo nacional”.

Os episódios mencionados integram uma série de fatos que promovem o espetáculo da Lava Jato e visam atingir a Opinião Pública por meio do acionamento da imprensa¹, como a já mencionada condução coercitiva de Lula, seguida de um discurso inflamado do ex-presidente.

Os estudos que tratam da espetacularização da política, especialmente na era da comunicação de massa, não eliminam a existência no espetáculo na política em séculos anteriores, mas realçam que o aprimoramento dos meios de comunicação, o que inclui um conjunto de princípios, lógicas e técnicas, acentuou a presença do espetáculo no discurso político (RUBIM, 2004; GOMES, 2004). O campo político se apropria de uma linguagem espetacular a fim de atrair o público e se posicionar na arena de discussões. Neste processo, o jornalismo exerce papel de destaque, sendo, por vezes, a plataforma do espetáculo político, o que justifica a escolha do objeto empírico. A escolha pelos textos editoriais se dá pela especificidade deste gênero pouco explorado pela pesquisa (EILDERS, 1999; MONT’ALVERNE, MARQUES, 2015): uma espécie de texto opinativo singular, reservado para a opinião oficial das empresas de jornalismo, um espaço em que os jornais agem como atores políticos de forma mais evidente. O jornal Gazeta do Povo (GP) foi selecionado devido à expressividade que ocupa no cenário paranaense, sendo o maior jornal do estado onde está instalada a Força-Tarefa da Lava Jato.

ESPETACULARIZAÇÃO DA POLÍTICA

Espetáculo é aquilo que atrai e prende a atenção. É um fenômeno de caráter sensacional e extraordinário, que tem os dispositivos plásticos e estéticos como elementos centrais na sedução. Inerente a todas as sociedades humanas, se manifesta de variadas formas, seja pelos rituais, encenações, máscaras sociais, papeis ou ritos.

Guy Debord (1967) inaugurou o debate sobre o espetáculo em “A sociedade do espetáculo”. O marxista trata o tema como situação histórica, na qual a mercadoria ocupou totalmente a vida social e o espetáculo seria a forma mais avançada de capitalismo. Debord construiu uma visão pessimista do espetáculo, submetendo-o à lógica capitalista e mercantil e

¹ Em artigo publicado em 2004 na Revista Centro de Estudos Judiciários (CEJ), o juiz Sérgio Moro, responsável pelo julgamento dos acusados, analisa o contexto institucional da operação Mãos Limpas, deflagrada na Itália, e sugere a relevância do acionamento dos meios de comunicação de massa para sucesso de uma iniciativa de combate da corrupção. Moro observa a possibilidade de instalação de investigação semelhante no Brasil.

contrapondo real e representação de forma maniqueísta, atribuindo valor positivo ao real e negativo a representação, como se um pudesse ser dissociado do outro. Para o francês, imagens são sombras do real.

O tom demasiadamente negativo que atribui ao espetáculo já foi alvo de críticas de autores mais recentes. Primeiro porque desconsidera a existência do espetáculo fora da lógica mercantil, puramente capitalista – o que é desmentido pela história das civilizações, repletas de rituais e encenações; e segundo porque contrapõe real e representação de tal forma que induz a ideia de que a representação seja inferior ao real ou que haveria possibilidade de existência do real sem a mediação (RUBIM, 2004).

Dez anos mais tarde do lançamento da obra de Debord, Roger-Gérard Schwartzenberg, em *L'État Spectacl*, tratou da penetração da encenação teatral na política, defendendo um modelo anterior de política que, segundo ele, se calcava nas ideias, enquanto que a política contemporânea estaria alicerçada em meros personagens. Segundo Rubim (2004), é preciso cautela para não reduzir toda a política ao que é midiaticizado. É ingenuidade defender que a política, antes dos meios de comunicação de massa, fosse livre do espetáculo. A relação entre poder político e espetáculo é histórica: o uso de mecanismos de argumentação, estética, valores e emoções foram apenas potencializados pelos meios de comunicação de massa. A prática política requer a capacidade de expor intenções de forma visível e, portanto, a dimensão estética não pode ser ignorada, sobretudo na atual época, em que a visibilidade ocupa papel central. Contudo, nem tudo que é espetacular é midiaticizado e nem tudo que é midiaticizado é espetacular: o espetáculo reúne características como persuasão, convencimento, drama, encenações, personagens, apelo a emoções.

O alcance a um número expressivo de pessoas (votos) justifica o interesse do campo político pela comunicação de massa. Já os meios de comunicação, dentro da lógica midiática, rejeitam a comunicação política tradicional. De olho na audiência, norteadas pela lógica do entretenimento, a informação industrial visa cativar e divertir, proporcionando o “desligamento do sentido de realidade”. Isto é, os espetáculos políticos servem à necessidade da indústria da informação e, esta, devido ao controle que detém da esfera de visibilidade, serve ao interesse político. A política se adequa à gramática que dita os critérios de noticiabilidade em busca de fatos extraordinários e com tons de denunciismo. Em uma política transformada pela lógica da comunicação de massa, as ações tendem a priorizar o que é “espetacular, incomum ou escandaloso”. As audiências são convertidas em eleitores, em período eleitoral, e em Opinião Pública favorável durante o jogo regular (GOMES, 2004).

As mídias e especialmente a TV se tornaram um espaço privilegiado de luta política. O conflito não está concentrado nas ruas e sim nas “telas”. A política passa a obedecer aos padrões de produção midiáticos e espetaculares (GOMES, 2004; RUBIM, 2004). Os programas informativos e os dispositivos jornalísticos limitam, mas não impedem uma eventual

espetacularização da política. As coberturas de eventos extraordinários, como manifestações e escândalos, tendem a se submeter a mecanismos de espetacularização.

DISPUTA POR IMAGEM

O que denomina política espetacular pode-se também denominar política de imagem, já que a produção do espetáculo se dá em torno do interesse da construção de imagens favoráveis, cujo espetáculo é instrumento de atenção e persuasão. Esse tópico trata justamente da disputa por essas imagens.

A Lava Jato investiga empreiteiras, doleiros e empresas estatais, mas causou maior impacto no cenário público ao revelar a participação de atores políticos importantes. Ao colocar em xeque a idoneidade dessas autoridades, a imagem pública dos envolvidos é julgada, exposta e alterada de acordo com o jogo de imagens pintado pela comunicação de massa. Os políticos são obrigados a lidar com um efeito negativo da esfera de visibilidade pública, outrora tão requisitada.

A arena midiática é um espaço de lutas constantes em torno da construção de imagens públicas positivas. Essa articulação com os meios de comunicação é acionada com intuito de engrandecer um grupo político e desqualificar o adversário e, durante as crises políticas e escândalos, os adversários podem desconstruir a imagem do opositor e se reposicionar favoravelmente. Construção e desconstrução de imagens são processos simultâneos e constantes (WEBER, 2004).

Essa disputa é constituída da participação ativa de atores políticos, embora as representações não estejam totalmente sob seu controle. A administração da imagem pública está sujeita à ação de aliados, adversários e a circunstâncias próprias do jogo político.

Ao tratar das transformações sofridas pela política na chamada "era da comunicação de massa", Wilson Gomes (2004) afirma que a política de imagem existe desde a antiguidade, mas devido à centralidade da esfera de visibilidade das sociedades contemporâneas, há especificidades próprias deste tempo. Por isso, a imagem pública raramente pode ser construída por experiência sensorial direta, mas é mediada pelos meios de comunicação de massa. Princípios, lógicas e interesses das instituições de comunicação selecionam, estruturam e disseminam imagens.

Gomes (2004) tem o cuidado de esclarecer a metáfora da imagem para que não seja reduzida ao sentido visual. A imagem pública não tem relação com imagem plástica. É uma analogia de representação que define um fato cognitivo. Imagem pública é representação, todavia, se distingue do icônico e imagético. Por essa razão, admitem-se imagens de coisas que não possuem representação visual, como é o caso da Operação Lava Jato, que sequer possui sede própria. Sua imagem está associada a pessoas e instituições, mas não possui uma imagem física própria, o que não descarta a existência de uma imagem pública própria. As

imagens se constroem de ações e discursos e não de representações visuais; estes surgem para complementar ou reforçar uma ideia.

Imagem pública é um conjunto de noções, conceitos e informações sobre algo compartilhado por uma coletividade; uma concepção caracterizadora, um reconhecimento que é atribuição. É a projeção de uma identidade (GOMES, 2004), o que é percebido sobre algo (GALICIA, 2010), equivale à reputação, fama e nome; é aquilo que algo parece ser; “o intermediário cognitivo entre nós e aquilo que se quer conhecer” (GOMES, 2004).

Os atores políticos promovem a fabricação de imagens em torno da imagem desejada (WEBER, 2004): planejam a projeção de uma imagem ideal, mas os resultados são pouco controláveis, pois do público resulta a imagem percebida e a comunicação medeia o processo.

Quem cria a imagem pública? Um conjunto de técnicas e de gerenciadores de emissão de mensagens sob controle do campo político dão início ao fluxo, entretanto, a subjetividade humana domina o processo: a imagem pública começa a existir na recepção, embora programada na emissão. De acordo com Gomes (2004), há três fases: (1) sob controle dos agentes políticos e seus “técnicos da criação e gerenciamento da emissão de mensagens” (no caso da Lava Jato pode-se supor que protagonizam essa fase o juiz, a Justiça Federal, a Polícia Federal, o Ministério Público Federal); (2) o campo da comunicação, como detentor da esfera de visibilidade e, em especial, o jornalismo, organiza as informações que já não estão sob domínio de atores políticos; (3) informações são equacionadas pelo público e os pré-conceitos de decodificação (quadros hermenêuticos) individuais.

Weber (2004) e Galicia (2010) veem um fluxo de informações com fases semelhantes, embora Galicia se concentre na comunicação eleitoral. Weber ressalta o afastamento que a imagem percebida terá da imagem desejada: por mais que esteja ancorada em um objeto real, sua assimilação, ao longo do processo, tende a ser desprendida. O espectador é o ator principal.

A imagem não é invenção. Apesar de conter um esforço dos agentes políticos em salientar fatores positivos e minimizar os negativos, é uma representação do real, ancorada em recortes da realidade e não pode ser drasticamente incoerente sob pena de descrédito. As características reais não podem ser desconectadas de sua representação: é preciso, ao menos, parecer ser.

A Lava Jato não é personalidade, nem instituição, mas reúne um conjunto de personalidades e instituições, aos quais tem sua imagem associada e deles não pode ser dissociada.

NOTÍCIA E VISIBILIDADE PÚBLICA

Ao jornalismo se atribui os papeis de fiscalizador; defensor do bem público, peça fundamental na estruturação da esfera pública (HABERMAS, 1929; MAIA, 2008) e formador da

Opinião Pública (LIPPMAN, 1922). O estudo do agendamento corrobora ao defender que os meios de comunicação pautam a agenda pública estabelecendo os assuntos prioritários e que merecem atenção no debate (McCOMBS e SHAW, 1972) e a noção de enquadramento aprofunda a ideia ao defender que o jornalismo delimita perspectivas específicas de análise das temáticas agendadas (ENTMAN, 1993). São abordagens que colaboram para a compreensão da atuação do jornalismo na esfera pública, como mediador e formador da Opinião Pública (LIPPMAN, 1922; HABERMAS, 1962; GOMES, 2008).

O crédito que o jornalismo detém como fonte de veracidade – o que, em partes, o distingue de outros produtos midiáticos (WEBER, 2004), fundamenta a confiança do público. Isso fica claro nas consultas públicas, embora seja primordial na pressão exercida sobre o campo político durante o mandato. A imprensa tem a capacidade de organizar e de dar visibilidade às demandas de interesse público, (in)formar sobre ações dos agentes políticos e ofertar perspectivas de análise, contribuindo para configuração da imagem pública de atores e instituições. Está sob seu controle a distribuição de poder material e simbólico (GOMES, 2004).

A credibilidade remete-se às Teorias do Jornalismo, que consolidaram, ao longo do século XX, junto do desenvolvimento da comunicação de massa e a partir da influência do positivismo e do cientificismo, a prática da reportagem como uma iniciativa neutra, imparcial e objetiva, que reduziria toda subjetividade em prol do reflexo da realidade (Teoria do Espelho), agindo de forma desinteressada, ou melhor, assumindo o interesse público como único. A partir da visão idealista, o jornalismo se legitimou como fonte de veracidade, apto a orientar as massas sem, contudo, estar sujeito a algum interesse particular.

Deste mesmo momento histórico, situado no contexto ocidental de influência americana, surgem as distinções entre a imprensa informativa e a imprensa opinativa. Os jornais passam a delimitar os espaços de opinião e classificar as produções noticiosas. Já na Europa, o jornalismo partidário exerceu maior influência e configurou um contrato distinto com os leitores.

Ao longo das últimas décadas, a exigência da objetividade foi colocada em xeque e reorientada para compreensões variadas, embora seja ponto pacífico a ideia de que constitui um ideal impraticável: ora é defendida como norte utópico, ora é recriminada como prática indesejável (BARROS FILHO, 1995) ou ainda classificada como um ritual estratégico da profissão (TUCHMAN, 1972). As teorias passaram a considerar outros fatores para dar conta da produção noticiosa, como a Teoria Organizacional, que se volta para a empresa jornalística (BREDD, 1955). Já a Teoria Construcionista substituiu a ideia de espelho do real e resignificou a notícia como peça da construção da realidade (TUCHMAN, 1973). Embora o campo teórico tenha se dedicado a desmistificar o rigor da objetividade, a herança é perpetuada. Os espaços de opinião e notícia estão delimitados, tanto na diagramação quanto nos processos.

Editoriais: a voz do jornal

No conjunto opinativo, os editoriais assumem relevância e apresentam especificidades pouco exploradas pela pesquisa brasileira (MONT'ALVERNE E MARQUES, 2015). É um ambiente único, reservado para o posicionamento oficial do veículo, frequentemente ocupado com discussões sobre temáticas consideradas polêmicas e de maior destaque (MARQUES DE MELO, 2003). Isto é, há uma hierarquia que define os temas "dignos de um editorial".

O consumo de produtos jornalísticos também representa, em alguma medida, a absorção de opiniões já consolidadas. O jornal legitima vozes e opiniões, chancelando aquelas autorizadas a se posicionar publicamente, seja pelo cargo público ocupado ou pela especialidade no tema em debate. Nos editoriais está a opinião explícita e oficial do jornal. É um ambiente de franqueza em que o contrato entre leitor e jornal é alterado. Já não se espera consumir a "realidade dos fatos isenta de posição", tampouco se exige um equilíbrio de versões. É um espaço para se consumir opinião e saber "o que pensa o jornal".

É necessário ponderar aspectos corporativos dos jornais. Cabe avaliar que essas empresas possuem interesses próprios, sejam eles políticos, ideológicos, sociais, econômicos ou religiosos, que não podem ser ignorados. Como empresa, o jornal lança mão do texto editorial e assume lugar de fala autorizado e socialmente legitimado na arena de discussões, se configurando como peça fundamental de articulação na esfera pública. Isso não significa dizer que os espaços noticiosos não constituam matéria de análise do posicionamento dos veículos e da imagem que constroem de si mesmos, mas é preciso ressaltar que o editorial, dentro dos procedimentos de produção jornalística, exerce uma função singular. É voz ativa do jornal enquanto instituição. "É, provavelmente, o gênero que melhor ilustra a tensão entre interesses públicos e privados no Jornalismo, espaço de "fazer política"" (MONT'ALVERNE E MARQUES, 2015), agindo, de forma mais clara, como um ator político.

Nos textos editoriais, o que está em jogo não é apenas a formatação da imagem de outros atores sociais, mas a própria imagem pública do jornal, a medida que se posiciona sobre determinadas agendas, defende outras, ataca conceitos e projetos, atua politicamente. A ação dos editoriais não somente impacta na formação da opinião pública sobre dados assuntos, mas também e principalmente na formação da opinião pública acerca do jornal, dos seus valores e do seu papel. É no editorial que o jornal assume de forma mais clara sua visão de mundo e, com isso, cria espaço para adjetivações sobre terceiros e sobre ele próprio.

ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS

Compõem o corpus da pesquisa 13 (treze) editoriais do jornal Gazeta do Povo, publicados entre os meses de março e junho de 2016, período que inclui as semanas que antecederam a mudança de governo, os dias de transição e o início do governo interino. O período escolhido corresponde a uma fase turbulenta da política brasileira que tem a Operação

Lava Jato como protagonista. Na época, registraram-se vazamentos de gravações de conversas políticas, entre as quais, destacam-se a delação do ex-senador Delcídio do Amaral (PT), a ligação dos petistas Lula e Dilma e as gravações da delação premiada do ex-presidente da Transpetro, Sérgio Machado, envolvendo peças-chave do PMDB, como os senadores Romeró Jucá, José Sarney e o presidente do Senado, Renan Calheiros.

O jornal analisado publica um editorial por dia e foram selecionados para esse estudo aqueles que citam, simultaneamente, a Lava Jato e as palavras “vazamento” ou “gravação”. A íntegra dos textos analisados é fornecida mediante solicitação à autora.

O recurso utilizado é a Análise do Discurso (AD), um mecanismo eficiente para examinar de que forma o periódico retratou os vazamentos da Lava Jato. A AD propõe uma reflexão sobre as condições de produção do texto, buscando compreender a formação social de sentido. Aqui, considera-se a origem francesa da AD e as teorias do jornalismo como ponto de partida para compreensão do texto jornalístico como discurso (BENETTI, 2008).

A opção pela Análise do Discurso Francesa se dá pela compreensão de que tal proposta teórico-metodológica “ultrapassa o status de simples técnica de análise para compor um campo do conhecimento” e analisa as condições de produção do texto em seu contexto histórico-ideológico. É uma proposta crítica de busca de sentidos implícitos, em que palavras são pistas de um contexto maior. “(...) a análise do discurso considera que a situação está atestada no texto e busca mais a compreensão do processo produtivo do discurso do que a interpretação do texto como um fim em si mesmo” (CAPPELLE,, MELO, GONÇALVES, 2003). É uma perspectiva que ultrapassa a contribuição meramente descritiva, portanto (CARVALHO, 2013).

Compreende-se, portanto, que a Análise do Discurso contribui não apenas para a interpretação do que está explícito nos textos (considerando, sobretudo, que o editorial consiste em texto de opinião, caracterizado por expor visões de forma evidente), mas também na busca por elementos que não estão explicitados, com “critérios para o estudo capazes de revelar aquilo que não é dito”. Realça-se, então, o objetivo de “saber identificar as intenções do autor, de considerar os fatores que determinam a influência sobre a forma como o conteúdo é construído e que definem a versão final que será lida” (CARVALHO, 2013).

Foram fixadas como ponto de partida para a análise as teorias do Jornalismo e da concepção de Jornalismo como gênero discursivo (BENNETTI, 2008), recorrendo à perspectiva teórico-metodológica de Michel Foucault como fundamentação básica . A contribuição de Bennetti (2008) está em somar, à perspectiva de Charaudeau (2004), abordagens teóricas próprias do jornalismo, compreendendo que o texto jornalístico possui particularidades próprias de produção, uma lógica distinta que não pode ser desprezada; logo, a incorporação do conhecimento sobre Jornalismo auxilia na interpretação do processo de produção do discurso jornalístico, os atores envolvidos e as relações de poder, o que é fundamental para a AD. Carvalho (2013) compartilha dessa visão, considerando que para o uso adequado da

metodologia de origem linguística “é fundamental compreender que sua aplicabilidade ao jornalismo deve considerar determinadas especificidades e que neste sentido há a necessidade de adequar sua proposta para a realidade da construção da notícia”.

Na primeira etapa de leitura integral do empírico, foram identificados os argumentos gerais dos textos, a fim de acrescentar uma contribuição descritiva. No segundo momento, de cunho analítico, foram identificadas as principais questões enfatizadas pelo jornal, o que nos permite apontar formações discursivas (FDs) mais recorrentes, que reforçam a posição da empresa sobre o tema, isto é “os elementos do texto que de algum modo propõe uma forma de interpretar os fatos” (CARVALHO, 2013). Essas formações discursivas ou núcleos de sentido são assimiladas ao longo dos textos a partir da percepção de um “movimento de paráfrase, isto é, a repetição e o reforço do mesmo sentido, através das sequências discursivas ao longo do(s) texto(s)” (PINHEIRO, 2013).

Como etapa metodológica, os trechos a serem recortados para análise e utilizados no relato da pesquisa são chamados de sequências discursivas (SDs), que correspondem aos fragmentos do texto que reforçam e exemplificam a adesão à determinada FD. Para identificação das formações discursivas o corpus é lido integralmente e analisado. Os posicionamentos significativos que se repetem com frequência serão recortados e classificados como formações discursivas. Esse procedimento é parte das recomendações de Benetti (2008) sobre Análise do Discurso em Jornalismo aplicada por Pinheiro (2013) no estudo sobre editoriais de O Estado de São Paulo.

Foram identificadas cinco formações discursivas que são exemplificadas nas respectivas tabelas apresentadas nas páginas seguintes.

FD1 – Os vazamentos desmascaram agentes políticos

A GP considera os vazamentos uma ferramenta de exposição da verdadeira política, o que é legítimo tanto para investigação quanto vigilância social. Em certa medida, há uma ênfase na crítica aos petistas e especialmente a Lula. Para a GP, gravações mostram quem o ex-presidente é. Em menor escala, o jornal aponta outros políticos que tiveram sua essência descoberta.

FD2 – O petismo quer criminalizar os vazamentos

O prejuízo que os vazamentos trouxeram fez a liderança do PT desqualificar a Lava Jato e a prática de divulgação das conversas. Segundo a GP, trata-se de uma falha estratégia do partido para reduzir o impacto na Opinião Pública.

FD3 – Governo usa máquina pública para blindar seus aliados

Entre as críticas do jornal mais recorrentes está a alegação de que o PT usou da máquina estatal para proteger seus representantes de possíveis condenações; um desrespeito à ordem e a lei, segundo os textos.

FD4 - Os vazamentos são legais e benéficos

Para a GP, a polêmica em torno da legalidade da divulgação dos grampos da Lava Jato estão resolvidos: são legais. Na situação em que juristas criaram um impasse, quando da divulgação dos grampos de Lula, em conversa com a presidente Dilma, o periódico saiu em defesa de Sérgio Moro e realçou não apenas a legalidade de seus atos, como o interesse público no conhecimento de tais gravações.

FD5 – O Governo Temer precisa vigiar para não se contaminar

No período analisado que corresponde ao governo Temer, os editoriais se dedicam a prospectar a atuação do governo interino frente à investigação. O tom é de um voto de confiança, embora logo nas primeiras semanas tenham surgido vazamentos comprometedores.

FD1 – Os vazamentos desmascaram agentes políticos	
Sequência discursiva	Editorial
<p>SD1: "...as informações podem representar o fim da linha para a presidente Dilma e para o ex-presidente Lula, pois nenhuma informação dada até o momento pelos investigados ou presos da Lava Jato implicava o Palácio do Planalto de forma tão explícita"</p>	E01: Acusações explosivas
<p>SD2: "As acusações feitas contra Dilma não são menos explosivas (...) Mas não ficou só nisso. Segundo o texto vazado, Dilma teria tentado interferir no andamento da Lava Jato em pelo menos três ocasiões"</p>	
<p>SD3: "A suposta delação ainda inclui outros políticos, tanto da base aliada quanto da oposição (...) mas o centro das atenções é, sem dúvida, a menção a Lula e Dilma"</p>	
<p>SD4: "... Lula falou muito em público e não fez questão de esconder que a fachada do "Lulinha paz e amor" tinha acabado, como no famoso discurso da jararaca. Mas as gravações que tiveram seu sigilo levantado pelo juiz Sergio Moro é que mostram o mais autêntico Lula. E ele está bem longe do Lula da carta aberta, em tom lacrimoso, divulgada na noite de quinta-feira. São tantas as conversas emblemáticas que acaba sendo necessário fazer um recorte"</p>	E05: O autêntico Lula
<p>SD5: "Mas é com outras frases, nem sempre tão pitorescas quanto as que vêm sendo mais divulgadas, que Lula comprova o que já dizíamos dele havia muito tempo: que o ex-presidente é um vândalo das instituições democráticas, pelas quais sempre demonstrou um verdadeiro desprezo"</p>	
<p>SD6: "No fim, não houve instituição com a qual Lula não tenha se indisposto graças à divulgação das conversas, e agora o ex-presidente tenta consertar o estrago com sua carta aberta cheia de afagos. Nela, Lula afirma que sabe, "como todo ser humano, distinguir o certo do errado; o justo do injusto". Se efetivamente é assim, por que a opção contumaz de Lula pelo errado e pelo injusto?"</p>	
<p>SD7: "...Eugênio Aragão, cuja posse ocorreu sob a sombra da divulgação das escutas feitas e divulgadas com autorização da Justiça, algumas das quais citavam o novo ministro em termos que o colocaram em uma situação nada confortável"</p>	E06: Aragão parte para o ataque

<p>SD8: "Gravações de conversas de Jucá com o ex-presidente da Transpetro Sérgio Machado, conversas feitas em março, deixam claro que Jucá arquitetava firmar um pacto sinistro para "estancar a sangria" decorrente da Operação Lava Jato"</p>	<p>E08: Afastamento definitivo</p>
<p>SD9: "Não por acaso ameaças semelhantes começam a emergir das sombras do Congresso Nacional. É emblemática a divulgação nesta semana da conversa gravada pelo ex-diretor da Transpetro Sérgio Machado, em que o presidente do Senado, Renan Calheiros (PMDB-AL), afirma apoiar uma mudança na lei que trata da delação premiada, com o objetivo de impedir que uma pessoa presa possa se tornar um delator... E serve de alerta à sociedade sobre o que os nossos parlamentares podem ser capazes de fazer"</p> <p>SD10: "As gravações que vieram a público na semana passada, em que o ex-diretor da Transpetro Sérgio Machado aparece em conversas com eminentes figuras da República, e as interceptações telefônicas envolvendo Delcídio do Amaral divulgadas meses atrás, embora em nada deponham contra a atuação do Supremo, mostram a intenção de políticos em tentar influenciar indevidamente os atos da Corte"</p> <p>SD11: "Mas o episódio serve de alerta a toda a sociedade brasileira sobre as inúmeras tentativas de perpetuar a corrupção nos altos escalões do poder federal"</p>	<p>E09: Contra a corrupção</p> <p>E10: O STF e a transparência dos processos</p>
<p>SD12: "Mas as gravações de Sérgio Machado mostram que a intenção não era apenas blindar os atuais investigados, e sim garantir que os corruptos fiquem longe do alcance de futuras operações, com alterações na legislação que dificultassem o combate à ladroagem. Esse alerta tem sido feito por integrantes da força-tarefa da Lava Jato (como o procurador Deltan Dallagnol) e pelo juiz Sergio Moro há muito tempo"</p>	<p>E11: A trama contra a Lava Jato</p>
<p>SD13: "A intenção de, por meio da atividade legislativa, minar a Lava Jato e outras operações de combate aos crimes de agentes públicos ficou evidente nas gravações de conversas feitas pelo ex-diretor da Transpetro"</p>	<p>E13: A Câmara e o combate à</p>
<p>SD14: "Outros políticos do PMDB, como o ex-presidente José Sarney e o senador Romero Jucá, também foram flagrados em gravações que comprovam o desejo de limitar o alcance da Lava Jato e dificultar futuras investigações semelhantes"</p>	<p>corrupção</p>

FD2 – O petismo quer criminalizar os vazamentos	
Sequência discursiva	Editorial
<p>SD15: "O governo se apressou a desqualificar Delcídio e a suposta delação: Dilma criticou os "vazamentos ilegais e seletivos", mas os ataques mais duros foram feitos por Cardozo, que falou em "ressentimento" e "retaliação" porque o governo nada fez para tirar o senador da cadeia, e afirmou que Delcídio "não tem credibilidade". Apesar de todas as ressalvas que são necessárias nesta situação, salta aos olhos a velocidade com que Delcídio passou de líder do governo no Senado a pessoa desacreditada"</p> <p>SD16: "Dilma ainda tentou justificar a conversa que teve com Lula, sobre o envio do termo de posse (...) atacou a divulgação das conversas de Lula, convenientemente omitindo seu gravíssimo conteúdo"</p>	<p>E01: Acusações explosivas</p> <p>E03: "A teimosia de Dilma"</p>
<p>SD17: "Se desmoralizar o juiz federal Sergio Moro já era uma estratégia dos investigados da Lava Jato havia um bom tempo (...), os ataques subiram muito de tom depois da condução coercitiva de Lula e do fim do sigilo sobre as interceptações telefônicas do ex-presidente. Expressões como "Estado policial", "abuso de autoridade" e "atentado à democracia" têm sido abundantemente usadas. Dilma Rousseff chegou a dizer que "grampear o presidente" daria cadeia em outros países, e já há quem queira a prisão de Moro"</p>	<p>E04: "A lei está do lado do Moro"</p>
<p>SD18: "...o novo ministro até inicia com salamaleques à independência da PF, mas depois deixa claro: as delações premiadas obtidas pela Lava Jato são "extorsão" ("não quero nem falar em tortura", insinua), ainda que na realidade a iniciativa parta dos acusados"</p> <p>SD19: "Por que punir todo um time com base em meras suspeitas se há meios para encontrar e punir os responsáveis por vazamentos irregulares? A quem interessa o segredo sobre o conteúdo das investigações? Aragão fala em "seletividade de vazamentos", como se apenas o governo fosse prejudicado, mas tem algo a dizer sobre o fato de as escutas mostrarem que Lula sabia da Operação Aletheia? Enfim, o que pretende o ministro com todas essas ameaças e declarações?"</p>	<p>E06: Aragão parte para o ataque</p>

FD3 – Governo usa máquina pública para blindar seus aliados	
Sequência discursiva	Editorial
<p>SD20: "Acuado pela Operação Lava Jato, citado mais de uma centena de vezes na delação premiada – e homologada – do senador Delcídio do Amaral, investigado pela fraude da Bancoop, com um pedido de prisão preventiva a ser analisado, Lula se refugiou na Esplanada dos Ministérios, onde espera ser recompensado com o foro privilegiado e, assim, escapar – ao menos porenquanto – da Justiça"</p>	
<p>SD21: "Assim que a imprensa divulgou essa possibilidade, lideranças petistas passaram a justificar a nomeação com base nas qualidades de Lula como articulador político. Mas a realidade é que as negociações mais recentes foram motivadas pela condução coercitiva do dia 4, quando Lula foi obrigado a prestar depoimento na 24.ª fase da Lava Jato. Jornalistas com acesso aos bastidores do petismo – e inclusive alinhados com o partido – já mostraram que o foro privilegiado é a verdadeira razão pela qual tantos petistas insistiam com Lula para que aceitasse um ministério. E, se ainda havia alguma dúvida disso, no fim da tarde caiu a bomba sobre o Planalto com a divulgação de uma ligação telefônica entre Dilma e Lula, gravada pela Polícia Federal"</p>	E02: O Brasil reage
<p>SD22: "Dentro da legalidade, tomar uma atitude como a da quarta-feira é mérito, dado o golpe que o PT vinha tramando para blindar seu investigado mais célebre"</p>	E04: A Lei está do lado de Moro
<p>SD23: "É por desprezo às instituições que Lula diz ao deputado petista Wadih Damous que os integrantes da força-tarefa da Lava Jato "têm que ter medo". É por achar que até a Presidência da República existe para lhe servir que Lula pede a Wagner que fale com Dilma, para que intervenha em seu favor junto à ministra Rosa Weber"</p>	E05: O Autêntico Lula
<p>SD24: "Os órgãos do governo, para Lula, precisam estar a seu serviço, ou a serviço do partido"</p>	
<p>SD25: "E ameaça: se sentir "cheiro" de vazamento promovido por integrante da PF, trocará toda a equipe da Lava Jato. "Eu não preciso ter prova", afirma, para que todos saibam quem é que manda. A simples suspeita bastará para trocar uma equipe inteira, apesar da expertise acumulada – há outro nome para isso que não</p>	E06: Aragão parte para o ataque

FD4 - Os vazamentos são legais e benéficos	
Sequência discursiva	Editorial
<p>SD27: "Há quem afirme, em tom de acusação, que Moro decidiu pela divulgação a partir de um olhar que considerou a conveniência ou a oportunidade de lançar as informações a público, já que Lula estava prestes a se tornar ministro. O que uns chamam de oportunismo nós chamaríamos de coragem. Impossível saber a intenção do magistrado, mas, se realmente Moro agiu guiado pelo senso de oportunidade, só podemos dar-lhe os parabéns. Dentro da legalidade, tomar uma atitude como a da quarta-feira é mérito, dado o golpe que o PT vinha tramando para blindar seu investigado mais célebre"</p>	E04: "A Lei está do lado de Moro"
<p>SD28: "Ora, o grampeado era Lula, e não Dilma ou nenhum dos ministros ou deputados que aparecem nos áudios e também têm foro privilegiado. Que suas conversas tenham sido gravadas é consequência do fato de Lula ser o interceptado"</p>	
<p>SD29: "A interpretação de Moro, segundo a qual, "nos termos da Constituição, não há qualquer defesa de intimidade ou interesse social que justifique a manutenção do segredo em relação a elementos probatórios relacionados à investigação de crimes contra a administração pública", nos parece adequada. A regra, novamente, é o princípio da publicidade. Quem pode mandar grampear também pode mandar publicar. Por fim, resta a controvérsia sobre um telefonema específico, aquele em que Lula e Dilma conversam sobre o termo de posse, já que a interceptação ocorreu no intervalo entre a ordem de Moro para suspender o grampo e a execução dessa ordem pela companhia telefônica. Os juristas ainda divergem sobre qual deve ser o critério para considerar essa ligação prova válida. Mas, ainda que ela acabe descartada, vários outros telefonemas cuja gravação foi indubitavelmente legal são suficientes para caracterizar o desvio de finalidade na nomeação de Lula para a Casa Civil. Moro arriscou todas as fichas ao fazer o que fez? É possível. Mas agiu consciente da legalidade de sua decisão. O Brasil agradece"</p>	
<p>SD30: "Estamos convencidos da legalidade das ações do juiz federal, e por isso só nos resta esperar que o ministro, ao fim, tome a decisão correta e reconheça a lisura com que Moro tem conduzido a Lava Jato"</p>	E07: Vale tudo para blindar Lula

FD5 – O Governo Temer precisa vigiar para não se contaminar	
Sequência discursiva	Editorial
<p>SD31: “Se Jucá permanecesse na chefia do ministério, Temer estaria contradizendo tudo o que afirmou em seu discurso de posse sobre o apoio incondicional e a importância da operação, o que minaria muito sua credibilidade”</p>	E08: Afastamento definitivo
<p>SD32: “Ao trazer Jucá no ministério, apesar de investigado na Lava Jato, Temer arriscou o capital político que vem construindo. E certamente ele compreende que um eventual retorno de Jucá ao governo só lhe trará desgaste desnecessário neste momento delicado”</p>	
<p>SD33: “É por isso que não deixa de ser um alento a saída “provisória” de Jucá. O que, entretanto, não significa que não gere desgaste e que o fato não vá ser usado pela oposição contra o governo. Em meio à confusão causada por seu ministro licenciado, Temer enfrenta hoje a sua primeira prova de fogo...A oposição promete não lhe dar trégua. Jucá e suas sinistras intenções foram a munição que os partidos oposicionistas tanto desejavam para tentar obstruir a aprovação da nova meta .</p>	
<p>SD34: “O episódio desta segunda-feira serve de alerta. Outras bombas podem cair no colo do presidente, por ter escolhido auxiliares investigados na Justiça – afinal, dois de seus ministros são investigados</p> <p>formalmente Lava Jato. É de se avaliar em que medida Temer vai poder contar com aliados que podem ir aos poucos lhe minando a credibilidade. Mas, por enquanto, a ação rápida no caso Jucá deu a Temer um voto de credibilidade”</p>	
<p>SD35: “Nomeou investigados pela Lava Jato, alguns dos quais, como Romero Jucá, acabaram apeados do governo rapidamente, quando gravações tornaram insustentável sua permanência no cargo. Pode-se até argumentar que há avanço na comparação com Dilma Rousseff, que não mexeu um dedo contra os seus ministros investigados (com a breve exceção da “faxina” feita em 2011); mesmo assim, Temer podia ter evitado essa situação se tivesse escolhido melhor seu gabinete, que acolheu não apenas gente de lisura questionável, mas também nomes cujo único mérito é garantir o apoio deste ou daquele partido”</p>	E12: Começo vacilante

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os vazamentos analisados podem ser considerados a partir da lógica do espetáculo, com personagens, vozes e encenações em torno do fato escandaloso e extraordinário que desdobra novas manifestações de persuasão e apelo a emoções. A imprensa torna-se o palco, sendo o meio de ampliação, que agenda o tema e oferece perspectivas de análise da temática.

Nos editoriais da Gazeta do Povo, a Lava Jato é tratada como um dos assuntos mais relevantes de agenda nacional e os vazamentos foram tema de várias edições, quando não usados como argumento extra em textos sobre outros assuntos.

O posicionamento do jornal é extremamente crítico em relação ao governo Dilma e totalmente favorável à Lava Jato. O PT, Lula e Dilma são o centro dos ataques. Os vazamentos são legítimos e benéficos, o que implica elogios a Moro.

Há uma alteração de discurso após o afastamento de Dilma. Enquanto a petista estava no governo, os ataques eram constantes e a presunção de sua convivência com a corrupção também. A defesa que Dilma fez de Lula foi o suficiente para macular sua idoneidade, do ponto de vista dos editoriais do jornal. Em contrapartida, as gravações de Sérgio Machado, divulgadas nos primeiros dias de governo Temer, foram interpretadas como um risco à credibilidade peemedebista, contudo não se questiona a lisura do presidente. A cobrança feita à Dilma é crédito para Temer. Dilma é culpada, Temer recebe recomendações preventivas. A aliança de Dilma com investigados é combatida por sua imoralidade; já para Temer, é apontada como um risco à credibilidade do governo interino e não se questiona a idoneidade do líder.

Neste artigo, a análise do discurso concentrou-se em editoriais que argumentavam acerca de vazamentos importantes da Operação e, percebe-se, a partir da análise das formações discursivas, que o jornal foi contundente em relação ao vazamento da conversa telefônica entre os ex-presidentes Lula e Dilma, ainda que a fala dos petistas não tivesse claras evidências de tentativas de obstrução da justiça ou desvio de finalidade, como foram acusados. Já no caso dos vazamentos das conversas entre Sérgio Machado e o então ministro de Michel Temer e principal articulador do rompimento entre PT e PMDB, Romeró Jucá, Gazeta do Povo tende a ser mais tolerante. Embora critique o ex-ministro, permanece na defesa do governo interino e sugere cautela ao novo presidente da República.

Conclui-se que a Gazeta do Povo tende a ser mais ou menos combativa em relação a escândalos de corrupção e, especialmente no caso da Lava Jato, a depender da origem político-partidária dos acusados e não somente da gravidade das acusações, o que parece indicar uma variável importante na investigação do tratamento editorial dado a assuntos relativos à corrupção. O posicionamento político dos jornais acerca da corrupção, portanto, não passa somente pelo julgamento moral e ético ou pelo debate fundamentado em consequências pragmáticas da corrupção brasileira, mas sim pelos interesses ideológicos e econômicos das empresas de comunicação que adquirem uma postura parcial de forma autorizada e legítima

dos textos editoriais, assumindo, assim, um papel político de maneira evidente (EILDERS, 1999). Em suma, atos de corrupção são relativizados pelos editoriais jornalísticos de acordo com o grupo político em cena.

REFERÊNCIAS

- BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Moderna, 1995.
- BENETTI, Márcia. **O Jornalismo como gênero discursivo**. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 15, p. 13-28, jun. 2008. Disponível em: < <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1492> >. Acesso em: 01 out. 2013
- EILDERS, Christiane. **Synchronization of Issue Agendas in News and Editorials of the Prestige Press in Germany**. In: *Communications*. Volume 24, Issue 3, Pages 301–328, 1999.
- ENTMAN, Robert M. **'Framing: Toward Clarification of Fractured Paradigm'**. *Journal of Communication*, 43 (4), p. 51- 58, 1993
- GALICIA, Javier. **Posicionamiento**. In *Treinta claves para entender el poder*. México, Piso 15: 2010.
- GOMES, Wilson. **A política de imagem**. In *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004. Cap 06.
- HABERMAS, Jürgen. **Direito e Democracia: entre facticidade e validade**, Vol 2, 1929. Tradução: Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- MAIA, R. C. M.. **Deliberação e Mídia**. In: Rousiley C.M. Maia. (Org.). *Mídia e Deliberação*. 1ed., Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008, v. 1, p. 93-119
- MCCOMBS, Maxwell. **Setting the agenda**. The mass media and public opinion. PolityPress, 2004. (Edição brasileira pela Vozes, 2009. **Teoria da agenda**).
- MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no Jornalismo brasileiro**. 3. ed. Campos de Jordão, RJ: Editora Mantiqueira, 2003.
- MONT'ALVERNE, C. ; MARQUES, F. P. J. A. **A opinião da empresa no jornalismo brasileiro: um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais**. *Estudos em Jornalismo e Mídia (UFSC)*, v. 12, p. 121-137, 2015.
- MORO, Sérgio. **Considerações sobre a Operação Mani Pulite**, 2004. *Revista CEJ*, Brasília, nº 26, P. 56-62.
- RUBIM, Antonio. **Espetacularização e midiaticização da política**. In RUBIM, Antônio. *Comunicação e Política, conceitos e abordagens*. Salvador: Editora UFBA, 2004.
- TUCHMAN, Gaye. **Reedição de "American Journal of Sociology"** (Vol. 77, Nº 2, 1972). *Objectivity as Strategic Ritual: Na Examinacion of Newsmen ´s Notions of Objectivity*. Direitos do autor: *The University of Chicago*.

TUCHMAN, Gaye. **Reedição de "Journal of Communication"** (Vol. 26, Nº 4, 1976). *Telling Stories*. Direitos do autor: *Oxford University Press*.

WEBER, Maria Helena. **Imagem Pública**. In RUBIM, Antônio. *Comunicação e Política, conceitos e abordagens*. Salvador: Editora UFBA, 2004. p. 259-308.

DILMA cresce. Disponível em: <<http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/10/26/dilma-cresce-na-reta-final-e-reeleita-e-emplaca-quarto-mandato-do-pt.htm>>, Acesso em: 21 jul. 2016.

ÍNDICE Presidente Dilma. Disponível em:

<<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/avaliacaodegoverno/presidente/dilma/indice-1.shtml>>. Acesso em: 21 jul. 2016.

Jornalismo como antifilosofia e a propagação do discurso fascista na Sociedade Excitada: uma análise crítica de charges em *A Gazeta*

Emerson Campos Gonçalves

Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)
emer.cg@gmail.com

Robson Loureiro

Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)
robson.loureiro@ufes.br

Resumo

A consolidação da era pós-massiva e a aparente superação dos tradicionais veículos de comunicação de massa têm provocado um constante estado de excitação entre usuários das redes sociais *online* e profissionais da área, sobretudo jornalistas e publicitários. Ao contrário do que se poderia se esperar, as análises mais otimistas têm partido justamente do campo acadêmico, com teorias como a de André Lemos e Pierre Lévy (2010), que preveem a superação do próprio modo de vida capitalista a partir de uma sociedade “ciberorganizada” ou “ciberdemocrática”. Neste sentido, o presente ensaio teórico, lança crítica negativa sobre o tema, a partir do cruzamento de conceitos como semiformação e síndrome fascista, presentes em diferentes textos de Theodor W. Adorno; e de vício e sensação, discutidos por Christoph Türcke na obra *Sociedade Excitada* (2010). Um dos pressupostos fundamentais é a constatação da atualidade do conceito de indústria cultural como possibilidade de análise para o atual estágio de desenvolvimento da comunicação nas redes sociais *online*, principalmente pela via do jornalismo. Assim como a indústria cultural é um antiesclarecimento (ADORNO; HORKHEIMER, 1985), e sendo o jornalismo um dos principais componentes dessa indústria, nossa hipótese é de que ele tem atuado como uma espécie de antifilosofia. Para referendar a discussão teórica proposta recorreu-se a 27 charges do jornal *A Gazeta* (ES), cujo escopo foi averiguar a existência, ou não, de elementos da personalidade autoritária, tal como descrita por Adorno (1965) e supostamente presentes nos conteúdos compartilhados pelas redes sociais online da Internet.

Palavras-chave: sociedade excitada; jornalismo; indústria cultural; fascismo; redes sociais

Abstract

The consolidation of post mass media age and the apparent overcoming of traditional mass media has caused a constant excitation state between users of social networking web sites and professionals as journalists and publicists. However, contradicting the normal expectations, the most optimistic reviews has started from academic area, with theories such as those proposed by André Lemos and Pierre Lévy (2010), which predict the overcoming of capitalism by a "cyberorganized" or "cyberdemocratic" society. This research, organized as a theoretical essay, seeks to makes a negative review about this theme, crossing concepts of "halbildung" (semiformation) and fascist syndrome, present in different works of Theodor W. Adorno, with concepts of addiction and sensation, discussed by Christoph Türcke (2010). One of the fundamental assumptions for this research is the actuality of the concept of culture industry as a possibility of analysis fot the current stage of development the communication in social networks on internet, especially through a type of journalism that we define as antiphilosophy. To endorse this theoretical review, an empirical research with 27 cartoons from newspaper A Gazeta (ES) were analyzed. The objective was to verify, on the shared content in social networks, evidences about the fascist syndrome described by Adorno (1965).

Keywords: excited society; journalism; culture industry; fascism; social networks

Introdução: jornalismo, golpes e mentiras

Brasil, 31 de agosto de 2016. O Senado Federal aprova, por 61 votos a 20 e sem qualquer comprovação de crime de responsabilidade, o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, concretizando o golpe jurídico-midiático-parlamentar¹ que leva ao comando do Executivo o vice-presidente Michel Temer. A despeito de toda a mobilização de movimentos sociais e grupos políticos progressistas nas redes sociais *online* ao longo do referido ano, o processo é efetivado e as repercussões nas ruas não conseguem a amplitude necessária para derrotar as forças de repressão e/ou os discursos conservadores propagados pelos *mass media* brasileiros, sendo o impedimento, apesar do caráter notoriamente fraudulento², encarado com naturalidade por grande parte da população brasileira, que opta por fazer coro às manchetes dos jornais hegemônicos que integram a indústria cultural.

Para além das repercussões trágicas – corte de programas sociais, congelamento dos investimentos nas áreas da saúde e educação, retirada dos direitos trabalhistas, entre outros –

¹ Em respeito aos 54.501.118 votos dos eleitores brasileiros, estes pesquisadores reconhecem a presidenta Dilma Rousseff como a atual e única chefe de Estado do país, sendo o impedimento considerado um golpe 'jurídico-midiático-parlamentar', termo adaptado a partir da discussão feita pelo professor Juremir Machado da Silva (2016).

² Sobre o caráter fraudulento do *impeachment*, recomenda-se a leitura do artigo *O golpe nas ilusões democráticas e a ascensão do conservadorismo reacionário*, de Marcelo Braz (2017).

para os segmentos mais pauperizados da classe trabalhadora, o processo supracitado engrossa uma lista de acontecimentos capaz de colocar em xeque o suposto poder revolucionário das redes sociais *online* e a pretensa efetivação da ciberdemocracia, realidade anunciada com otimismo por alguns teóricos depois da Primavera Árabe, sendo Pierre Lévy (2010) o mais notório entre eles. Isso porque, na queda de braço entre os atores progressistas e os conservadores, pesou mais uma vez na história o poder econômico e político dos tradicionais oligopólios de comunicação em detrimento de qualquer verdadeiro espírito democrático (quiçá ciberdemocrático), sobretudo por meio da prática de um tipo de jornalismo que, nesse artigo, definimos por antifilosofia³.

A respeito da relação entre democracia e jornalismo, Nelson Traquina observa que “[...] tal como a democracia sem uma imprensa livre é impensável, o jornalismo sem liberdade é farsa ou é tragédia” (TRAQUINA, 2012, p.23). Logo, a considerar a situação brasileira e a premissa do teórico a cabo, deparamo-nos com uma dura realidade: habitamos uma sociedade onde o jogo democrático é simulado, mas não efetivo, uma vez que experimentamos a regulação de nossas relações políticas a partir da tragédia e da farsa promovidas em tempo real por um jornalismo que é economicamente orientado, mas vive sob a máscara fantasiosa da imparcialidade.

Para entender a promiscuidade econômica e política que cerca os *mass media*, sobretudo aqueles que se fazem hegemônicos, deve-se relembrar sua constituição e condição histórica a partir da Revolução Francesa, no século XVIII. Isso porque, desde que foi concebido, o jornalismo moderno está fadado, também, a conviver com a contradição de ser um negócio que tem no lucro seu objetivo final. Neste sentido, ao longo dos últimos dois séculos, parcela considerável da sociedade parece ter se acostumado a ver a realidade todas as manhãs – tal como o personagem kafkaniano Gregor Samsa, que acorda transformado “num inseto monstruoso” (KAKFA, 2002, p.7) – metamorfoseada em mercadoria através de diferentes reportagens e notícias, transformação que, além de ser de extremo valor para a sobrevivência dos jornais como empresas, financia a continuidade das relações de exploração e barbárie que constituem o estado capitalista no qual esses estão circunscritos.

Neste sentido, faz-se imperativo lembrar da ideologia liberal que postula um jornalismo economicamente independente dos subsídios políticos, capaz de atuar como vigilante do poder, porta-voz e formador da opinião pública, desempenhando uma dupla liberdade (TRAQUINA, 2012): negativa (vigiar o poder político) e positiva (fornecer informações aos cidadãos para o desempenho de suas atividades cívicas). Ainda que reconhecendo a relevância histórica da atuação de incontáveis veículos jornalísticos que buscaram efetivar tal papel, por meio de um discurso contra-hegemônico, é necessário

³ É preciso destacar que o conceito de antiFilosofia apresentado neste artigo não tem qualquer relação com os debates inaugurados por Boris Groys em Introdução à antifilosofia (2013).

reconhecer que a constante dependência do capital torna, inevitavelmente, tal pretensão uma falácia, sobretudo porque a ideologia do jornalismo tradicional e hegemônico é a ideologia da burguesia.

Jornalismo como antifilosofia da Indústria Cultural

A Filosofia pode ser concebida como sendo o uso do saber em proveito do homem, conforme nos ensina Platão (2011) em *Eutidemo*. Também pode ser compreendida como um conhecimento cujo objetivo é criar as condições de possibilidades para que o indivíduo supere a ignorância, alimentada pela *Doxa* – opinião – sobre si mesmo e seu entorno natural e social. Além de se guiar pelo espanto e pela dúvida, a filosofia se guia pela razão pautada no diálogo criterioso, que requer uma visão de conjunto, rigorosa e radical da realidade. Em nosso *Zetigeist* contemporâneo, há diversas formas e atividades que tendem a dificultar a atitude filosófica. Dentre elas encontra-se o jornalismo hegemônico, cuja atividade, ao invés de permitir o início de uma ruptura com o que é senso comum, inverte tal valor, pois torna o saber, pautado naqueles critérios, uma forma de aprisionar o homem ou um grupo de homens. Em outros termos, na sociedade contemporânea o jornalismo, elemento central da indústria cultural, tornou-se uma espécie de antifilosofia cuja atividade que engendra reproduz a doxa.

Contudo, isso só é possível com um jornalismo concebido como produto exclusivo da indústria cultural (ADORNO, HORKHEIMER, 1985). Assim, ainda que tal “filiação” encontre densa fundamentação nos trabalhos de Costa (1999; 2001) e Türcke (2010), parece-nos também essencial estabelecer, aqui, uma aproximação a partir dos teóricos críticos frankfurtianos. O professor de jornalismo Belarmino César da Costa (2001) nos auxilia na apropriação desta missão, ao lembrar que:

[...] sem que tenham aprofundado questões específicas da produção jornalística, Horkheimer e Adorno, não só na obra *Dialética do esclarecimento*, mas este último também na *Teoria Estética*, deixam depreender que a produção de bens simbólicos, de qualquer setor da indústria cultural, assimila a técnica e a linguagem do meio responsável pelo seu aparecimento, de tal maneira que se torna impraticável teoricamente a ruptura entre forma e conteúdo; processos de recepção e produção industrial; mensagem e ideologia presente na técnica (COSTA, 2001, p.111).

Em outros termos, ao transformar a cultura e a representação do mundo concreto (também através do jornalismo) em mercadoria, a indústria cultural, para além de apresentar uma falsa reconciliação do universal com o particular, traz dois objetivos bem definidos, sendo o primeiro deles a geração de lucro para as grandes empresas de comunicação que a compõe. No entanto, faz-se fundamental considerar a existência de um segundo – e mais sórdido – objetivo tácito: o controle social das massas, para que, destituídas de crítica, possam, ao

mesmo tempo, legitimar e seguir domesticadas sob a égide do modelo capitalista.

Para esclarecer tal ponto, é interessante retomar a análise realizada por Adorno e Horkheimer (1987) no *Excurso I: Ulisses ou Mito e Esclarecimento* (presente em *Dialética do Esclarecimento*). No excerto supracitado, os filósofos utilizam a *Odisseia* de Homero como uma alegoria que ilustra o racionalismo técnico-científico que constitui o homem moderno e sua relação com a natureza. De modo especial discutem o canto XII, no qual se narra a passagem do herói Ulisses pela Ilha de Capri, cuja costa rochosa era habitada por sereias que tinham um canto belíssimo, porém mortal para os navegantes. A crítica dos autores figura na astúcia empregada pelo personagem para superar o perigo: para que os remadores não se lançassem nas águas, o herói pede que lhes tapem o ouvido com cera. O próprio senhor da embarcação, porém, pede para ser amarrado ao mastro, mas não tapa os ouvidos, de modo que pode testemunhar parcialmente a beleza das sereias sem correr o risco de se jogar ao mar das últimas consequências.

Essa passagem permite diferentes análises sobre o estado da cultura no mundo administrado⁴. Ao mesmo tempo em que revela uma condição moral fraca no senhor burguês – retomando, de certa forma, a mesma avaliação feita por Nietzsche⁵ –, mostra a situação do proletariado, que segue com os ouvidos tapados, impedido de experimentar – ou seja, de realizar uma *Erfahrung*⁶ – a realidade que o cerca. Interessa-nos, de modo especial, discutir a constituição da cera que tapa os ouvidos dos trabalhadores. Entende-se que tal cera é composta pelos produtos da indústria cultural, logo é nela que o jornalismo e, conseqüentemente, a ideologia da sociedade burguesa habitam, impelindo-nos, todos, a remar rumo ao desconhecido sem desfrutar ou conhecer os perigos e prazeres do caminho.

Novos tempos e uma nova forma de navegar

É necessário reconhecer o progresso técnico-científico dentro do sistema capitalista. Afinal, o barco descrito por Adorno e Horkheimer como alegoria à época deles certamente não é o mesmo em que temos navegado nos últimos vinte anos, assim como são outros os ardis utilizados para tapar os ouvidos da massa. No entanto, também é imperativo destacar que, por mais que encontremos novas formas de navegar, as condições objetivas de perigo no mar seguem imutáveis. Sofisticam-se os aparatos, não a fórmula.

4 Para Adorno (2010), o processo civilizatório provoca uma pressão e um sentimento de claustrofobia que impele as pessoas em direção ao “mundo administrado” pelos princípios mercantis, onde essas, ao buscarem refúgio, acabam por ter sua subjetividade esvaziada.

5 Osvaldo Giacóia Júnior (1997) lembra que Nietzsche marca sua oposição à filosofia dogmática em geral e à sua fonte: Platão e o ‘platonismo’, termo utilizado pelo filósofo de forma pejorativa para explicar a fraqueza do homem moderno a partir do cristianismo.

6

A distinção entre *Erfahrung* (experiência) e *Erlebnis* (vivência) está centrada no âmago da crítica benjaminiana sobre a sociedade moderna, que perde sua referência no passado e passa a produzir (e reproduzir) uma mecanização da vida e dos homens (XAVIER et al., 2016).

Destarte, não é nenhum disparate acadêmico e/ou exercício de futurologia augurar que as transformações experimentadas pelo campo do jornalismo nas últimas duas décadas servirão de objeto de estudos para diferentes empreitadas investigativas ao longo do próximo século. Ao contrário, trata-se de reconhecer a complexidade de um período marcado pelo choque constante entre os tradicionais meios de comunicação e a dita era pós-massiva das redes sociais *online*. Partindo da assertiva de Lemos e Lévy (2010), tal momento seria evidenciado, sobretudo, pela liberação da palavra para os indivíduos, o que possibilitaria a parcela considerável da classe que vive do trabalho, a autonomia necessária para a produção e reprodução de mensagens em uma esfera pública não burguesa⁷ de democracia. Ou seja, não mais hermeticamente blindada pelos princípios burgueses que orientam a ideologia do labor jornalístico, nem, como outrora, concentrada sob a égide hegemônica das tradicionais megacorporações à serviço da indústria cultural. Assim, a referida transformação da esfera midiática seria marcada pelo surgimento de “[...] funções comunicativas pós-massivas que permitem a qualquer pessoa, e não apenas empresas de comunicação, consumir, produzir e distribuir informação” (LEMOS; LÉVY, 2010, p.25), retirando dos *mass media* o monopólio na formação da opinião pública.

Crítica negativa e empiria como resposta ao otimismo

Contudo, considerando a discussão realizada até este ponto, faz-se necessário destacar que a suposta libertação do indivíduo a partir da palavra nas redes sociais *online* – para além de originar arrepios angustiantes em qualquer perspectiva teórica marxista, uma vez que inverte o alcance da estrutura e da superestrutura na organização social – tem provocado um otimismo exacerbado entre teóricos e os próprios usuários da *WWW*, que acabam por suprimir questões fundamentais sobre o tema para não correrem o risco de colocar em dúvida essa esfera pública transformada e efetivamente democrática, uma espécie de ágora virtual consoante, adaptada aos pressupostos da dinâmica capitalista.

Em 1996, quando a internet ainda engatinhava no Brasil (seu uso comercial havia sido liberado no país apenas em maio de 1995), a grande circulação das obras *O que é virtual?*, do filósofo tunisiano Pierre Lévy (1996), e *Sociedade em Rede* (1999), ainda no original em inglês (*The rise of the network society*), do sociólogo espanhol Manuel Castells, já dava medida do tom extremamente otimista nortearia as análises sobre a potência das novas ferramentas comunicacionais.

Nos dias atuais, tal corrente positiva pode ser ilustrada, sobretudo, a partir da teoria apresentada por André Lemos e pelo próprio Pierre Lévy no livro *O futuro da internet: em*

⁷ Para Jürgen Habermas (2003) um sujeito só faz parte da esfera pública enquanto portador de uma opinião pública. Para isso, porém, ele necessita das liberdades de expressão, de reunião e de associação. Contudo, Habermas propõe uma esfera pública que *a priori* é burguesa. Parece-nos mais adequado assumir a busca da esfera pública proletária proposta por Oskar Negt e Alexander Kluge (1999), resultado de uma experiência viva dos trabalhadores frente a seu tempo.

direção a uma ciberdemocracia planetária (2010), no qual os pesquisadores projetam a viabilidade de uma ciberdemocracia e/ou cibergovernança global a partir da autorregulação – ou formação conjunta dos indivíduos – pelo que designaram como inteligência coletiva. Previsão que encontra suporte, segundo eles, na premissa de que caminhamos rumo à superação de toda e qualquer forma de totalitarismo, ignorando, assim, a barbárie presente e inerente ao próprio sistema capitalista. Tal perspectiva fica clara na passagem transcrita a seguir, na qual direcionam as críticas aos pesquisadores herdeiros da tradição da Escola de Frankfurt, a quem definem como “conservadores”:

O que os conservadores “críticos” não veem é que não se trata de subtração ou substituição de uma mediação pela outra, mas de um processo de adicionar complexidade e oferecer formas novas de colaboração, comunicação e conhecimento. Evidenciamos hoje na ciberdemocracia atitudes que buscam democratizar o acesso e facilitar a produção de informação, aumentar a circulação e o consumo dos bens culturais, reconfigurar as diversas práticas e as estruturas da indústria cultural. Para participar dessa cultura eletrônica, basta conectar-se à rede. [...] Notemos que a crítica frankfurtiana da cultura de massa era que ela criava uma mercantilização da esfera cultural, uma verdadeira indústria cultural, ao mesmo tempo homogeneizante, empobrecedora, limitadora das potencialidades libertárias, padronizadora, ligada ao poder totalitário, à imposição (massiva) do gosto, presa à lógica do capital, da publicidade e do *marketing*, impondo um gosto padrão, nivelando por baixo o espírito humano. Se pensarmos nos produtos da cibercultura contemporânea, podemos ver como, na sua grande maioria, eles funcionam justamente contra essa padronização, homogeneização e nivelamento rasteiro (LE MOS; LÉVY, 2010, p. 92-93).

No entanto, não é preciso nenhuma empreitada mais vigorosa para identificar a multiplicação nas redes sociais *online*, supostamente orientadas pela inteligência coletiva, de elementos discursivos que são característicos de uma sociedade administrada (ou de um “mundo administrado”, nos termos adornianos) pelos princípios que regem a lógica pragmática que orienta o capital, próprios do mesmo sistema ideológico que, desde a Revolução Francesa, habita a superestrutura da sociedade através da indústria cultural.

Ademais, também tem sido comum a proliferação de discursos autoritários e de ódio que, como mencionado anteriormente, são inerentes à barbárie que é própria do sistema capitalista. Um excelente medidor dessa realidade é o dossiê *Intolerâncias visíveis e invisíveis no mundo digital*, produzido pela agência Nova/SB, que, entre outros números alarmantes, mostrou que, de abril a junho de 2016, 84% das mensagens postadas por perfis de brasileiros usuários da *web* sobre os temas ‘aparência’, ‘classes sociais’, ‘deficiências’, ‘homofobia’, ‘misoginia’, ‘política’, ‘idade e/ou geração’, ‘racismo’, ‘religião’ e ‘xenofobia’, tiveram uma abordagem negativa e preconceituosa.

Neste sentido, ao contrário do que afirmam Lemos e Lévy (2010), é possível afirmar que assistimos, sim, na era pós-massiva, discursos que são baseados em uma formação

cultural ainda homogeneizante, empobrecedora, limitadora das potencialidades libertárias, ligada ao poder totalitário, à imposição massiva do gosto e presa à lógica do capital, vinculado ao tópico e ordinário da existência, que embota as faculdades sensíveis e incentiva o consumo de padrões éticos e estéticos reprodutores de uma semiformação⁸.

Alinhando-se com os debates presentes na Teoria Crítica da Sociedade, a partir do cenário descrito, lançamos a crítica negativa em resposta a um momento de extrema excitação acadêmica com o papel desempenhado pelo jornalismo nas redes sociais *online*. Cabe esclarecer que o objetivo não é questionar a premissa – tomada como verdadeira – de que vivemos um momento de transição, notoriamente marcado pela presença dos indivíduos como coautores significativos da mensagem jornalística. O escopo é, a partir da investigação proposta, problematizar algumas afirmativas que têm sido naturalizadas sobre o tema, a saber: i) existe real autonomia do indivíduo nas redes sociais *online*?; ii) podemos tratar essa “realidade virtual” como um espaço descolado da realidade concreta, haja vista que ela é espaço das objetivações existentes? iii) a referida liberação da palavra é efetiva?; iv) qual possibilidade revolucionária deve ser vislumbrada quando o conteúdo (re)produzido pelo proletariado na *web* é o hegemônico?; v) possuir as aparentes condições tecnológicas para um discurso contra-hegemônico é suficiente em uma sociedade composta por indivíduos semiformados?; vi) qual a origem do discurso autoritário, presente nas redes sociais *online*?

Para problematizar os pontos levantados, parte-se de três pressupostos teóricos que têm orientado as investigações sobre a relação entre educação e jornalismo no Núcleo de Estudos e Pesquisa em Educação, Filosofia e Linguagens da Universidade Federal do Espírito Santo (Nepefil-Ufes), sendo eles: i) o jornalismo praticado pelos *mass media* tradicionais e hegemônicos é um produto da indústria cultural; esta, a despeito das empreitadas pós-modernas, que buscam comprovar seu suposto ‘esgotamento’, ainda continua sendo uma qualificada categoria analítica para se compreender a dita era pós-massiva, uma vez que a crítica negativa permite localizar estruturas autoritárias nos novos processos de comunicação (COSTA, 2001); ii) o jornalismo é um processo não-formal de educação, tendo em sua concepção ideológica o papel de fiscalizar o poder político e formar o cidadão para atuar na esfera pública (TRAQUINA, 2012), mas para dissabor de suas possibilidades revolucionárias, funciona como uma instituição antidialógica, favorável à perpetuação dos modelos hegemônicos de produção capitalista, e comprometida com o depósito de conteúdos em

⁸ O ponto de partida para entender o conceito de semiformação (*halbildung*) é diagnosticar que, para Adorno (2010), existe, de fato, uma crise nos mecanismos de formação (*bildung*) que, por sua vez, é indício de uma crise mais ampla da própria cultura (DUARTE, 2003). A semiformação é a incapacidade de o indivíduo produzir uma *Bild*, uma imagem de si mesmo que não seja aquela mediada pelos produtos da indústria cultural cujo objetivo não é o esclarecimento, mas, pelo contrário, produzir o antiesclarecimento.

indivíduos-objetos (FREIRE, 1968)⁹; iii) experimentamos, na *Sociedade Excitada* (TÜRCKE, 2010), um período propício à proliferação do fascismo, sobretudo a partir da perda da experiência (BENJAMIN, 1987) e da difusão, pelos *mass media* na Web 2.0 (redes sociais *online*), da síndrome fascista; fenômeno sociopsicológico caracterizado pela identificação psicológica com as elites, pelo preconceito étnico e racial, pela obsessão em relação à sexualidade, pela agressividade reprimida e pelo sadomasoquismo (ADORNO, 2009).

Sociedade Excitada: sensação e síndrome fascista

Para aproximar categorias que são comuns nos escritos de Christoph Türcke e Theodor W. Adorno, porém menos evidentes ao olhar pouco atento (a saber: os conceitos de ideologia e as condições semiformativas que levam à síndrome fascista), faz-se pressuposto fundamental a compreensão de que a Sociedade Excitada, descrita por Türcke (2010) – uma sociedade viciada em imagens, cujos indivíduos tem os sentidos supersaturados pela multiplicação exponencial de conteúdos midiáticos – é uma extensão (e não uma superação) da modernidade. A partir desse contexto, percebe-se o equívoco de se tratar as redes sociais *online* como “revoluções”. Mais apropriado, de certo, seria tratá-las sem o prefixo, ou seja, como “evoluções”, próprias e mantenedoras do capitalismo que se arranja, utilizando a terminologia do próprio autor, sob os moldes de uma “sociedade da sensação”:

Entretanto, essa palavra não sugere a entrada da humanidade numa nova época, tal como fizeram as palavras “sociedade pós-industrial”, “pós-moderna”, “de risco” ou da “informação”, todas palavras chamativas e desviantes. Só porque a sociedade altamente “tecnificada” não apresenta mais as características tais como máquinas que ofegam e que exalam vapor e trabalhadores suados, não significa que não seja mais uma sociedade industrial, mas sim que penetra microeletronicamente, com sua produtividade múltipla e refinada, em todas as áreas de trabalho (TÜRCKE, 2010, p. 10).

Considerando essa perpetuação do modo de produção capitalista, o primeiro ponto de convergência entre os autores (Adorno e Türcke) é o conceito de ideologia. A compreensão de ideologia de Türcke (2010) é a mesma proposta por Adorno e Horkheimer em *Dialética do Esclarecimento*. De forma semelhante, Türcke (2010) defende que a ideologia burguesa está presente em todo o processo de produção da indústria cultural (portanto, do jornalismo). Assim, a estetização/representação da vida construída por essa indústria não pode ser mais definida como um mero envoltório, que protege o capitalismo: ao contrário, trata-se efetivamente de uma pele (logo parte biológica, intrínseca e indissociável) do capitalismo. Ao

9

A reflexão proposta por Paulo Freire, em *Pedagogia do Oprimido* (1968), sobre o papel do jornalismo na educação, em parte tem a ver com a problematização inicial desta pesquisa. Não obstante, não segue como base teórica, pois apesar da inegável relevância para o debate sobre educação, enveredar pelas trilhas do autor representaria um desvio imperdoável da base aqui assumida: como supracitado, a Teoria Crítica da Sociedade.

recorrer a esta definição, Türcke retoma o processo histórico de transformação da notícia em mercadoria na modernidade; rememora o que denomina de “perversão da notícia”, que nada mais é do que a inversão condicionada pela pressão da concorrência: “*ao ser comunicado, porque importante* superpõe-se a *importante, porque comunicado*” (TÜRCKE, 2010, p.17, grifos do autor). É a partir dessa inversão que Türcke (2010) contribui para conceituar, de forma definitiva, o jornalismo como produto da indústria cultural,

[...] o estágio de desenvolvimento social no qual os bens culturais não mais apenas circulam como mercadorias, mas já são produzidos em massa, tal qual pãezinhos ou lâmpadas – com tremendas consequências para a economia pulsional, para a percepção e para as formas de pensamento e de interação humana (TÜRCKE, 2010, p. 34).

Ao atualizar o conceito de indústria cultural, Türcke (2010) propõe que as práticas de publicidade, que anteriormente eram relegadas à ação dos industriais para com os sujeitos, passam a caracterizar, também, o comportamento desses últimos, que assimilam o comportamento e buscam divulgar a própria vida e o mundo tentando convertê-los em algo mais sensacional. Tal ponto de vista ajuda a explicar a produção exponencial de mensagens pelos usuários das redes sociais *online*: ao assimilarem o esquematismo da indústria cultural, as pessoas passam a se considerar parte dela (logo, parte da ideologia burguesa). Assim, o poder muda de caráter, sofre “[...] uma mutação, convertendo-se em uma compulsão social generalizada” (TÜRCKE, 2010, p. 38).

Pode-se apontar, portanto, uma relação de causalidade do vício em imagens e da constante busca da sensação (termo que aqui toma o mesmo sentido proposto pelo autor alemão: aquilo que, magneticamente, atrai a percepção, o espetacular) com a semiformação dos indivíduos na era pós-massiva. Se antes podia-se ponderar que a semiformação fazia “[...] parte do âmbito da reprodução da vida sob o monopólio da ‘cultura de massas’” (LEO MAAR, 2003, p. 460), hoje pode-se detectar um refinamento necessário em tal aparelhamento da superestrutura.

A mudança destacada, antes de ser um luxo, parece mais uma imposição necessária para manutenção do controle social sobre indivíduos com sentidos que não se satisfazem mais com os dispositivos de outrora. Isso ocorre porque o estímulo constante em busca da atenção gera uma hiperexcitação generalizada, uma compulsão social pela repetição. Assim a indústria cultural ganha contornos de alucinógeno: ao mesmo tempo que promove alívio (condicionando no sujeito um engodo em forma de falsa liberdade frente a exploração que constitui a realidade ordinária), gera dependência.

Surge, então, uma relação tão simplista quanto perigosa: viciado em informação, sobretudo aquelas imagéticas, e insaciável na busca por estímulos sensoriais, os indivíduos

consomem conteúdos cada vez mais superficiais. Assim, a semiformação é levada ao extremo. É esse o indivíduo que capta e manifesta, de forma aguda, as características da síndrome fascista descrita por Adorno, tornando-se mais suscetível a desenvolver uma personalidade autoritária. Dotado de uma visão de mundo que não é própria de sua classe e reprimido pelos barramentos do mundo administrado, o indivíduo passa a fazer eco a pensamentos totalizantes e, portanto, totalitários.

Análise empírica: fascismos em charges do jornal A Gazeta

A partir dos conceitos apresentados tomou-se como corpo de análise as 27 charges publicadas no *Facebook*¹⁰ pelo jornal capixaba A Gazeta, durante o mês de abril de 2016, todas assinadas pelo chargista Amarildo. Antes de analisar criticamente o *corpus*, faz-se necessário justificar que a opção de coletar as charges, para a avaliação, foi fundamentada na maior proximidade que o formato apresenta com outros conteúdos de grande impacto para a audiência e com reconhecido poder de compartilhamento e difusão nas redes sociais *online* (como os memes, por exemplo). Não se trata de uma crítica às charges propriamente ditas, conteúdo de grande valor crítico e satírico, mas, sobretudo, de uma constatação de certo esvaziamento do gênero a partir da exigência de uma produção em série que seja capaz de agradar (na era pós-massiva) os já saturados aparatos sensoriais dos indivíduos de acordo com os termos descritos por Türcke (2010).

No que se refere ao *corpus* analisado, é importante notar que praticamente a quase totalidade das charges publicadas (25 em 27), traz como tema principal a política, prática que faz parte da linha editorial do jornal em questão. Das 25, 19 (o que representa 70% do *corpus* avaliado) charges têm como protagonista a Presidenta Dilma Rousseff. Na totalidade dos casos ela é representada com um desfecho negativo, sendo que em pelo menos seis das ilustrações ela é representada como inferior a alguma figura masculina, que a trapaceia ou violenta no curto enredo ilustrado. Nesse sentido, uma primeira análise, a ser discutida no que diz respeito às características da síndrome fascista, proposta por Theodor W. Adorno, é a compulsão pela questão do gênero, sempre marcante nas charges avaliadas. Uma desculpa “oficial” a ser instalada para tal protagonismo é a de representação do período em questão (abril de 2016), mês em que tramitava no Congresso Nacional o processo de *impeachment* da Presidenta Dilma Rousseff. Contudo, de antemão, vale destacar que a presença de uma mulher em um contexto adverso (no caso, o processo de *impeachment*) não serve como justificativa para a elaboração de ilustrações nas quais a figura feminina é sempre colocada em situações inferiores ao homem, elevando o gênero como imperativo determinante para o desdobramento negativo ou positivo dos personagens na narrativa.

Outro fato a ser observado é que, de forma explícita, a violência é representada em

10 Endereço da *fanpage* do jornal: <<https://www.facebook.com/gazetaonline>>.

pelo menos seis charges, com situações que nada acrescentam a uma análise ou contextualização política. Dois exemplos, que ilustram tal perspectiva, são apresentados nas Figuras 01 e 02. Enquanto Dilma é apresentada como uma pessoa violenta na Figura 01 ao agredir uma cartomante; na Figura 02, de algoz ela passa a vítima, sendo desenhada como uma bola chutada pelos políticos pemedebistas Eduardo Cunha e Renan Calheiros (em referência ao envio do processo de *impeachment* da Câmara dos Deputados para o Senado, casas das quais, naquele momento, eram os respectivos presidentes).

Figura 01 – Charge publicada em 05 de abril de 2016 em *A Gazeta*.



Fonte: Reprodução de facebook.com/gazetaonline

Figura 02 – Charge publicada em 19 de abril de 2016 em *A Gazeta*.



Fonte: Reprodução de facebook.com/gazetaonline

Em ambas as situações, a violência simbólica que é ilustrada serve para reforçar comportamentos autoritários entre aqueles indivíduos que compartilham as charges em seus perfis. Um exemplo das consequências possíveis deste processo é o comentário (elaborado em forma de meme) vinculado na charge analisada, do dia 16 de abril, quando um usuário¹¹ utiliza a imagem de um refém decapitado pelo grupo terrorista Estado Islâmico como base para uma montagem que sugere o mesmo desfecho para a presidenta (Figura 03).

Figura 03 – Comentário de usuário em charge de A Gazeta em 15 de abril de 2016.



Fonte: Reprodução de facebook.com/gazetaonline

Outra característica da síndrome fascista apontada por Theodor W. Adorno, presente nas charges do jornal, é a questão da obsessão pela sexualidade, como acontece na charge publicada no dia 04 de abril (Figura 04), quando o índice de desaprovação do governo de 69% é comparado com “uma sacanagem”, fazendo alusão à posição sexual ilustrada pelo número no livro do Kama Sutra. Tal referência, como nas demais, retrata uma postura agressiva de Dilma frente à situação ilustrada.

Figura 04 – Charge publicada em 04 de abril de 2016 em A Gazeta.

¹¹ Optou-se, eticamente, por preservar os nomes dos indivíduos que comentaram as publicações.

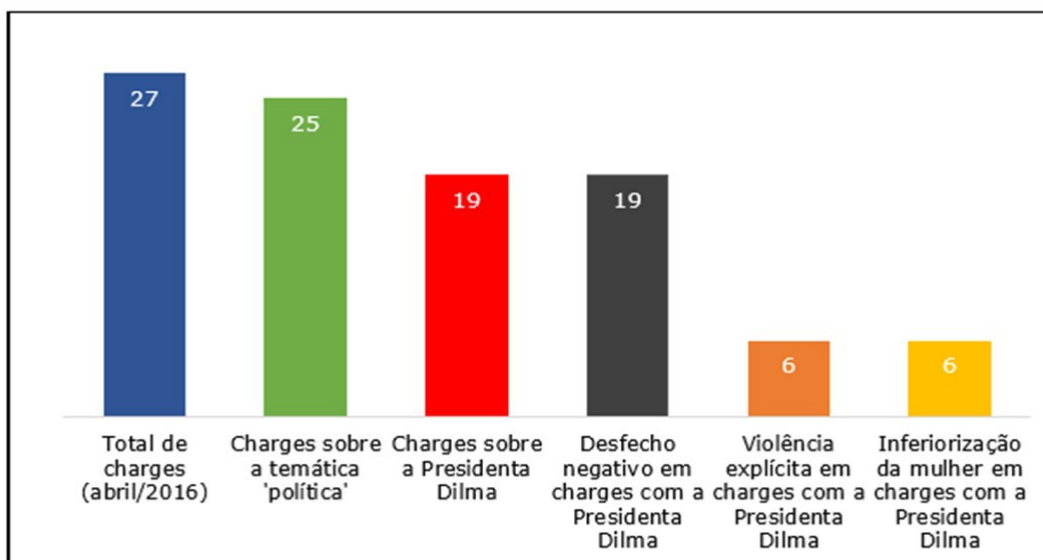


Fonte: Reprodução de facebook.com/gazetaonline

O *corpus* analisado oferece indícios da existência de traços da síndrome fascista, presente nos conteúdos publicados pelos *mass media* nas redes sociais *online* (como buscamos resumir no Gráfico 01, dada a extensão do material estudado frente ao limite de caracteres deste trabalho); põe em dúvida as teses de Lemos e Lévy (2010) sobre a possibilidade de uma ciberdemocracia e responde, ainda que de forma provisória, aos questionamentos propostos no ensaio teórico que inaugura este trabalho. Assim, ao se retomar a problematização sugerida, percebe-se a fragilidade da tese dos autores citados sobre a efetiva autonomia do indivíduo nas redes sociais *online*, tendo em vista que o ambiente de liberação da palavra está situado na mesma estrutura (logo, sob a mesma ideologia) em que se originam os *mass media*.

Ademais, a principal resposta provisória desse investimento analítico refere-se ao predomínio da influência do discurso hegemônico nas redes sociais *online*, haja vista que o poder de audiência – propagabilidade – de um veículo originado nos media tradicionais ainda é muito superior ao de qualquer usuário. Tal predomínio pode culminar com a incorporação de alguns elementos da síndrome fascista, embora, obviamente, não explique em sua totalidade a formação das personalidades autoritárias.

Gráfico 01 – Charges publicadas e traços da síndrome fascista.



Fonte: Elaboração própria

A partir do inaugural debate teórico realizado, pretendemos suscitar novas discussões que busquem a superação de teorias conformistas e/ou profusamente otimistas, sobretudo em relação à era pós-massiva. Neste sentido, uma proposta inicial é a problematização do próprio termo que define o período, uma vez que o prefixo “pós” pode sugerir relações com teorias pós-modernas ou uma pretensa superação dos *mass media*, logo da indústria cultural, possibilidade que só parece coerente a partir da superação do próprio sistema capitalista, que provavelmente não acontecerá por *geração espontânea*, tampouco por quaisquer tipos de ajustes, ou pela mera transformação das relações ou modelos comunicacionais.

Referência bibliográficas

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. *A dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

ADORNO, T.; et al. *La Personalidad Autoritária*. Buenos Aires: Proyección, 1965.

_____. *Escritos sociológicos II*. Ediciones Akal: Madrid, 2009.

_____. Teoria da semiformação. In: PUCCI, B.; LASTÓRIA, L. A. C. N.; ZUIN, A. A. S. (orgs.). *Teoria Crítica e Inconformismo: novas perspectivas de pesquisa*. Campinas: Autores Associados, 2010, p. 7-40.

BRAZ, M. O golpe nas ilusões democráticas e a ascensão do conservadorismo reacionário. *Serviço Social e Sociedade*, São Paulo, n. 128, p. 85-103, jan./abr. 2017.

BENJAMIN, W. Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras Escolhidas. São Paulo: Brasiliense, 1987.

CASTELLS, M. Sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COSTA, B.C.G. Barbárie, estética e produção jornalística. Educação & Sociedade, ano XXII, ano 76, p. 106-118, outubro/2001

_____. Estética da violência: jornalismo e produção de sentidos. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Unicamp, 1999.

DUARTE, N. *Teoria crítica da indústria cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

FREIRE, P. Pedagogia do Oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.

GIACÓIA JÚNIOR, O. O Platão de Nietzsche, O Nietzsche de Platão. Cadernos Nietzsche 3, p. 23-36, 1997.

HABERMAS, J. Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

LEMOES, A.; LÉVY, P. O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LEO MAAR, W. Adorno, semiformação e educação. Educação & Sociedade, Campinas, vol. 24, n. 83, p. 459-476, agosto/2003.

LÉVY, P. O que é virtual? São Paulo: Editora 34, 1996.

NEGTE, Oscar; KLUGE, Alexander. Public sphere and experience: toward an analysis of the bourgeois and proletarian public sphere. Minnesota: University of Minnesota Press, 1993.

NOVA/SB. Intolerâncias visíveis e invisíveis no mundo digital. São Paulo, 2016, 115 p. Disponível em <<http://www.comunicaquemuda.com.br/dossie/quando-intolerancia-chega-as-redes/>>. Acesso em 22/06/2016.

PLATÃO. Eutidemo. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio; Edições Loyola, 2011.

SILVA, J.M. 1964: golpe midiático-civil-militar. Porto Alegre: Sulina, 2016.

TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, v. 1, 2012.

TÜRCKE, C. Sociedade excitada: filosofia da sensação. Campinas: Editora da Unicamp, 2010.

XAVIER, et al. Fragmentos benjaminianos e quatro caminhos para a pesquisa em educação: experiência, infância, arte e poder. Pró-Discente: Caderno de Produção Acadêmico-Científica. Programa de Pós-Graduação em Educação, Vitória/ES, v. 22, n. 2, p. 64-90, jul./dez. 2016.