



**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

BRUNO TOMÉ DE OLIVEIRA

O FAZER JORNALÍSTICO E O PAPEL DO JORNALISTA NO CENÁRIO DE CONVERGÊNCIAS

**CAXIAS DO SUL
2016**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

BRUNO TOMÉ DE OLIVEIRA

**O FAZER JORNALÍSTICO E O PAPEL DO JORNALISTA NO CENÁRIO DE
CONVERGÊNCIAS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para
obtenção de grau de Bacharel em
Comunicação Social – Habilitação
Jornalismo, da Universidade de Caxias do
Sul.

Orientador(a): Prof^ª. Me. Leyla Maria
Portela Coimbra Thomé

Caxias do Sul
2016

BRUNO TOMÉ DE OLIVEIRA

**O FAZER JORNALÍSTICO E O PAPEL DO JORNALISTA NO CENÁRIO DE
CONVERGÊNCIA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para
obtenção de grau de Bacharel em
Comunicação Social – Habilitação
Jornalismo, da Universidade de Caxias do
Sul.

Aprovado em ___/___/2016

Banca Examinadora

Profa. Me. Leyla Maria Portela Coimbra Thomé
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Profa. Dra. Alessandra Paula Rech
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Profa. Me. Ana Laura Paraginski
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Agradecimentos

São muitas pessoas para agradecer ao final da monografia, não só as que participaram do processo de pesquisa, mas também todos que participaram da minha jornada ao longo do curso de Jornalismo. Assim, em primeiro lugar, gostaria de dizer o mais sincero obrigado à minha família e namorada, principalmente ao meu pai, Milton, e minha mãe, Valéria.

Gostaria também de agradecer à minha orientadora, Professora Mestra Leyla Coimbra Thomé, que desde os tempos da Agência Experimental de Comunicação me aconselha e me orienta em busca do melhor caminho. Especialmente nessa pesquisa, queria agradecer por todo o conhecimento compartilhado e por todas as recomendações. Sem esse apoio, sempre prestado com muita empolgação, o processo não teria sido tão divertido e proveitoso como acabou sendo.

Quero também agradecer imensamente o apoio prestado por todos os meus amigos. Além deles, agradeço todos os entrevistados da monografia, que sempre com respeito e alegria, responderam as mais importantes questões desse trabalho.

Por fim, agradeço ao jornalismo, minha paixão para a vida. Espero que o trabalho possa servir como o início de uma discussão que busque sempre melhorar a profissão. Os jornalistas, assim como outros profissionais dignos, merecem respeito e melhores condições de trabalho.

RESUMO

O trabalho busca mostrar qual é o papel do jornalista no cenário de convergência midiática e tecnológica, tendo como aporte o fazer jornalístico e todos os capítulos que me ajudaram a embasar nas análises realizadas. Levando em conta a importância de uma discussão sobre a profissão, o trabalho buscará encontrar respostas passando primeiro pela história do jornalismo, desde a sua chegada ao Brasil. Depois, explana os conceitos básicos da profissão e apresenta o cenário de convergências, junto com as consequências que traz para o jornalismo. A partir disso, 20 profissionais ligados ao jornalismo responderam um questionário, que além de questionar qual o papel do profissional, também quis descobrir sobre os valores e a rotina do jornalista, assim como a influência da participação do público para a profissão. Ao fim, esse trabalho de conclusão de curso poderá mostrar que o papel do jornalista pode ser discutido por meio de dois focos. Um tomando conta do jornalista como ser particular e o outro, levando em conta o profissional como um ser conectado com a organização que representa.

Palavras-chave: Jornalismo. Convergência. Papel. Tecnologia. Mídia.

ABSTRACT

The objective's paperwork is show the journalist's function in scenario of media and technological convergence, considering the "journalism making". Seeing the importance of a discussion about profession, the work wants answer the principal question, which is "what's the journalist function in this new scenario?". Therefore, it will take the theoretical and methodological contributions through qualitative and bibliographic search. The first point explored is the journalism's history in Brazil. Since the profession's birth in the country, the paperwork give all historical context. Also, present the journalism's basic concept, with routine, pressions and the professional's function. On scenario's delimitation, media and technological convergences are show. This two effects bring consequences as the mobile journalism, open source journalism, the gatewatcher's theory and the company's choice because of convergences. With all of these, the research present the journalist's function and show the duality of functions, which exist in media and technological's new context.

Keywords: Journalism. Convergence. Function. Technology. Media.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Conceitos básicos.....	55
Figura 2 – Os princípios do jornalismo.....	96
Figura 3 – <i>Modus Operandi</i>	102
Figura 4 – O papel do público.....	106

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 UM PASSEIO PELA HISTÓRIA DO JORNALISMO	12
2.1 O INÍCIO DE TUDO	12
2.2 PRÉ-HISTÓRIA DA IMPRENSA	14
2.3 NASCIMENTO DA IMPRENSA.....	15
2.4 IMPRENSA IMPERIAL.....	18
2.5 IMPRENSA VOLTA A SE 'REBELAR'	22
2.6 A PRIMEIRA REPÚBLICA E O DESENVOLVIMENTO DA IMPRENSA	25
2.7 LITERATOS E AS REVISTAS DE ÉPOCA	28
2.8 NOVOS HORIZONTES	29
2.9 NOVAMENTE ENVOLVIDA	33
2.10 IMPRENSA NO ESTADO NOVO	34
2.11 APARECEM OS EFEITOS NEGATIVOS DO MODELO EMPRESA	36
2.12 JORNALISMO NA DITADURA.....	38
2.13 A IMPRENSA ALTERNATIVA DA DITADURA	39
2.14 NOVOS TEMPOS, NOVAS TECNOLOGIAS, VELHOS HÁBITOS.....	41
2.15 JORNALISMO E INTERNET.....	44
3 A BASE DO JORNALISMO	49
3.1 CONCEITOS BÁSICOS	49
3.2 AS FORMAS DO JORNALISMO	51
3.3 AS OUTRAS TRÊS TEORIAS.....	53
3.4 O TRABALHO DO JORNALISTA.....	54
3.5 INFLUÊNCIAS.....	62
3.6 CARACTERÍSTICAS COM UM TOQUE DE POLÊMICA	63
3.7 DIFERENTES FACES DO JORNALISMO.....	66
4 CENÁRIO DA CONVERGÊNCIA	71
4.1 O QUE É CONVERGÊNCIA?.....	71
4.2 MUDIÁTICA <i>VERSUS</i> TECNOLÓGICA.....	74
4.3 O QUE MUDA NO JORNALISMO COM A CONVERGÊNCIA.....	78
5. METODOLOGIA	89
5.1 O MÉTODO NA PRÁTICA.....	92
6. O FAZER JORNALÍSTICO EM XEQUE	94
6.1 AMOSTRA.....	94
6.2 PERGUNTAS	94
6.2.1 Os princípios.....	95
6.2.2 A rotina de apuração da notícia.....	100
6.2.3 O papel do público.....	106
6.2.4 O jornalista e a informação do público.....	109
6.2.5 O papel do jornalista.....	111
6.3 ANÁLISE EM XEQUE	121
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	124

REFERÊNCIAS.....	128
ANEXO A – Questionário.....	133
ANEXO B – Respostas do questionário.....	133
APÊNDICE A – Projeto de Pesquisa	134

1 INTRODUÇÃO

Desde o momento que se torna parte da sociedade, o jornalista vira referência para assuntos factuais e essenciais, como política e economia. Durante muito tempo com um papel definido, o de ser a fonte da informação, o profissional se depara hoje com um cenário complexo e com desafios a serem resolvidos. Esses dois pontos passam pela convergência que se torna presente e altera tanto o comportamento das pessoas, quanto o das empresas.

Baseando-se na convergência midiática e também tecnológica, o jornalista passa a conviver com uma outra rotina de produção e diferentes pressões dos veículos de comunicação. Além disso, o profissional passa a lidar com um público participativo, que antes espectador, passa a ser produtor e questionador do serviço prestado. Para isso, o jornalista terá que desenvolver diferentes habilidades, que podem ou não, alterar a sua função diante da sociedade.

Por isso, é proposto no presente trabalho mostrar qual é o papel do jornalista no atual cenário de convergências, tendo como pano de fundo o fazer jornalístico. É preciso pensar se esse papel continua o mesmo de antigamente, se modificou-se ou se ainda, como já aconteceu, adquiriu novas funções para entregar um serviço que seja relevante para a comunidade. Ou também, como pode ser possível, perdeu espaço com a crescente colaboração do público.

Para tentar responder essa questão, será proposto que se faça uma análise do papel do jornalista atualmente, com a ajuda de um grupo de entrevistados, trazendo uma análise qualitativa. Também será necessária a ajuda de autores, a partir da análise bibliográfica. O trabalho pretende também lembrar quais são os conceitos básicos do jornalismo e apresentar os conceitos de convergência, para entender melhor esse cenário que está sendo vivido.

Alguns autores usados no trabalho são, por exemplo Nelson Werneck Sodré que trará a história do jornalismo nacional. Para princípios e conceitos básicos da profissão serão utilizados nomes como Bill Kovach, Tom Rosenstiel, Nuno Crato, Nelson Traquina e Clóvis Rossi. Michael Kunczik fará um passeio também pelos conceitos básicos, mas também pelos papéis do jornalista que foram sendo adquiridos ao longo do tempo, assim como Felipe Pena. Já para os termos de convergência, não poderá faltar o especialista em convergência midiática, Henry Jenkins. Também para questões de convergência e tecnologia serão usados autores

como Alex Primo, Stephen Quinn e Roseli Fígaro, que focará nas consequências vistas no jornalismo atualmente.

Nesse sentido, o trabalho trará no segundo capítulo pela história do jornalismo dentro do Brasil. Será apresentado o início da profissão, a partir do século XIX até os dias atuais, mostrando como foi o desenvolvimento do jornalista. Depois, no capítulo III, apresentará o básico da profissão, passando por princípios e conceitos iniciais, destacando alguns pontos que permeiam a profissão e apresentando os diferentes papéis que os jornalistas ganharam e passaram ter ao longo do tempo. Já no capítulo IV são apresentados os conceitos de convergência e as consequências que trazem ao jornalismo. Passando pela metodologia no capítulo V, se chegará a parte de análise no capítulo VI, em que todos os pontos descritos acima se mostrarão discutidos.

Discutir o papel atual do jornalista se mostra importante como maneira de dar holofote a assuntos que podem aparecer em segundo plano. Em um país que não se valoriza o estudo do jornalista, quando não se cobra uma formação acadêmica na área para trabalhar, parece ser necessário abrir um debate sobre a profissão em si e o papel que ela desempenha na sociedade.

A responsabilidade social do jornalista é muito grande, porque ele é um porta voz do que acontece na sociedade levando os fatos em forma de notícias, para que a população fique informada do que acontece ao seu entorno e fora dele. Torna-se importante salientar que são os profissionais da comunicação, entre eles os jornalistas, que oportunizam através de seu trabalho a garantia do Direito Fundamental da Comunicação previsto na Constituição Brasileira.

2 UM PASSEIO PELA HISTÓRIA DA IMPRENSA

O capítulo a seguir apresenta os principais pontos da história do jornalismo brasileiro. Junto com a apresentação histórica também serão expostos os papéis que o jornalista assumiu nas diferentes fases da imprensa brasileira.

2.1 O INÍCIO DE TUDO

A história da imprensa no Brasil é marcada em primeiro lugar por seu início atrasado em comparação a outros países. Morel (2008, p.23) destaca que: “Enquanto no continente europeu já existiam tipografias desde meados do século XV, nas Américas a atividade (embora escassa) surge no século XVI, décadas após a chegada dos europeus”. Porém, o autor ressalta que a atividade no continente americano não passava de tentativas, devido a ordens de repressão dos governantes da época, e por isso o Brasil não estaria com tanta diferença em relação aos países vizinhos.

Uma dessas tentativas, próximo ao período em que o Brasil começa a exercer de forma regular a atividade da imprensa, é contada por Sodré (1999, p.16). O autor relata a ação dos holandeses no século XVII, que desenvolvem a futura atividade, trazendo a “arte tipográfica” ao país. Após a novidade, tentativas para a criação da imprensa no país aconteceram durante o século seguinte, mas Sodré (1999, p.17) destaca que “quando surgiram as iniciativas isoladas, no século XVIII, o papel das autoridades coloniais foi importante”.

As ações das autoridades se partiram em dois pontos, primeiro em acabar com qualquer tentativa da prática de imprensa, e depois, com a chegada da corte portuguesa, de tornar a atividade oficial. De acordo com Sodré (1999, p.19), a imprensa se torna oficial quando João Antônio de Araújo, o primeiro Conde da Barca, chega ao Brasil e manda instalar “o material fotográfico que havia sido comprado para a Secretaria de Estrangeiros e da Guerra” em sua nova moradia em território nacional.

Morel (2008, p.23) data de forma oficial o ano de 1808. O autor ainda ressalta que mesmo no início do século XIX, com a oficialização da atividade, as autoridades ainda censuravam, chegando a criar regras para que impressos não

pudessem ser publicados. De acordo com o autor (2008, p.24): “Entravam parâmetros religiosos, políticos e morais – numa atitude não muito diferente do que ocorriam (com diferentes gradações) em todas partes do mundo ocidental”.

Com a oficialização da imprensa, surgem no Brasil os primeiros jornais. Morel (2008, p.25) acredita que “o surgimento da imprensa periódica no Brasil não se deu numa espécie de vazio cultural, mas em meio a uma densa trama de relações e formas de transmissão já existentes, na qual a imprensa se inseria”. O autor ainda explica: “Ou seja, o periodismo pretendia, também, marcar e ordenar uma cena pública que passava por transformações nas relações de poder que diziam respeito a amplos setores da hierarquia da sociedade, em suas dimensões políticas e sociais”.

De certa maneira, a visão de Morel sobre o início dos jornais se conecta a alguma das funções que Kovach e Rosenstiel (2003, p.29) descrevem do jornalismo mais recente. De acordo com os autores, uma das finalidades é um reflexo do que poloneses viveram no início da década de 80, ao tentarem combater um governo opressor. Para Kovach e Rosenstiel (2003, p.29):

O jornalismo servia para construir a comunidade, a cidadania, a democracia. Milhões de pessoas, estimuladas pelo livre fluxo de informação, participavam de forma direta da criação de um novo governo e novas normas para a vida política, social e econômica de seus países. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p.29).

Kovach e Rosenstiel (2003, p.31), também pontuam que “a imprensa nos ajuda a definir nossas comunidades, nos ajuda a criar uma linguagem e conhecimentos comuns com base na realidade. O jornalismo também ajuda a identificar os objetivos da comunidade, os seus heróis e vilões”. É importante destacar que isso estava longe de acontecer no Brasil no início do século XIX, mas como é observado, os periódicos brasileiros já visavam participar das mudanças que ocorreriam e que começavam a surgir no país. Ou seja, a origem de algumas dessas finalidades pode ser vista com a criação dos primeiros jornais brasileiros.

Sodré (1999, p. 20) destaca a *Gazeta do Rio de Janeiro*, “jornal oficial, feito na imprensa oficial, nada nele constituía atrativo para o público”. Nesse caso, o periódico é destacado pela linha do tempo e não pela questão de importância ou de

finalidades como as que foram apresentadas acima. O segundo jornal citado pelo autor se encaixa melhor: o *Correio Brasiliense*.

O jornal de Hipólito da Costa era impresso e feito fora do país, como maneira de conseguir publicar o periódico sem ter preocupação com a censura (SODRÉ, 1999, p.20). Sodré (1999, p.20) explica ainda que “muitos exilados fizeram jornais fora dos seus países, como forma e meio de participar de suas lutas internas”. O autor ainda destaca que o periódico, além de ser impresso fora do país, abordava os problemas da nação de um ângulo do exterior. Sodré (1999, p.21) também diz que o *Correio Brasiliense* era do “tipo doutrinário e não do tipo noticioso”. Sem entrar no mérito das razões pelo qual o periódico lutava, é certo afirmar que de certa forma fez parte da história brasileira como um jornal atuante.

2.2 PRÉ-HISTÓRIA DA IMPRENSA

Sodré (1999, p.29) explica que de forma cronológica, “a característica principal da fase proto-histórica da imprensa brasileira... foi a iniciativa oficial, de que o aparecimento da *Gazeta do Rio de Janeiro* constituiu o primeiro”. Sodré considera e coloca o *Correio Brasiliense* dentro do grupo dos jornais que entravam no país de forma ilegal na época. Mesmo assim, dentro da história da imprensa no país, Sodré (1999, p.29) comenta que: “Era agora necessário informar, e isso prova que o absolutismo estava em declínio. Já precisava dos louvores, de ver proclamadas as suas virtudes, de difundir os seus benefícios, de, principalmente, combater as ideias que lhe eram contrárias”.

Com a necessidade de defesa do governo da época, que eram os portugueses, mais jornais começaram a ser criados, é o caso do *Idade de Ouro do Brasil*, fundado na Bahia, em 1811, durando até 1823. De acordo com Sodré (1999, p.29) o periódico baiano foi produzido a partir de regras que explorassem a imparcialidade, apesar de intrinsecamente trazer uma opinião favorável ao governo regente do Brasil e, principalmente, da Bahia no início do Século XIX.

Ainda no período da chamada *Imprensa Áulica* (que seriam os jornais ligados ao poder) projetos de jornais como *As Variedades ou Ensaios de Literatura* e *O Patriota* começaram e terminaram entre 1812 e 1814. Ambos periódicos tentaram criar uma linha de jornais que tratassem sobre cultura.

Periódicos mais ligados às cortes e mais notáveis na época foram, por exemplo, *O Investigador Português*, criado na Europa, mas ligado à corte portuguesa no Brasil, que foi publicado de 1811 a 1819, e *O Contemporâneo*, que tentou substituir o jornal produzido na Europa para defender quem governava o Brasil e Portugal.

Apesar de estar na história do Brasil e de Portugal os fatos acima, Sodré (1999, p. 34) explica o motivo pelo qual isso seria mais uma fase que realmente antecede o que seria a imprensa no Brasil:

Considerar essa imprensa áulica – imprensa no Brasil ou fora do Brasil – como brasileira, e mesmo como imprensa, parece exagero. Nenhum critério, salvo o cronológico, fundamenta essa consideração, de toda imerecida. A fase serve, entretanto, para caracterizar a adversidade de condições políticas para o estabelecimento da imprensa. (SODRÉ, 1999, p.34).

2.3 NASCIMENTO DA IMPRENSA

A imprensa teria nascido no Brasil junto com a fase das Regências¹, iniciada em 1831, dando novos passos ao chamado Brasil Império. Morel (2008, p.26) explica que a atividade teria surgido no país onde “identidades políticas eram mutáveis, ainda mais nesse período de definição e embates”. O autor ainda diz que a imprensa naquela época era “longe de ser um papel sagrado, marcava e era marcada por vozes, gestos e palavras”.

Mas, antes dessa demarcação do possível ano do nascimento da imprensa, Sodré (1999, p.43) indica que o período e o processo da Independência do Brasil foram fatores importantes no “desenvolvimento da imprensa periódica”. Nesse período, Sodré (1999, p. 50) cita a publicação que ele acredita ter sido a do “primeiro jornal informativo a circular no Brasil”. De acordo com o autor, o *Diário do Rio de Janeiro*, fundado em 1821, “ocupava-se quase e tão somente das questões locais, procurando fornecer aos leitores o máximo de informação”.

¹Também conhecida como Período Regencial. Durou de 1831 até 1840, quando o Brasil foi governado por regentes. Na época, Dom Pedro I voltou para Portugal e deixou o trono brasileiro para Dom Pedro II, que ainda era uma criança. Na segunda parte da fase das Regências, a partir de 1835, iniciaram as chamadas as Revoltas Regenciais (como a Revolução Farroupilha), que dividiram o país. A fase também foi marcada pela instabilidade política, em que diferentes grupos políticos queriam controlar o governo brasileiro.

Ainda conforme Sodré, apesar de trazer praticamente todo o tipo de informação, esse diário carioca não se envolvia com política no início, passando a tratar do assunto apenas em setembro de 1822. O jornal teve sucesso e durou até 1878. Para Sodré (1999, p.51), “do ponto de vista da imprensa, como a entendemos hoje, foi o precursor originalíssimo, e teve todas características do jornal de informação”. Porém, o autor acrescenta que “do ponto de vista político, entretanto, em nada alterou o quadro”.

Também nessa época surge outro jornal que acrescentaria do lado político, ao contrário do periódico carioca. Esse jornal foi o *Diário Constitucional*, que de acordo com Sodré (1999, p.51) “foi o primeiro periódico que defendeu os interesses brasileiros, quebrando a monotonia da imprensa áulica”.

Em 1825 surgiu o jornal mais antigo da América Latina, o *Diário de Pernambuco*, outra publicação que tentava trazer mais notícias, sem dar tanta atenção para a política. Em algumas partes do Brasil os jornais começavam a aparecer, caso do Rio Grande do Sul, que em 1827 ganhou o *Diário de Porto Alegre*. No entanto, outros estados, como Alagoas, Santa Catarina e Rio Grande do Norte, contariam com periódicos apenas a partir do período regencial.

Morel (2008, p.40) demarca que “os jornais do período inicial se constituíram, em alguns casos, através de várias redes de sociabilidade, dentro das condições da época, formadas no Brasil recém-independente que buscava se constituir em nação”. Em meio a um país onde diversos grupos políticos queriam destaque é que acontece o grande aparecimento da imprensa.

Aínda em 1827, outro fato importante aconteceu. Foi o decreto de 28 de agosto. De acordo com Sodré (1999, p.84), a ordem interrompia a censura e dava espaço para a criação de jornais livres. É também durante esse período que Sodré (1999, p.84) indica o aparecimento da imprensa pasquim, caracterizada por ser feita na forma de panfleto, tentando atingir algo ou alguém de forma diferente, trazendo polêmicas e linguagem difamatória.

Como citado anteriormente, o ano de 1831 é importante para a história da atividade no país. Morel (2008, p.41) explica que a partir de grupos do cenário político, além de outros grupos que procuravam destaques em outras áreas, como cultural e científica, é que começam a surgir um grande número de periódicos. De acordo com o autor: “A imprensa constitui-se como formuladora de projetos de

nação distintos entre si (apesar das convergências) e de uma cena pública cada vez mais complexa, na qual emergiam atores políticos diferenciados” (MOREL, 2008, p.41).

Já Martins (2008, p.44) explica que após os anos iniciais da atividade, a imprensa continuava a dar grande atenção para política, “mas ampliavam-se suas funções como prestadora de serviços, num quadro econômico e social mais complexo, que permitiram a alguns de seus órgãos transformarem-se em empresas”. No período de Regência do Brasil, as mudanças da imprensa podem ser vistas mais na questão do conteúdo do que em outras características, como explica Sodré (1999, p.120) sobre o período:

Uma luta dessas proporções teria de refletir-se profundamente no desenvolvimento da imprensa, mas foi um desenvolvimento político, não um desenvolvimento técnico. Sob os aspectos formais – impressão, distribuição, circulação – os jornais não apresentam mudanças sensíveis. Nos aspectos essenciais, porém, as mudanças foram muito grandes. A fase da Regência foi, realmente, um dos grandes momentos da história da imprensa brasileira, quando desempenhou papel de extraordinário relevo e influiu profundamente nos acontecimentos. (SODRÉ, 1999, p.120).

Werneck (1999, p.128) ainda diz que a imprensa não se desenvolveu politicamente apenas no que cercava o governo regente da época, mas a evolução dos periódicos acontecia por toda extensão nacional. “Estendeu-se em todo o país, particularmente nas províncias em que as lutas políticas alcançaram nível mais alto”. Deve ser também destacado que na época existiam veículos contra e a favor o governo, mostrando os lados políticos de forma aberta, com novo destaque para os pasquins da época.

Porém, o autor (1999, p.130) conta que o mais rico da história da imprensa durante a Regência era os profissionais que apoiavam a rebelião na luta que existia entre conservadores e liberais. Werneck destaca principalmente a imprensa de Pernambuco, que para ele, foi quem melhor conseguiu recontar a Revolução Praieira. No entanto, Werneck (1999, p.130) diz que: “Em todas encontrou-se, entretanto, o sulco profundo dos papéis impressos, o clarão das pregações, a nota das ideias que buscavam multiplicar as influências, abalar situações, mobilizar a opinião”.

Ou seja, o papel da imprensa em uma época conturbada no país foi o de luta política. Werneck (1999, p.132) destaca, por exemplo, o estado da Bahia, que entre 1831 a 1837 teve cerca de 60 jornais sendo editados, e isso se repetia em outros estados e regiões do país.

Fora os periódicos e jornais do tipo panfletários ligados à confusão política e social que existia no Brasil, começa a surgir uma outra imprensa. Werneck (1999, p.126) conta sobre *O Auxiliador da Indústria Nacional*, produto criado pela Sociedade Auxiliadora da Indústria Nacional. Era um jornal “em forma de revista”. Trazendo para os dias atuais, seria um impresso segmentado. Ainda de acordo com autor, esse jornal/revista tratava basicamente sobre a indústria de alimentos, tendo começado a circular em 1833.

Antes, em 1831, por exemplo, Werneck (1999, p.161) traz *O Semanário Político, Industrial e Comercial*, que circulava no Rio de Janeiro. Foi a primeira revista segmentada para o assunto economia no Brasil.

Esses fatores e outros destacam como foi importante o início da imprensa no país. Para autores como Werneck (1999, p.180), “o período de 1830 a 1850 foi o grande momento da imprensa brasileira”. O autor explica que apesar de ser praticamente uma atividade amadora, sem o seguimento de regras ou modos de fazer, a imprensa “encontrou, entretanto, na realidade, por sua vez, influência extraordinária, consideradas as condições da época”. O autor ainda comenta que “foi, praticamente, a infância da imprensa brasileira; talvez a sua turbulenta adolescência”.

Após o período da imprensa na Regência, a atividade passará para o Império, em que de acordo com Werneck (1999, p.180), “o jornal passará a ser empresa”. Morel (2008, p. 43) ainda diz que “nesse momento ainda há um certo quantitativo nos títulos de jornais, mas, ao mesmo tempo, uma estabilização da imprensa através de alguns órgãos que, paulatinamente, vão se consolidando como empresas”.

2.4 IMPRENSA IMPERIAL

Em um primeiro momento, a imprensa no início do Brasil Império, nos meados de 1840, sofre uma espécie de retrocesso em relação a sua linha de

história. O Império queria ter a imprensa do seu lado para apoiar e para mostrar que o cenário da época seria bom. De acordo com Sodré (1999, p.182):

Para esses tempos, para essa gente, para a estrutura nova que pouco a pouco se consolida, a imprensa deve estar em suas mãos, deve servi-la, deve contribuir para a consolidação da estrutura escravista e feudal que repousa no latifúndio e que não admite resistência. (SODRÉ, 1999, p.182).

Para isso acontecer, o governo da época contrata o jornalista Justiano José da Rocha, que conforme Sodré (1999, p.183) realizaria outra ligação dentro da imprensa que existe até os dias atuais. Justiano José da Rocha passou então a dirigir *O Brasil*, que durou de 1840 até 1852. Segundo Sodré (1999, p.183), “Justiano José da Rocha não tipifica apenas o jornalismo áulico, em que tanto se destaca; tipifica também a conjugação entre jornalismo e literatura, que se firma então e vai dominar até quase nosso tempo”.

Martins (2008, p.46) coloca também que no início do Império, a imprensa estava sendo mais controlada pelo governo da época. De acordo com a autora:

A palavra e a imagem impressas conheceram outro lugar, ganharam força e expressão, com escritos de toda ordem que se propagaram por múltiplas experiências periódicas, produzidas por agentes sociais diversos, que atuaram em favor do cenário civilizatório do Império. (MARTINS, 2008, p.46).

A escritora ainda conta que para esse objetivo do Império, a rotina do jovem imperador Pedro de Alcântara, ou Dom Pedro II, era acompanhada e publicada. A autora comenta também que o Império queria que o Brasil fosse inserido dentro da cultura ocidental.

No início do Brasil Império, ou do Segundo Reinado, como ficou conhecido o período, Martins (2008, p.48) destaca: “Política e imprensa se conjugam, a serviço dos partidos – Conservador ou Liberal – atrelados a grupos familiares, condicionados a seus interesses econômicos e afinidades intelectuais”.

Além da ligação com o império que os jornais tinham na época, ou por quem eram controlados, vale citar um dos fatos mais importantes desse período para a história da imprensa: surgem os primeiros profissionais que viviam exclusivamente da redação. De acordo com Martins (2008, p.51), “em todo país, nomeadamente no

Maranhão, Pernambuco, Bahia, São Paulo e Minas, a obra jornalística se propaga, produzindo os primeiros jornalistas que viveram dos escritos da imprensa”.

Deve ser observado que grande parte dos primeiros jornalistas, se não em sua totalidade, eram também ligados aos trabalhos literários. Conforme conta Martins (2008, p.52), se destacaram na imprensa da época nomes como José de Alencar, Francisco Octaviano de Almeida Rosa, conhecido como Pena de Ouro, Saldanha Marinho, Quintino Bocaiúva, entre outros.

Na segunda metade do século XIX, algumas mudanças mais profundas podem ser notadas na imprensa brasileira. A primeira, de acordo com Sodré (1999, p.185) é de que “o jornalismo político declinava também nas províncias. Na fase posterior à Maioridade, poucos foram os jornais que sustentaram a luta, nesse terreno; os últimos apareceriam em Pernambuco, com a *Praieira*”.

Outra mudança de conteúdo, ou de divisão deles, é analisada por Martins (2008, p.52): “A imprensa guardou desses anos uma divisão precisa: aos jornais, o debate político; às revistas, a reflexão cultural”. Ainda de acordo com a autora, os jornais menores, de quatro folhas, eram cada vez menos encontrados, dando lugar aos jornais maiores, como o *Diário do Rio de Janeiro*, *O Constitucional* e o *Jornal do Commercio*.

Ainda entre as mudanças e aparecimentos do início do Segundo Reinado estão a já citada profissão de jornalista e também a de tipógrafo. De acordo com Martins (2008, p.52), “em 1858, os tipógrafos até fizeram uma greve e criaram o seu próprio jornal, o *Jornal dos Tipógrafos*”.

O período do Segundo Reinado, que se estende até 1889, também guarda avanços de logística e de tecnologia, quanto à venda e produção material de jornais. Um exemplo é o *Correio Paulistano*, que em 1863 foi o primeiro jornal paulista a ser impresso por uma máquina de aço, que em 1869, passou a ser movida a vapor. Também na década de 60, o jornal *A Atualidade* passou a ser o primeiro periódico a ser vendido de forma avulsa nas ruas. Junto com essa inovação, começam também a surgir os primeiros jornaleiros.

Já no final da década de 1870, o *Jornal do Commercio* trouxe a inovação dos telegramas. De acordo com Martins (2008, p. 54), “inovador em aparato técnico, em edição de agosto de 1877, publicou os primeiros telegramas, distribuído pela

agência telegráfica Reuter-Havas”. Dessas distribuições surgiram as seções internacionais nos jornais brasileiros.

Fora os avanços dessa época sobre a produção e venda de jornais, vale voltar a retratar o cenário do período em que jornalismo e literatura praticamente andavam juntos. Dessa colaboração surge em 1855 um dos maiores escritores brasileiros, Machado de Assis, que aos 16 anos começou a escrever no jornal *Marmota*. Esse jornal mostrava ainda outro conteúdo que era levado ao público na época. De acordo com Sodré (1999, p.193), “o jornal de Paula Brito anunciava romances e novelas anônimas, fabricadas aos montes para distrair o espírito das sinhazinhas e dos estudantes”.

A literatura dentro da imprensa cresceria mais durante a época do Segundo Reinado. Produtos literários começam a surgir em todo país, como no Rio Grande do Sul, que no final da década de 1860, ganhou, por exemplo, a *Revista Mensal*. Sodré (1999, p. 196) comenta que esse movimento literário dentro da imprensa ganhava importância principalmente no mundo acadêmico.

Para Sodré (1999, p.197), os universitários da época adiantavam o que estaria por vir:

Eram sinais precursores, porém, e a mocidade acadêmica apenas antecipava, como sempre entre nós, o que estava por eclodir. Porque, na Corte e em sua imprensa, persistia o incontrastado domínio da vazia oratória parlamentar e dos insipientes movimentos literários nos jornais que mal faziam recordar a vibrante imprensa da Regência. (SODRÉ, 1999, p.197).

Junto com a tendência literária da época, a imprensa começa a acompanhar uma mudança que surge dentro do público: a mulher ganha destaque. De acordo com Sodré (1999, p. 198), “a mulher começava a libertar-se, pouco a pouco, da clausura colonial e subordinava-se aos padrões da moda europeia exibindo-se nos salões e um pouco nas ruas”. Martins (2008, p. 56) ainda destaca que essa mudança se dá logo na década de 1840, época em que “a mulher comparece como protagonista dessa imprensa – seja como consumidora e mesmo produtora de impressos”. Assim, surgem jornais dedicados às mulheres, como *O Espelho das Belas*, de 1841, o *A Violeta*, de 1848 e o *Jornal das Famílias*, em que Machado de Assis colaborava com contos.

Conforme os jornais iam mudando e adicionando conteúdos, além de se segmentarem em diferentes públicos, a imprensa começava surgir também em cidades do interior. Um exemplo é a *Aurora Campineira*, criado em 1858, na cidade de Campinas.

Mais importante que a logística ou as novidades da época era a atuação da imprensa, que na primeira metade do Segundo Reinado seguia conforme a política. De acordo com Sodré (1999, p. 200), “os anos cinquenta anunciam o auge do poder imperial, que removeu todos os obstáculos e não receia que reapareçam: a imprensa reflete a estagnação dominante”. Porém, com a Guerra do Paraguai (1864-1870), a situação viria novamente a mudar.

2.5 IMPRENSA VOLTA A SE ‘REBELAR’

A decisão do Brasil de participar da Guerra do Paraguai causou furor na política e principalmente na imprensa, que voltara a criticar ferozmente o império e suas ações. Um exemplo é citado por Martins (2008, p.62), “o jornalista autodidata, mulato, Apulco de Castro, em seu temido pasquim *O Corsário*, chegou às últimas consequências, atacando o imperador”. O ataque em questão tratava da vida pessoal e amorosa do governante, que possuía amantes.

Por outro lado, a maneira de lidar com a imprensa ainda era antiga e exagerada. De acordo com Martins (2008, p.63), “com tantas críticas violentas e atirando para todos os lados, foi vítima (Apulco de Castro) de pouco escrúpulo, assassinado por militares ofendidos com suas maledicências”.

Já no final da Guerra do Paraguai, por volta de 1869, começam a surgir jornais pedindo mudanças, como *A Reforma*. Segundo Sodré (1999, p. 202), “defendia o programa liberal: reforma eleitoral, reforma judiciária, abolição do recrutamento militar e da Guarda Nacional, abolição da escravatura”.

Da crítica feita pela imprensa surgem novos formatos nos impressos brasileiros. Sodré (1999, p.202) explica que “as inovações técnicas que permitiram o advento da gravura, e conseqüentemente, da caricatura, na imprensa brasileira, deram-lhe considerável impulso, asseguraram novas condições à crítica e ampliaram a sua influência”.

A caricatura na imprensa brasileira teria vindo de trabalhos do humorismo, tendo sido utilizado pela primeira vez em 1837. A primeira revista trazendo o gênero

foi a *Brasil Ilustrado*, publicada a partir de 1855. Quando se trata da primeira revista ilustrada, Sodré (1999, p.205) conta que o primeiro impresso a carregar o formato foi a *Semana Ilustrada*, de 1860, que de oito páginas, trazia quatro com ilustrações. De acordo com Martins (2008, p.64), “a válvula de escape do humor funcionou como antídoto contra a censura vigente, bem como o desenho, como expressão de plausível, de fácil e imediata comunicação”.

Fora mais essa inovação da época, a imprensa, principalmente do lado liberal, passava cada vez mais a cobrar mudanças. Em 1870 surge *A República*, que de acordo com Sodré (1999, p.212), “defendeu a ideia do monumento a Tiradentes, figura histórica que o império fizera esquecer; pregou a separação entre a Igreja e o Estado; combateu o castigo corporal das forças armadas; defendeu a federação”.

Conforme o tempo ia passando na década de 70, os jornais com os mesmos ideais que os citados acima iam surgindo em todo país. Parte dos impressos vinham também das universidades brasileiras, onde acadêmicos compactuavam com as mesmas opiniões.

A luta pela imprensa naquele momento se dava principalmente por três razões. De acordo com Martins (2008, p.73), “as crises entre a Igreja e o Estado (a chamada Questão Religiosa), a insatisfação dos militares para com o Império (a chamada Questão Militar), e a campanha da Abolição”. Já Sodré (1999, p.223), destaca que a atuação dos jornais nessa fase de reformas “é a abertura, realmente, da segunda fase destacada e fecunda da história da imprensa brasileira”.

Nessa fase, acontece outra mudança importante, chamada por Sodré (1999, p. 227) de “mercantilização da imprensa”. De acordo com o autor, “surgiram os jornaleiros, depois as bancas e os pontos, e a disputa dos pontos.” Começavam a surgir também os jornais financiados por sociedade em comandita e ainda levantamento de capital. Vale assinalar que essas mudanças merecem ser citadas pois são diretamente relacionadas ao público e a propagação da imprensa na época.

No entanto, era a imprensa que ajudaria a causar as principais transformações na sociedade brasileira. Sodré (1999, p.228) destaca que “as ideias republicanas conquistavam a imprensa”. Dessa “conquista” passaram a surgir jornais defendendo a causa em todo país, incluindo o Rio Grande do Sul, que teve grande variedade de impressos na década de 1880. No total, surgiram sete jornais em 1881 e oito em 1883.

Das bandeiras levantadas pela imprensa, Martins (2008, p.74) conta que a campanha abolicionista é “reconhecida como a mais popular das campanhas até então desfraldadas no país”. Ainda segundo a autora (2008, p.75):

Intensa e arrebatadora, posto que sob a pena de talentosos literatos e de inspirados ilustradores, envolveu representantes da elite, das camadas médias urbanas, do funcionalismo público, do segmento estudantil, parte da Igreja e agentes emblemáticos da população negra. (MARTINS, 2008, p.74).

A importância da imprensa para a época também é destacada por Sodré (1999, p.233). De acordo com o autor:

Ora, o que mais se fazia, naquela fase, era precisamente discutir, pôr em dúvida, analisar, combater. Combater a pretensa sacralidade das instituições: da escravidão, da monarquia, do latifúndio. E a imprensa tinha, realmente, em suas fileiras, grandes combatentes, figuras exemplares, como homens de jornal e como homens de inteligência ou de cultura. (SODRÉ, 1999, p.233).

Dentre esses homens que foram importantes nas campanhas da imprensa, principalmente na abolicionista, estão Joaquim Nabuco e Joaquim Serra, esse último criou em 1880 o jornal *O Abolicionista*.

No final do Segundo Reinado, como a história manda, a Abolição da Escravatura foi assinada em 1888, enquanto a República foi proclamada em 1889. Segundo Martins (2008, p.78), “a maior parte daquela história era tributária da imprensa, mobilizada e escrita nas páginas do jornalismo imperial, pontuando uma etapa marcante da história da imprensa no Brasil”.

Por fim, vale destacar que nessa fase a imprensa viveu a confusão entre imprensa e literatura, em que os escritores estavam nos livros e estavam nos jornais. Em sua maioria, os profissionais trabalhavam nos almanaques (o primeiro criado em 1840, sendo a *Folhinha do Ano Bissexto*) e nos folhetins, produto contido no jornal, que havia sido imitado da Europa. Um exemplo dessa fase é a *Revista Brasileira* publicar as *Memórias Póstumas de Brás Cuba*, de Machado de Assis, em 1880.

Conforme Sodré (1999, p.246), “os homens de letras viviam praticamente da imprensa: ela é que lhes permitia a divulgação de seus trabalhos e contato com o

público”, assim evidenciando essa mistura entre os dois gêneros, o que pode ter gerado outras consequências. Como explica Sodré (1999, p.248):

Algumas figuras de uma fase em que imprensa e literatura se confundiam tanto – e isso, por si só, mostra como a imprensa engatinhava, não tendo criado aqui, ainda, a sua própria linguagem e definido o seu papel específico – algumas das figuras destacadas daquele tempo desapareceram, apagaram-se, ficaram esquecidas. (SODRÉ, 1999, p.248).

2.6 A PRIMEIRA REPÚBLICA E O DESENVOLVIMENTO DA IMPRENSA

Se durante o Segundo Reinado a atividade do jornalismo começava a dar seus primeiros passos quanto profissão e empresa, na época da Primeira República, datada de 1889 a 1930, o desenvolvimento se solidificava e os jornais passavam também a explorar outras áreas, e não atuar firmemente apenas na política, como foi visto até aqui. De acordo com Eulério (2008, p.83), “a política mantinha o seu espaço, mas o crescimento urbano propiciava o ímpeto de se reportar novos focos da notícia, fosse aquele do bordão republicano 'O Brasil Civiliza-se' ou as diferentes práticas de uma sociedade em busca do progresso”.

Além da exploração, ou ainda diversificação, é nessa época que a imprensa ganha tecnologia para aumentar o número de impressão, a qualidade e ainda o preço do jornal. A autora (2008, p.83) explica que isso estava “propiciando o ensaio de comunicação de massa”. Por todas invenções e inovações que surgiam e surgiriam, essa parte se torna fundamental para a história da imprensa.

Parte importante da mudança é contada por Sodré (1999, p.266), que diz: “As inovações técnicas na imprensa prosseguirão em 1895, já os jornais definindo-se com estrutura empresarial: aquelas inovações e esta estrutura estão intimamente ligados”. Um exemplo dessas inovações pode ser a máquina italiana *Derriey*, que chegara ao Brasil e imprimia cinco mil exemplares por hora.

Além da tecnologia de impressão, Eulério (2008, p.84) cita outros pontos que faziam parte desse avanço, “o tripé indispensável à sustentação da grande empresa editorial se erguia. Configurava-o, basicamente, a evolução técnica do impresso, o investimento na alfabetização, os incentivos à aquisição e/ou fabricação do papel”.

Também começa a surgir nessa época suportes para a transmissão mais rápida de informações e fatos. Conforme conta Eulério (2008, p.84), apareciam o

telefone e o telégrafo, além do aumento da prática de contar com os serviços de agências de notícias, no caso, para informações internacionais. Nos jornais, fotogravuras começavam a ganhar espaço, assim como as caricaturas, que já eram bastante utilizadas.

No entanto, nem tudo era inovações e transformações. Junto com a constituição da República de 1889 foi permitida, de certa forma, a prática de censura. O artigo primeiro trazia que quem fosse contra o governo em publicações escritas poderia ser julgado e punido. O mais curioso, como conta Eulério (2008, p.85), é que o documento era assinado por dois jornalistas: Quintino Bocaiúva e Aristides Lobo, que se tornaram ministros republicanos.

A autora (2008, p.85) ainda comenta que:

O controle da palavra impressa, contudo, não se limitou ao texto da lei. A repressão das primeiras horas investiu contra formadores de opinião e órgãos de imprensa, com rebatimento na prisão de jornalistas, supressão de jornais e destruição de tipografias. (EULÉRIO, 2008, p.85).

Além da censura que persistia na época, os governadores também manipulavam os impressos, algo que mexe diretamente com o papel do profissional. Eulério (2008, p.86) dá o exemplo do ex-presidente Campos Salles, que governou entre 1898 e 1902, “seria lembrado, entre outros aspectos de seu governo, por dispor de verba governamental secreta, destinada a comprar a opinião de jornais e jornalistas”.

Apesar das dificuldades enfrentadas pela imprensa, a virada do século deixaria em evidência mudança profunda no “negócio” de fazer jornal. Um exemplo é que logo em 1900, o *Jornal do Brasil* seria o primeiro a ter duas edições diárias, lançando um jornal também no vespertino. Sodré (1999, p.275) destaca que a partir desse momento, do novo século, “o jornal será, daí por diante, empresa capitalista, de maior ou menor porte”. Mostrando que a segunda edição diária seria uma medida desse novo formato.

Muito dessas mudanças se dão pela ascensão da burguesia brasileira. Isso traria alguns efeitos. De acordo com Sodré (1999, p.275), “o jornal, como empreendimento individual, como aventura isolada, desaparece, nas grandes cidades”. O autor ainda destaca que o número de impressos diminui, mas que os

jornais sobreviventes se firmam. Também é destacado que a partir dessa época, se torna mais fácil comprar um periódico do que fundar um, algo que antes era natural.

Por terem se tornado empresas, Sodré (1999, p.278) argumenta que “assim, as forças que dominavam a imprensa no tempo eram o Estado e o capital comercial”, que se intrometeriam na produção jornalística, como já visto acima. Por outro lado, o impresso em si, o produto das empresas, continuava a se modificar, mesmo que pouco. De acordo com Sodré (1999, p.281), os anúncios, por exemplo, passaram a ser escritos por nomes da literatura, tornando-se mais elaborados.

Porém, o principal do jornal, os textos, pouco se modificaram. Não contavam com praticamente nenhuma regra ou técnica, como existe nos dias atuais. Sodré (1999, p.283) conta: “O noticiário era redigido de forma difícil, empolada. O jornalismo feito ainda por literatos é confundindo com literatura, e no pior sentido”.

Junto com as mudanças também surgiria a Associação de Imprensa, em 1908, que hoje é a Associação Brasileira da Imprensa (ABI). A instituição para defesa dos profissionais da comunicação foi fundada por Gustavo Lacerda, do jornal *O País*. Como conta Eulério (2008, p.87), “ao lado de mais oito colegas, que trabalhavam no mesmo matutino, organizou a entidade com o intuito de garantir assistência à classe e a defesa dos seus direitos”. É importante citar a criação dessa associação pela defesa do papel do jornalista, mesmo que esta tenha passado por dificuldades. De acordo com Eulério (2008, p.87), “entretanto, no decorrer do tempo, a entidade acabou por se firmar e encontrar a sua vocação como defensora da liberdade de imprensa e da democracia”.

Antes, em 1906, o *Jornal do Brasil*, que já tinha duas versões diárias, continuaria a movimentar as evoluções. O jornal teria na época as melhores condições gráficas, tendo, inclusive, impressão em cores. O veículo também daria aos seus profissionais máquinas de escrever. No seu formato, o impresso também foi o primeiro a contar com histórias em quadrinho e com páginas dedicadas apenas ao esporte. Depois, com o surgimento do rádio e do cinema falado, novamente o periódico se destacaria trazendo espaço para esses assuntos. Quem também inovou na época foi a revista *Careta*, que a partir de 1908 enviaria para os seus leitores o produto pelos correios.

Eulério (2008, p.89) também destaca a figura do repórter, que começa a ganhar importância durante esse período, “o repórter figurou como profissional

destacado na cobertura de novas pautas, com reportagens que demandavam agilidade para apreensão e transmissão da notícia, bem como faro apurado para matérias instigantes e sensacionais”.

Já Luca (2008, p.152) conta que os jornais passaram a contar com diversas funções, muito devido à “especialização”. Para ele, o modelo empresa “passou a contar com redatores, articulistas, críticos, repórteres, revisores, desenhistas, fotógrafos, além de empregados administrativos e de operários encarregados de dar materialidade ao texto”.

O início da República mostrava o terreno fértil em que os jornais estavam entrando, principalmente pelos avanços tecnológicos. Outros pontos, que sempre estiveram ali, como o repórter, começam a também ganhar destaque, mostrando o reconhecimento que os periódicos tinham e que iriam ainda ter. Mas, nessa cronologia da imprensa brasileira surgem outras manifestações, que além de não poderem ser esquecidas, tem papel fundamental em polêmicas que permeiam o jornalismo brasileiro.

2.7 LITERATOS E AS REVISTAS DE ÉPOCA

A junção entre jornalismo e literatura era evidente desde o início da imprensa no país. Como já citado nesse trabalho, era comum os literatos participarem e trabalharem em jornais. Mas, aos poucos um começa a se afastar do outro. O culpado por esse início de segregação seria o novo formato capitalista. Para Sodré (1999, p.288), “trouxe uma fase de repouso, de empobrecimento, de esterilidade em nossas letras”.

O escritor (1999, p. 292) ainda dá os motivos pelos quais os profissionais ligados à literatura procuravam os jornais: “Os homens de letras buscavam encontrar no jornal o que não encontravam no livro: notoriedade, em primeiro lugar; um pouco de dinheiro, se possível”. Deve ser lembrado que nomes importantes da literatura brasileira iniciam a sua carreira em jornais.

Os jornais que se tornavam empresas começariam a partir da literatura, ou da retirada dela, as profundas mudanças na imprensa brasileira. Para Sodré (1999, p.296), “é essa mesma causa que começa a exigir alterações na imprensa”. O autor

(1999, p.296) ainda destaca quais seriam as mudanças que começariam a ser impostas:

Tais alterações serão introduzidas lentamente, mas acentuam-se sempre: a tendência do declínio do folhetim, substituído pelo columnismo, e pouco a pouco, pela reportagem; a tendência para a entrevista, substituindo o simples artigo político; a tendência para o aparecimento da informação sobre a doutrinação; o aparecimento de temas antes tratados como secundários, avultando agora, e ocupando espaço cada vez maior, os policiais com destaque, mas também os esportivos e até os mundanos. (SODRÉ, 1999, p.296).

Além das mudanças, que passam a se aproximar dos formatos atuais, a literatura vai sendo separada dentro do impresso, demarcando qual é o seu espaço. Segundo Sodré (1999, p.297), “as colaborações literárias, aliás, começam a ser separadas, na paginação dos jornais: constituem a matéria à parte, pois o jornal não pretende mais ser, todo ele, literário”.

Se os jornais estavam se afastando, ou separando o que era literatura e jornalismo, as revistas começam a incorporar o espírito das letras. De acordo com Sodré (1999, p.297):

Nelas é que se irão refugiar os homens de letras, acentuando a tendência do jornal para caracterizar-se definitivamente como imprensa; as revistas passarão, pelo menos nessa fase, por um período em que são principalmente literárias, embora também um pouco mundanas, e algumas, críticas. (SODRÉ, 1999, p.297).

Dessas revistas, a que mais se destacou foi a *Kosmos*, surgida em 1904. Para Eulério (2008, p.90), “é tida como paradigma do mais bem acabado empreendimento entre as revistas consideradas modernas”. A autora (2008, p.90) ainda assinala que a publicação representava parte do que acontecia na época: “Em *Kosmos* encontra-se a visão de progresso material e civilizatório que permeou aqueles 'tempos eufóricos', metaforizados em nossa *Belle Époque*”.

Das revistas dessa época se destacavam principalmente os materiais gráficos utilizados. De acordo com Sodré (1999, p.300), “do ponto de vista da técnica, as revistas ilustradas assinalam o início da fase da fotografia, libertada a ilustração das limitações da litografia e da xilogravura”. Da mesma fonte da *Kosmos* surgiram outras publicações. Destaque para a *Tico-Tico*, de 1905, primeira revista infantil do país, mostrando que a segmentação continuava a acontecer e evoluir.

2.8 NOVOS HORIZONTES

A partir da primeira década do século XX a imprensa brasileira começa a se diversificar. A segmentação deixa de ser apenas rastro ou uma pequena parcela do que era produzido. O fenômeno de agradar diferentes grupos pode ser explicado pelo aumento do número de leitores e consumidores em um Brasil que começava a se urbanizar. Eram épocas de reforma no país.

Dentro da segmentação pode-se colocar como ponto de partida a própria separação política ou a forma como essa era abordada. Com o novo formato empresa, o número de trabalhadores começa a crescer, e grupos para representar esse proletariado começam a surgir. Não apenas instituições, mas também veículos.

Sodré (1999, p.310) explica que o proletariado criaria no país uma veia anarquista ou ainda, como o próprio autor chama, a “imprensa proletária”. Desse segmento se destaca o *Avanti*, criado ainda em 1902. Os veículos que faziam parte desse movimento ficariam ainda conhecidos como a “pequena imprensa”, muito pelo fato de não terem adotado as medidas capitalistas. Na pequena imprensa, a política era tratada de forma direta, com o governo quase sempre sendo contrariado, como na participação do Brasil na 1ª Guerra Mundial (1914-1918), em que os veículos anarquistas eram abertamente contra. Além disso, vale destacar que os impressos surgidos desse movimento eram socialistas e comunistas.

Mesmo com a aparente atuação política da pequena imprensa, Sodré (1999, p.323) explica:

Antes, em período histórico de condições diversas, houvera pequena imprensa; desde o século XX, porém, há grande e pequena imprensa, e esta se agrupa em dois planos: a que é pequena tão somente por condições materiais, relegada ao interior do país, e que em nada perturba a ordem social, econômica e política dominante, e nem mesmo a consequente estrutura da grande imprensa, e a que agrupa as publicações de circulação reduzida e de pequenos recursos materiais, mas que mantém uma posição de combate à ordem vigente e cuja condição deriva dessa posição. (SODRÉ, 1999, p.323).

Na grande imprensa, o tema principal não era diferente: a política. Segundo Sodré (1999, p.323), “a grande imprensa fez do tema política a tônica de sua matéria – tal como a política era entendida e praticada na velha República oligárquica”. O

autor (1999, p.324) ainda destaca que nos outros estados, os jornais ainda estavam em transição para o “modo empresa” no início do século XX, mas que o assunto principal deles continuava a ser política. O fato mostra que, de alguma maneira, jornalistas continuavam atuantes e se intrometendo nos assuntos nacionais.

Assim como no passado, existiam jornais e jornalistas de todos os lados políticos. Um exemplo é citado por Sodré (1999, p.332): “Dois jornais polarizavam, no Rio, as correntes de opinião: *O País*, que defendia o governo, e o *Correio da Manhã*, que capitaneava a oposição”.

O fato é que o monopólio da política na grande imprensa pode também ter aberto novos horizontes para outras publicações. Segundo Coben (2008, p. 103), o Departamento Nacional da Estatística calculava já em 1912, 23 categorias de impressos de qualquer natureza, sendo divididos pelo assunto. Ainda de acordo com Coben (2008, p.104), a diversificação dos periódicos pode também ter acontecido pelos avanços tecnológicos. Antes do século XX, a maioria dos impressos possuíam quatro folhas e apenas duas colunas, o que obviamente mudou após o novo século.

A diferenciação de conteúdo se dava de maneira mais simples. Para Coben (2008, p.105):

O desdobramento do setor traduziu-se também na diferenciação entre jornais e revistas: ao primeiro, normalmente diário e vespertino, caberia a divulgação da notícia, o retrato instantâneo do momento, abrangendo desde as disputas políticas até o descarrilamento do trem no subúrbio. À revista reservava-se a especificidade de temas, a intenção de aprofundamento e a oferta de lazer tendo em vista os diferentes segmentos sociais: religiosas, esportivas, agrícolas, femininas, infantis, literárias ou acadêmicas, essas publicações atendiam a interesses diversos, não apenas como mercadorias, mas ainda como veículos de divulgação de valores, ideias e interesses. (COBEN, 2008, p.105).

A divulgação das ideias pelos veículos, porém, não garantia sucesso dentro do mercado. Sobrevivia por longo período quem inovava e entrava no jogo imposto pelo novo formato, como o jornalista e empresário Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados. Em 1928, no lançamento da revista *O Cruzeiro*, foram jogados quatro milhões de panfletos de cima de um prédio no centro do Rio de Janeiro, anunciando a novidade. Além disso, esse produto seria o primeiro com circulação inteiramente nacional.

Outro impresso dos Diários Associados também faria uma estreia diferente. Para o lançamento do *Diário de São Paulo*, o grupo enviou exemplares gratuitos por um mês para leitores de todo estado paulista, sempre carregando um cupom para assinatura anual. Porém, Coben (2008, p.106) assinala:

O padrão, contudo, não era esse, menos ainda no início do Século XX. Iniciativas de escopo mais modesto dependiam de boa vontade dos amigos e da obtenção de publicidade de longo prazo, o que exigia certa estrutura comercial que poucas publicações conseguiram alcançar. (COBEN, 2008, p.106).

Ao final da década de 1910, a política que era assunto recorrente nos jornais da grande imprensa começa a aparecer com mais força também nas revistas literárias. Coben (2008, p.108) explica a situação vivida no país após os efeitos da primeira grande guerra: “A situação econômica delicada, a cristalização da 'questão social' e a ampliação do debate sobre a nacionalidade, em parte sugerida pelos preparativos da celebração do primeiro século de independência, apontavam para novas questões”.

Assim como na década passada, os jornais continuariam a se envolver com a política. Nessa época, como já citada aqui como parte da grande imprensa, a imprensa política se tornaria mais uma segmentação. Em comparação com os outros gêneros, essa imprensa se mostrava mais influente. Como define Sodré (1999, p.340), “as paixões políticas da época geraram acontecimentos graves na vida do país, sempre com a imprensa refletindo e estimulando aquelas paixões”.

Já na década seguinte, passaram a surgir revistas de outro segmento, identificados também com um tema. Eram os adeptos a Semana de Arte Moderna de 1922. Entre as revistas estavam a *Novíssima* (1925) e a *Nossa Revista* (1935).

O surgimento de impressos para determinados assuntos, como para o movimento criado pela Semana de Arte Moderna, mostra que a imprensa da época não acompanha apenas as evoluções políticas, mas também os avanços das cidades que se urbanizavam cada vez mais. Essas reformas poderiam ser vistas de forma clara nas revistas de variedades, que abordavam diferentes temas, sendo em sua maioria feitas para divertir o leitor. Essas revistas utilizavam muitas fotografias das novidades que apareciam nas cidades, principalmente em São Paulo. Desse grupo podem ser destacadas *A Cigarra*, *A Vida Moderna* e *O Pirralbo* (COBEN, 2008, p.112).

Outro segmento que também merece destaque é o dos impressos que surgiram para atender os imigrantes que viviam no Brasil. De acordo com Coben (2008, p.118), “em 1930 contavam-se no Estado de São Paulo mais de 30 títulos de revistas e jornais em língua estrangeira, dos quais 13 em italiano, 5 em inglês, 4 em alemão, 1 em polonês, 5 em árabe, 4 em japonês e 1 em húngaro”.

Também na época surgiam impressos da comunidade negra. Como explica Coben (2008, p.119), “assim, seus jornais davam grande destaque ao aspecto social, informando sobre eventos como festas, casamentos e competições esportivos. Procurava-se reforçar os laços de solidariedade racial, valorizar sua condição e lutar contra o preconceito”.

Por último, na onda da segmentação, estão as revistas que se intitularam apenas como de informação. Ou seja, eram veículos que não queriam se identificar com um grupo ou com um lado político. Para a época, era uma novidade. De acordo com Coben (2008, p. 125), “informar e formar a opinião pública, oferecendo uma variedade de abordagens e temas foi a pretensão dessas revistas, o que implicava assumir posições diante dos problemas da época, ainda que se pretendesse isenção e neutralidade”.

Dentre as revistas de informação, a que se destacou foi a *Revista Brasileira* (1934), que tentava trazer para o público o momento político vivido no Brasil e no mundo. Naquela época vale destacar que a situação no país estava instável, assim como o planeta passava a temer o fascismo e o nazismo.

2.9 NOVAMENTE ENVOLVIDA

Como mostrado anteriormente, a imprensa evoluiu em grandes proporções nos primeiros 30 anos do século XX. Foram avanços técnicos e diversificação no conteúdo, além do ganho de mais profissionalismo. Nessa época, surge também outra importante inovação, que ainda não foi citada. Essa invenção era usada como divertimento na década de 20, com transmissões em agremiações de sócios ou de bairro. Se trata do rádio, que dada a polêmica² da primeira transmissão, que foi em

²A polêmica da primeira transmissão do rádio no Brasil passa por um desentendimento. Alguns consideram a primeira transmissão oficial, realizada em 7 de setembro de 1922. A apresentação teve discurso do presidente Epitácio Pessoa, na Exposição do Centenário da Independência. No entanto, em 1919, a Rádio Clube de Pernambuco já havia realizado a primeira transmissão ao vivo em um estúdio improvisado.

Pernambuco em 1919 e não no Rio de Janeiro, em 1922, ganharia mais destaque nos anos 30.

Enquanto a nova plataforma ainda não atingia a imprensa, o mais tradicional meio se concretizava em seu novo formato. De acordo com Sodré (1999, p.371), “o terceiro decênio do século foi de grande desenvolvimento da imprensa, particularmente no sentido de consolidar sempre a estrutura empresarial”. Dificilmente surgiriam no país novamente aqueles veículos com curto tempo de publicação.

Pela última vez, de acordo com Sodré (1999, p.372), a imprensa participaria de movimentos políticos como nos tempos antigos, “a campanha pela sucessão de Washington Luís seria a última nos moldes da velha República”. Como ainda explica o autor (1999, p.372), “a luta era travada à base da imprensa – o rádio estava na infância – e com o emprego costumeiro da linguagem mais descomedida”.

Em 1930, parte dos jornais brasileiros, principalmente os Diários Associados, apoiavam Getúlio Vargas, que depôs Washington Luiz. A chegada do novo presidente fez com que jornais de outra posição política sumissem, como *O País*. Esse efeito se deu muito também pelo trabalho ofensivo de outros impressos.

Porém, logo depois do governo provisório ser implantado, os jornais já começaram a criticar novamente as ordens do presidente, muito pelo envolvimento militar que acontecia. O fato trouxe novamente uma triste realidade vivida no Brasil: a censura. Nessa época, continuava a ser agressiva. Em 1932, o *Diário Carioca* teve a sua redação destruída, justamente, por militares. No mesmo ano, o empresário Chateaubriand foi preso e quase foi a falência, por causa de medidas do governo.

No início do governo ditatorial de Getúlio Vargas, em 1937, foi criado também uma repartição para o controle de informação. Além disso, censores frequentemente ficavam em redações. O Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) surgiria em 1939.

Por outro lado, a imprensa continuaria a lutar pelo que achava correto e começava a utilizar novas armas. Em 1932, jornalistas passaram a utilizar o rádio para compartilhar opiniões políticas. O fato começou em São Paulo, com César Ladeira que lia crônicas do jornal *Correio de São Paulo*.

Apesar de todo clima pesado que existia no país, por meio das publicações e de suas novas armas, os jornais conseguiram que a Constituinte elegeisse um

presidente, que seria Getúlio Vargas, em 1934. Ou seja, novamente a imprensa brasileira teve participação direta nos rumos políticos do país. Porém, a imprensa sofreria a partir de 1937, quando Getúlio Vargas armaria um golpe para tomar conta do país, imitando outras ditaduras que existiam pelo mundo.

2.10 IMPRENSA NO ESTADO NOVO

O governo queria dar a aparência que veículos e jornalistas não sofreram durante o período entre 1937 a 1945, na ditadura do presidente Getúlio Vargas, que ficou conhecida como o período do Estado Novo. Segundo Luca (2008, p.171), a constituição de 1937 possuía o artigo 122, que “considerava a imprensa um serviço de utilidade pública, o que alterava a sua natureza de relação com o Estado e impunha aos periódicos a obrigação de inserir comunicados do governo”.

Porém, como o próprio autor (2008, p.171) explica, “em nome de garantir a paz, a ordem e a segurança pública, justificava-se a censura prévia à imprensa, teatro, cinema e a radiodifusão”. As ações tomadas pelo governo para impedir opiniões contrárias e veículos de oposição trouxe mais uma época difícil para sustentar um jornal. Quem quisesse sobreviver, deveria obedecer ao governo.

Sodré (1999, p. 382) conta que “os jornais passaram assim, por gosto ou a contragosto, a servir à ditadura”. O autor ainda comenta que muitos jornais, principalmente os com modelos empresariais, se corromperam. Veículos acabaram ganhando dinheiro do governo para basicamente se manterem inertes.

No entanto, esse quadro sem ação da imprensa brasileira não duraria muito. Em 1942, o Brasil decidiu entrar na guerra, o que, de certa maneira, prejudicou o Estado Novo. Segundo Sodré (1999, p.383):

No decorrer dessa evolução, a imprensa teve condições para desafogar progressivamente as suas manifestações. A maioria dos jornais tomou partido dos países que combatiam o nazi-fascismo: a propósito do que ocorria no exterior, as críticas visavam o que acontecia no próprio Brasil. (SODRÉ, 1999, p.383)

A imprensa novamente se tornaria parte decisiva. Segundo Luca (2009, p.173):

A contradição entre a luta a favor da democracia nos campos de batalha e as restrições à liberdade no âmbito interno não poderia persistir indefinidamente. E a imprensa tomou parte ativa do desgaste que acabou levando à deposição de Getúlio Vargas em 1945. (LUCA, 2009, p.173).

Getúlio Vargas acabou deposto em 1945, e uma nova convocação da Assembleia Constituinte foi feita em 1946. Novamente o Brasil passaria por mais mudanças. Para a imprensa, o que fica dessa época, é o fechamento de muitos veículos e o destaque que começam a ganhar os chamados grupos de comunicação.

O conglomerado que tinha mais destaque na época era os Diários Associados, que já tinha jornais, revistas e emissoras de rádio, sendo que ainda traria a televisão ao país. Sodré (1999, p. 388) explica:

A concentração tomaria aspectos ainda mais acentuados com o desenvolvimento do rádio e da televisão: a tendência às grandes corporações, de que os Diários dos Associados constituem o primeiro exemplo, agravar-se-ia com a constituição de corporações complexas, reunindo jornais e revistas, emissoras de rádio e televisão. (SODRÉ, 1999, p.388).

O fato de existirem esses grupos também altera a atividade do jornalista, mesmo que indiretamente na visão do público e diretamente para o profissional. De acordo com Sodré (1999, p.388), “a época é das grandes corporações que manipulam a opinião, conduzem as preferências, mobilizam os sentimentos. Campanhas gigantescas, preparadas meticulosamente, arrasam reputações, impõem notoriedades, derrubam governos”.

Como o próprio Sodré (1999, p.389) explica, os grupos de comunicação se tornam vulneráveis, pela mesma razão que grupos menores com o modelo de empresa também se tornam. Esses veículos dependem do dinheiro e de quem o possui, ou seja, dependem da publicidade. Outros efeitos são examinados pelo autor, que ainda diz que esses grandes grupos impossibilitam a criação de novos veículos.

Por último, o autor dá conta do fato que a imprensa brasileira é marcada atualmente. De acordo com Sodré (1999, p.389), “as empresas jornalísticas, na maioria esmagadora dos casos, são fechadas, pertencem a poucos, quando não a famílias ou a indivíduos”. Empresas que como o próprio autor diz, são depois

herdadas por pessoas que não teriam a chance de montar algo parecido pelo que o mercado impôs.

2.11 APARECEM OS EFEITOS NEGATIVOS DO MODELO EMPRESA

O século passava da metade e a imprensa brasileira, que já havia se adequado ao modelo empresarial, passaria novamente a se modificar. O rádio se consolidava cada vez mais, a TV surgiria como mais um meio para os brasileiros. Além disso, há a situação política brasileira, que sempre decisiva na história da imprensa, entraria em uma grave ditadura militar. Para Sodré (1999, p.391) viria da crise da imprensa brasileira os novos tempos, o autor diz: “As transformações, que se aceleram extraordinariamente na segunda metade do século XX, são de alcance e profundidade muito maiores do que aquelas iniciadas no fim do século XIX”.

O autor (1999, p.391) ainda complementa o seu pensamento: “Diz-se de qualquer fenômeno ou processo que atravessa uma crise quando as formas antigas já não satisfazem ou não correspondem ao novo conteúdo, e vão sendo quebradas, sem que se tenham definido ainda plenamente as novas formas”. Ainda segundo Sodré (1999, p.392), a crise se dá muito pela questão econômico. Como são empresas, é necessário grande investimento para sustentar o veículo, indo da compra de papel e máquinas, até o pagamento da equipe de profissionais.

Também deve ser destacado que já nesse período o impresso começava a competir com a televisão e com o rádio para tentar trazer a informação de forma rápida, o que também demandava investimento. O jornalismo também começara a olhar, mesmo que pouco, para o imediatismo já naquela época.

As primeiras mudanças que surgem na metade do século XX são as formas de produção do texto. Os jornais brasileiros passam a incorporar o *lead* norte-americano, em que toda produção deve conter as seis perguntas (onde, o que, quem, como, por que e quando). Os primeiros impressos a adotarem a forma foram o *Diário Carioca* e *Última Hora*, ambos em 1951.

O *Última Hora*, fundado por Samuel Wainer, deve ser destacado por ter sido inovador em sua época. Como conta Laurenza (2008, p.191), o veículo continha tendências de diagramação, como ser diagramado com antecedência, assim como apostava em inovações gráficas, principalmente as do argentino Andrés Guevara. O

autor (2008, p.191) ainda diz: “Guevara e Wainer valorizavam as fotos, as charges, o bom humor na edição”.

Pelo lado político, a atitude da imprensa continuava a mesma. De acordo com Sodré (1999, p.395), “havia, entretanto, enorme interesse em torno dos problemas nacionais e o clima das discussões políticas aquecia-se constantemente”. Prova disso é, por exemplo, o envolvimento dos Diários Associados em fazer indiretamente campanha para a volta de Getúlio Vargas, que se elegeu e foi novamente presidente do Brasil em 1951, ficando até 1954, quando se suicidou.

O grande fato que se culminou é que a imprensa esteve envolvida em todos momentos, mostrando a distorção que o jornalismo vivia. Jornais da oposição acusaram Getúlio Vargas de favorecer o *Última Hora* e os Diários Associados com créditos bancários, o que era verdade. Assim, grande campanha foi feita em cima do caso, até acontecer o fato de 54. Porém, o detalhe é que grande parte dos jornais estava endividada com o governo, também possuindo créditos bancários, até mesmo os veículos acusantes.

Disso, Sodré (1999, p.408) traz o efeito de jornais serem empresas: “A liberdade de imprensa, na sociedade capitalista, é condicionada pelo capital, depende do vulto dos recursos que a empresa dispõe, do grau de sua dependência em relação às agências de publicidade”. E esse não foi o único efeito que apareceu na segunda metade do século. De acordo com Sodré (1999, p. 417):

Nela, a divisão do trabalho ampliou-se consideravelmente, e a divisão em classes tornou-se clara. Numa empresa jornalística operam elementos de três camadas ou classes sociais: os proprietários, que pertencem à burguesia; os trabalhadores intelectuais, que pertencem à classe média ou pequena burguesia; e os operários, que pertencem à classe operária, ao proletariado. Esses elementos são, pois, diferentes, por origem de classe, e têm interesses contraditórios. (SODRÉ, 1999, p.417).

Esse fator citado por Sodré levaria a crises nos próprios veículos de comunicação. Funcionários realizariam greves e manifestações por melhores condições de trabalho. No entanto, esse fato é menor do que o grande problema enfrentado pela imprensa brasileira durante a segunda metade do Século XX.

A partir de março de 1964 a imprensa e o povo brasileiro começaram a lidar com a ditadura, que se deu por meio de golpe militar, durando até 1985. Para Sodré (1999, p.434), o terreno para o golpe começou a ser instalado no Brasil por meio da

imprensa, mas não da que já existia no país. O autor comenta que revistas estrangeiras, como *Seleções* e *Visão* começaram a ser trazidas para o Brasil e eram distribuídas de forma gratuita, competindo diretamente com a grande imprensa brasileira.

Ainda de acordo com Sodré (1999, p.435), “era afrontosa, ousada e inédita operação de controle de opinião”. A partir da ditadura, novamente jornais foram destruídos, sofreram censura ainda mais forte, que dessa vez se alastrou também para o rádio e para TV, que já tinham papel de destaque no jornalismo brasileiro. Além disso, jornalistas começaram a sofrer as piores ações do governo, como prisão, retirada dos direitos políticos, tortura e até a morte.

2.12 JORNALISMO NA DITADURA

Em tempos obscuros, em que a censura era ferramenta básica do governo, parte da imprensa passa por dificuldades, principalmente os jornais. Por outro lado, revistas ganham algum destaque, algumas até incorporando diferentes formatos de jornalismo. Na luta contra a própria ditadura, o jornalismo alternativo batalhará, mostrando que a raiz vista desde o início da história no Brasil ainda existe.

No âmbito das revistas, um pouco antes da ditadura, surgiria um modelo de jornalismo que sobreviverá ao longo do tempo: o de serviço. O formato surgiu no Brasil no início da década de 60, com publicações como a *Quatro Rodas*. De acordo com Corrêa (2008, p.211):

O jornalismo de serviço em revistas foi visto no início como um jornalismo de segunda categoria, esquecendo – quem era dessa opinião – que se tratava de uma maneira eficiente de servir e fidelizar o leitor, dando-lhe informações úteis para a sua vida pessoal. E hoje, com raras exceções, jornais e revistas de todos os tipos, inclusive as semanais de notícias, consideram 'servir o leitor' parte de sua missão editorial. (CORRÊA, 2008, p.211).

Depois, em 1968, o Grupo Abril lançaria outra revista com um novo formato no país. De acordo com Corrêa (2008, p.218), a *Veja* “era uma revista cheia de texto, que inaugurava no Brasil o gênero das *newsweeklies*, revistas semanais de informação, da escola *Time* e *Newsweek*”. Vale citar que fazer parte do mesmo grupo, não quer dizer que a qualidade seja a mesmo. Deve ser observado também

que como uma revista de informação semanal, a *Veja* é uma publicação que nos tempos atuais utiliza muita do seu lado político.

Após essa década, continuariam surgindo revistas das mais variadas temáticas, conforme o gosto dos leitores. Aliás, o leitor, para Corrêa (2008, p.226) é mais uma das diferenciações entre jornais e revistas, surgida também nessa época. De acordo com o autor (2008, p.226), “revistas trabalham para um leitor ou leitora definido. No início, tratava-se de uma definição intuitiva, porque as pesquisas engatinhavam como ferramentas editoriais”.

2.13 A IMPRENSA ALTERNATIVA DA DITADURA

Se as revistas conseguiam ter liberdade, mesmo em tempos de censura, por não tratarem de assuntos envolvidos com a política ou críticas ao governo, o panorama era diferente para quem trabalhava com esses fatos. De acordo com Moraes (2014, p.33), o golpe militar “inaugurou um período de sérias restrições à liberdade de imprensa e de expressão, afetando sobremaneira as atividades jornalísticas e, conseqüentemente, o direito de a sociedade informar e ser informada com independência”.

A parte mais difícil para a imprensa foi a partir de 1968, quando o governo decretou o Ato Institucional nº 5, que basicamente dava ao presidente o poder de decidir quem era possível inimigo, além da censura prévia para a imprensa. A medida trazia de volta a figura dos censores e as táticas dos jornalistas para escaparem da censura. De acordo com Moraes (2014, p.34):

Por um lado, nos jornais em que havia a presença física de um censor da Polícia Federal dentro redação, a elaboração de estratégias para fugir da censura se tornava uma tarefa mais difícil. Por outro, a convivência com os censores possibilitava, em alguns casos, uma margem de negociação, que não existia nos veículos em que a censura prévia era feita nas sedes de órgãos do governo. (MORAES, 2014, p.34).

Além desse lado, existia um outro. Alguns jornais e até jornalistas concordavam com ideais do regime militar. Porém, diversos profissionais tentaram barrar essa censura. Como relata Moraes (2014, p.35):

Jornalistas, em diversos casos, tentaram resistir à censura, seja pela exploração de brechas e contradições dentro dos próprios veículos em que trabalhavam, seja se reunindo em projetos alternativos que visavam divulgar, dentro do possível, as informações que as empresas jornalísticas omitiam (ou por autocensura ou por adesão à ditadura). (MORAES, 2014, p.35).

Conforme comenta Moraes (2014, p.36), artifícios dentro das publicações eram utilizados. O jornal naquela época poderia ser meio de análise semiótica. Com notícias desconexas, que pareciam fora de contexto, ou mensagens em seções, a publicação tentava mostrar ao leitor o que estava sendo censurado. Conforme conta a autora (2014, p.36) comentando sobre o *Jornal do Brasil*, “na previsão do tempo, os jornalistas escreveram, metaforicamente, que nuvens negras ameaçavam o país. O dia seguinte, no entanto, foi um dia de sol”.

Como foi citado, jornalistas se reuniam para escrever em jornais alternativos. Esses que combatiam mais ferozmente a ditadura. Sobre os veículos em questão, Aguiar (2008, p.235) diz, “os alternativos são exemplo de uma característica da vida cultural brasileira: a continuidade na descontinuidade”. Geralmente essas produções duram pouco e se opõe ao que está no comando. Da época da ditadura, algumas produções que se destacaram foram o *Opinião*, *Movimento*, *Em Tempo* e *O Pasquim*.

Conforme Aguiar (2008, p.236), os veículos alternativos têm tendência em desaparecer após passar os momentos de grande tensão, como na ditadura, “com a redemocratização, a partir de 1980, eles desaparecem quase por completo da cena nacional. Só vão reaparecer no novo milênio, sobretudo com a internet”. Ainda de acordo com o autor, os alternativos começam a surgir dentro das próprias redações dos jornais. Ainda segundo o estudioso (2008, p.236), antes do golpe de 64, grande parte dos grandes jornais apoiavam o ato militar, com exceção do *Última Hora*.

Assim, Aguiar (2008, p.236) explica como os jornalistas iniciaram as publicações:

Uma massa crescente de jornalistas ficou privada do espaço para escrever o que queria, inclusive, em muitos casos, simplesmente o que sabia. Junto a esse fator, ou seja, existência de recursos humanos disponíveis e insatisfeitos, acrescentavam-se facilidades técnicas crescentes com a introdução crescente do *offset*, do xerox e do fax, permitindo a impressão compensadora de tiragens menores e mais baratas, além de facilitar as comunicações entre os grandes centros urbanos. (AGUIAR, 2008, p.236)

Uma característica dessa imprensa que se tornou alternativa é que ela disputava e tinha a intenção de rivalizar com a imprensa tradicional. Outro ponto destacado é a parte gráfica desses impressos. Buscavam ser carregados, tentando mostrar, na sua visão, que o país passava por dias ruins.

Assim como em outras épocas, novamente a imprensa participou da mudança. Os anos 80 seriam melhores para os profissionais da área. De acordo com Aguiar (2008, p.247):

A imprensa aguerrida que, a despeito da feroz repressão dos anos 1960/1970, se fez ouvir, deu recados e provocou mudanças, figura não só como marco da busca do estado de direito do país, mas como uma das expressões de contestação mais veementes da história do jornalismo impresso brasileiro. (AGUIAR, 2008, p.247).

2.14 NOVOS TEMPOS, NOVAS TECNOLOGIAS, VELHOS HÁBITOS

Além de nova mudança em um curto espaço de tempo na política brasileira, as redações começavam a se modernizar. Pelo menos inicialmente, parte dos novos tempos se deu por causa do computador. De acordo com Villaméa (2008, p.248), “usado no começo como máquina de escrever sofisticada, o computador acabou com a papelada e o ruído excessivos”.

Mas, o computador não foi a única mudança no mundo do jornalismo naquela década. De acordo com Barbosa (2010, p.221) ocorreram outras transformações:

A utilização das tecnologias de informática; o avanço dos temas econômicos, tornando a editoria de Economia em uma espécie de carro chefe de diversas publicações; a eclosão do chamado jornalismo investigativo, fazendo os profissionais espécies de investigadores do cotidiano, numa clara estratégia de natureza política; a radicalização do que alguns autores chamam de 'jornalismo cidadão', ou seja, a visão construída de que a ação cotidiana da imprensa deve ter uma utilidade social, servindo aos 'interesses concretos dos cidadãos, ajudando os leitores a enfrentar dificuldades cotidianas' (Abreu: 2000, 45); a multiplicação de cadernos especializados em contraposição à criação de um estilo redacional entrecortado, onde as colunas de pequenas notas proliferam de maneira emblemática, entre outras.(BARBOSA, 2010, p.221).

A primeira redação do Brasil que começa a utilizar o computador foi a da *Folha de São Paulo*, em 1982. Já o último grande jornal a ter o aparato foi o *Estado*

de São Paulo, em 1991. Isso mostra que a década de 80 foi mais uma de transição, em que, de forma simbólica, as redações ficaram mais silenciosas. O que o computador ainda traria de mais inovador, porém, seria o acesso à internet.

Antes disso acontecer, os jornais iam sofrendo outras pequenas transformações. Algumas delas puxadas pela *Folha de São Paulo*, que na época se transformava na publicação mais influente do país. As mudanças que a direção do jornal queria, no início, não agradavam os jornalistas. Foi com o tempo que as adaptações começaram a não causar mais polêmicas e se alastraram por todos jornais brasileiros. Segundo Villaméa (2008, p.255):

Entre os fundamentos está a necessidade de o jornalista apresentar ao leitor os diversos lados da história. Outros princípios foram relativizados, como a obrigatoriedade de publicar a idade de todas as pessoas citadas numa reportagem, seja essa informação relevante ou não para a notícia. O passar do tempo ajudou a depurar os excessos. (VILLAMÉA, 2008, p.255).

As características do jornalista também passariam por transformações nessa década. De acordo com Barbosa (2010, p.228) devido à “nova concepção empresarial da época”: “Exige-se dele cumprimento de prazos mais rigorosos para fechamento de matérias, textos mais curtos e versatilidade para assumir outras atribuições dentro do jornal”.

Junto disso é somado a nova característica investigadora que os repórteres deveriam assumir. Conforme relata Barbosa (2010, p.228):

Uma outra mudança ganha força a partir dos anos 1980: a questão da exclusividade das matérias, como estratégia simbólica de construção de autoridade. O jornalista deveria ser – cada vez mais – aquele que podia não só revelar o que ficava oculto, mas a quem caberia descobrir fatos, acontecimentos, denunciando-os ao público. Sem a sua ação investigativa, não haveria sequer notícia. (BARBOSA, 2010, p.228).

E como não poderia ser diferente, a imprensa se envolveria no pedido de renovação do sistema política. Liderados novamente pela *Folha de São Paulo*, a imprensa brasileira começou a pedir as “Diretas Já³”. Apenas uma empresa resistiu de início a campanha. Conforme conta Villaméa (2008, p.258), “resistência mesmo ocorreu por parte da Rede Globo, que monopolizava a informação televisiva e só

³Movimento que pedia eleições por meio do voto da população. A campanha durou entre os anos de 1983 e 1984.

noticiou a mobilização popular depois que o número de pessoas nas manifestações passou a ser contado em centenas de milhares”.

Em 1985, o Brasil teria o seu primeiro civil eleito por votos da população, que seria Tancredo Neves, mas acabou falecendo por problemas de saúde. Mesmo assim, o sistema democrático havia se reinstalado no território nacional.

Na década seguinte, a imprensa voltaria a protagonizar e a revelar os problemas políticos do país, principalmente com o presidente Fernando Collor. Mas, as informações contidas em revistas como *Veja* e *Isto É*, pareciam mais uma atitude de mercado, uma competição de quem continha a melhor notícia, e não mais o espírito de mudança que em outras épocas a imprensa brasileira carregou. De qualquer maneira, o trabalho dessas e de outros veículos levou a nova crise política brasileira, que acabaria com o impeachment de Fernando Collor.

No que se diz ao jornalismo, também importa relatar a diferença que existia entre revistas e jornais. Como explica Villaméa (2008, p.264), “houve uma inversão dos papéis”. Revistas passaram também a trazer os furos de reportagem e os jornais passaram também a copiar. Ainda de acordo com Villaméa (2008, p.264), “nas principais revistas, atuando em equipe e em melhores condições para apurar as notícias, os jornalistas conseguiam investir no relacionamento com as fontes e passar vários dias, às vezes semanas, apurando determinado assunto”. Do outro lado, a produção de um jornal, vale lembrar, é diária.

Porém, com o passar dos anos e com a evolução da tecnologia, o trabalho de uma revista e de um jornal ficaram muito parecidos. Como explica Villaméa (2008, p.264):

Com os surgimentos de novas mídias e à diversificação de negócios das empresas de comunicação, o gerenciamento das redações atrelou-se em excesso a projetos contábeis. As redações tornaram-se mais enxutas, com praticamente toda equipe voltada para a produção imediata. (VILLAMÉA, 2008, p.264).

Junto com a nova era que se aproxima, como explica Villaméa (2008, p.265), os jornais passaram a investir mais em “matérias analíticas e grandes reportagens”. Outro ponto ainda destacado pela autora (2008, p.265) é que o lado investigador do jornalismo tem outro tipo de influência na política nacional: “Embora à primeira vista pareça que os casos de corrupção proliferaram no país, a hipótese

mais provável para explicar o fenômeno é a maior divulgação das denúncias e o aumento das investigações”.

Por fim, deve ser destacado que o jornalismo entra no novo século tendo consagrado na constituição a liberdade de imprensa. A Constituição escrita em 1988 garante tal direito. Além disso, o novo século prepara para o jornalismo a internet e o compromisso com a instantaneidade, que vão trazer transformações drásticas.

2.15 JORNALISMO E INTERNET

A internet transformou e continua transformando o jornalismo. A ferramenta dá as mais diversas possibilidades para a profissão. Das principais, podem ser citadas a potencialização na interatividade, instantaneidade, uma nova plataforma de acesso às informações e ainda a convergência entre os meios existentes, que até aqui eram o impresso, a televisão e o rádio.

A internet começa a chegar para o público em geral na década de 90, sendo que a sua ascensão e “domínio” só ocorre a partir dos anos 2000. Na imprensa brasileiro, o UOL, lançado em 1996 pela *Folha de São Paulo*, pode ser considerado o primeiro site especializado em jornalismo.

Porém, antes, outros veículos já disponibilizam matérias online, como o *JC Online*, criado em 1995, e o *Jornal do Brasil*, que criou o primeiro site entre os grandes jornais. Depois, outros grandes veículos seguiriam o mesmo caminho. A curiosidade é que em 2010, o *Jornal do Brasil* se tornaria inteiramente online. Um dos efeitos de ter notícias de graça na internet é a diminuição na venda dos impressos.

Apenas no final do século XX que os grupos de comunicação começariam a pensar em conteúdos exclusivos para a internet. Os primeiros a terem espaços próprios para isso foram a *Folha de São Paulo*, o *Estadão* e a revista *Veja*. Depois, em 2001, a *Rede Globo* criou o primeiro site que reunia conteúdos de diferentes veículos de diferentes meios. O nome do site era *Globo News*.

Nesse início, a ideia de jornalismo online era em sua maioria como uma cópia de conteúdo de outros veículos colocadas na rede. Como explica Neto (2008, p.6), “a ideia do jornalismo digital como cópia funciona desde o momento que se tem um veículo tradicional – no caso algum jornal impresso – digitalizado e atuando na

rede mundial de computadores”. O autor ainda atenta ao fato de que o modelo do site jornalístico vem do jornal tradicional. As notícias são separadas por editorias e existe uma capa de todo site.

No início, como uma plataforma a ser explorada, grupos e profissionais não sabiam como utilizar o espaço da rede. Como explica Neto (2008, p.7), “é possível perceber, na questão do modelo cópia, a ideia de que o jornalismo digital partiu de um campo conhecido para desconhecido trazendo características do primeiro campo, não atentando para o aspecto multimídia do segundo”. No entanto, como o próprio autor afirma, a velocidade da internet não era suficiente para a exploração dessa característica.

Ainda de acordo com Neto (2008, p.7), “o carregamento das páginas deveria acontecer de forma a não incomodar o leitor que buscava informações. Nessa época, não existia ainda um manual dessas receitas de como devia se comportar o texto ou diagramação de um jornal na web”.

Ao longo da década de 2000, os sites de notícia iam crescendo conforme as pessoas iam cada vez mais tendo acesso à internet. Para mostrar o crescimento da internet, em 2015, o Governo Federal publicava que 55%, ou 94,2 milhões, dos brasileiros tinham acesso à plataforma. É fácil supor que grande parte dessa porcentagem acesse sites noticiosos, evidenciando que o jornalismo online se tornou um meio importante.

Mesmo importante, a plataforma é nova e ainda não existem regras ou concordâncias de como ela deve ser usada. Como foi visto, no início o conteúdo era apenas reproduzido. A partir dos anos 2000, conteúdos começaram a ser criados para a internet. Mas como criar esses conteúdos? Alguns autores tentam traçar novos formatos para isso.

Uma dessas técnicas defendidas é a da utilização do hipertexto em uma espécie de pirâmide deitada, no lugar da consagrada técnica da pirâmide invertida. De acordo com Canavilhas (2006, p. 7):

Em lugar de uma notícia fechada entre os quatro cantos de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos *multimídia* organizados em camadas de informação. (CANAVILHAS, 2006, p.7).

Nesse formato, a ideia da notícia é ligá-la por meio de *links*, onde em cada uma dessas camadas, ou páginas, o leitor encontrará algum tipo de informação sobre o assunto que está sendo tratado. O formato atualmente é utilizado por grande parte dos sites de notícias. Dessa maneira, se mostra importante a existência de regras ou concordâncias sobre o conteúdo produzido na web – que se mostra uma plataforma bastante diferente de qualquer outra.

Da produção multimídia surgem alterações nas redações brasileiras e também, mais uma vez, no perfil do jornalista. De acordo com Kischinhevsky (2010, p.3), “a convergência de conteúdos em texto, áudio e vídeo rumo a plataformas digitais vem redesenhando, na última década, o modo de produção das redações da grande imprensa, e conseqüentemente, o mercado de trabalho jornalístico”.

A partir dessa era o jornalista deve ser um profissional multitarefa, deve saber lidar bem com as diferentes mídias. Como explica Kischinhevsky (2010, p.4):

Deve apurar, numa única saída da redação, dados que permitam a produção de textos para veiculação em sites e/ou impressos, além de captar imagens e áudio, editando-as e apresentando-as na internet ou em programas informativos televisivos e/ou radiofônicos. (KISCHINHEVSKY, 2010, p.4).

Outro cenário trazido por esse perfil, mais a junção do estruturado modelo empresa, é a redução do número de jornalistas dentro das redações. Parte disso acontece também pela união de redações de diferentes veículos de um mesmo grupo de comunicação. Para Kischinhevsky (2010, p.9), “ao longo dos últimos anos, a integração de redações foi sinônimo de demissões. O pano de fundo é sempre um discurso sobre a necessidade de ganhos de escala para sobrevivência das empresas num cenário crescente de competitividade”.

Esse panorama citado acima passa a surgir desde 2001, quando surge a chamada Web 2.0. De acordo com Primo (2007, p.1), “é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo”.

A partir da Web 2.0 surge outro fator que se torna importante e passa a existir dentro do jornalismo com mais força: a interação do público. Dessa interação, que se dá por redes sociais, blogs ou até páginas criadas por sites para a produção

do leitor, como o *Você no G1*⁴, criado em 2007, acontece o que está sendo chamado de jornalismo colaborativo ou jornalismo cidadão.

Pode ser considerado a potencialização da participação do público com o jornalismo, pois a interação não é novidade dentro dos meios jornalísticos. Como comenta Zanotti (2010, p.30), “antes da internet, essa colaboração já se dava por meio de telefonemas, cartas e visitas pessoais às redações de jornais ou mesmo emissoras de TV e rádio”.

Para Baggio (2011, p.8), esse jornalismo, que também pode ser conhecido como *open source*, “é a criação coletiva da notícia, que pode ser reescrita, apropriada e distribuída a todo o momento sem a necessidade de permissão do seu autor”. Dentro dessa definição, podem surgir questões como a credibilidade das informações, assim como a autoria e o que o profissional de jornalismo deve fazer com esse tipo de informação. São questões que permeiam a imprensa nessa nova era.

Por último, na história recente do jornalismo é visto o aparecimento do uso das tecnologias móveis, que acabaram potencializando fatores já descritos aqui, como a participação do público e o papel do jornalista multimídia. Além disso, esse tipo de tecnologia aumentou o acesso do público às informações. Em 2015, de acordo com o Governo Federal⁵, 47% dos brasileiros, ou 81,5 milhões, tem acesso à internet por meio do celular.

Hoje, as tecnologias móveis, podendo entrar nesse grupo, celulares, *smartphones*, *notebooks* e *tablets*, dão acesso para todos a praticamente qualquer site de comunicação, rádio e até canais de televisão. Da mesma maneira, os aparatos tecnológicos dão aos usuários a possibilidade de enviarem informações de qualquer lugar onde eles tenham conexão. A facilidade é ainda maior com o surgimento da conexão móvel, que a partir de 1999 chega à terceira geração, ficando disponível para o público na década de 2000.

Dessa maneira, o jornalismo tenta se reencontrar e reinventar em meio a processos tecnológicos que evoluem a cada dia. Os profissionais ainda tentam encontrar os melhores caminhos de utilizarem todos aparatos disponíveis e também

⁴Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/vc-no-g1/?form=http://plataformacolaborativa.globo.com/campaign/114>>. Acesso em: 27 de mai. 2016.

⁵Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/sala-de-imprensa/todas-as-noticias/telecomunicacoes/36981acesso-a-internet-pelo-celular-triplica-no-brasil>>. Acesso em 27 de mai. 2016;

como lidar com o público e sua nova atitude. O jornalismo vive uma fase de explosão de informações e inovações. Estando em uma era de transição, cabe discutir nesse trabalho qual é o papel do jornalista nessa nova era. Como foi visto, em outras áreas, o jornalismo teve grande influência na história do país, principalmente na política, em que profissionais da imprensa lutavam por ideais. A partir do modelo empresa o panorama muda, a informação passa a virar competição de mercado e serviço público, e o jornalista com seus ideais e objetivos, vira parte disso. Porém, antes de entrar nessa discussão, devem ser explanados os conceitos básicos da profissão, os cenários de convergência midiática e tecnológica e todos outros pontos que permeiam essa nova era da informação.

3 A BASE DO JORNALISMO

O capítulo a seguir introduz os conceitos e práticas básicas do fazer jornalístico. Também são apresentadas algumas vertentes do papel do jornalista.

3.1 CONCEITOS BÁSICOS

Para buscar entender o papel do jornalista nos dias atuais, precisa-se primeiro voltar ao básico e relembrar o que é o jornalismo na sua essência. Partindo do princípio, como define rapidamente Kunczik (1997, p.15), “o jornalismo é tratado como uma profissão de comunicação”. Certamente essa definição é vaga, apenas insere a profissão em um grupo em que existem outros profissionais e os seus trabalhos. Dessa maneira, Koszyk e Pruys (1976, p.146 *apud* KUNCZIK, p.16) afirmam:

Em geral, o jornalismo tem uma definição mais estreita do que a de comunicador, ainda que na literatura existam grandes divergências. Por isso o jornalismo é considerado a profissão principal das pessoas que reúnem, detectam, avaliam e difundem as notícias; ou que comentam os fatos do momento. (KOSZYK; PRUYS, 1976, p.146 *apud* KUNCZIK, 1997, p.16).

Seguindo nessa mesma linha, Donsbach (1987 *apud* KUNCZIK, p. 16) delimita: “O jornalista é quem está envolvido na formulação do conteúdo de comunicação de massa, seja na reunião, na avaliação, na apuração, no processamento ou na divulgação de notícias, nos comentários ou no entretenimento”.

Ambas definições abarcam o que seriam funções do trabalho do jornalista. Em síntese, Crato (1989, p.87) afirma: “A actividade jornalística, é, habitualmente, definida como a transformação do acontecimento em notícia”. Até aqui, então, temos de forma mais elaborada o que é a profissão. O foco está nos fatos. Mas, de onde poderia surgir a necessidade de ter uma profissão em que, inicialmente, o objetivo é a informação?

Pena (2005, p.23) acredita que:

A natureza do jornalismo está no medo. O medo do desconhecido que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer. E assim, ele acredita que pode administrar a vida de forma mais estável e coerente, sentindo-se um pouco mais seguro para enfrentar o cotidiano aterrorizante do meio ambiente. Mas, para isso, é preciso transpor limites, superar barreiras, ousar. Entretanto, não basta produzir cientistas e filósofos ou incentivar navegadores, astronautas e outros viajantes. Também é preciso que eles façam os tais relatos e reportem informações a outros membros da comunidade que buscam a segurança e a estabilidade do 'conhecimento'. (PENA, 2005, p.23).

Como o autor tem em sua hipótese, ele trata da “natureza do jornalismo” e não de uma afirmação explicando o motivo pelo qual o jornalismo está atualmente inserido dentro da sociedade. Rossi (1994, p.7) já percebe a prática de uma outra maneira: “Jornalismo, independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes”.

Como percebe-se no capítulo anterior, a análise de Rossi pode levar a algumas interpretações, como para o lado econômico, do público como comprador do conteúdo ou ainda pelo lado político, da população como um alvo para a

disseminação de uma ideia, que é a justificativa em que o autor quer chegar. De acordo com Rossi (1994, p.8), o jornalismo tem papel fundamental “na batalha para ganhar as mentes e corações dos segmentos sociais, que, no Brasil ao menos, formam o que se chama de opinião pública”.

O autor (1994, p.9), inclusive, traz junto com a sua teoria uma das crenças do jornalismo: “Em tese – salvo, é óbvio, nos jornais de cunho ideológico ou partidário – a imprensa, de acordo com o mito da objetividade, deveria colocar-se numa posição neutra e publicar tudo o que ocorresse, deixando ao leitor a tarefa de tirar suas próprias conclusões”.

Traquina (2005, p.19), por sua vez, possui uma conceituação, como o próprio autor escreve, poética da profissão:

Poeticamente pode-se dizer que o jornalismo é a vida, tal como é contada nas notícias de nascimentos e de mortes, tal como o nascimento do primeiro filho de uma cantora famosa ou a morte de um sociólogo conhecido mundialmente. É a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia. Uma breve passagem pelos jornais diários vê a vida dividida em seções que vão da sociedade, a economia, a ciência e o ambiente, à educação, à cultura, à arte, aos livros, aos *media*, à televisão, e cobre o planeta com a divisão do mundo em local, regional, nacional (onde está essencialmente a política do país) e internacional. (TRAQUINA, 2005, p.19).

Sendo assim, num primeiro momento pode-se definir, então, que o jornalismo é a ação de expôr ao público os mais diversos fatos que acontecem diariamente, com o primeiro objetivo de fazer o mesmo público refletir ou atender a necessidade de se sentir informado com o que acontece ao seu redor. Se tivéssemos que buscar um verbo de definição para essa primeira reflexão, seria noticiar. Vale pontuar também que o papel do jornalista partindo dessa conceituação deveria ser o que tem como princípio a imparcialidade. No entanto, como foi visto na recente história do jornalismo no Brasil, a profissão ganha outras funções, como analisar, opinar, mediar, investigar, explicar, ajudar e a mais difundida atualmente, contar histórias, ou, mostrar novas realidades.

3.2 AS FORMAS DO JORNALISMO

Para cobrir todas ações citadas acima, teóricos e estudiosos do jornalismo dividem a profissão em três bases, que seriam os gêneros jornalísticos: o jornalismo informativo, o jornalismo opinativo e o jornalismo interpretativo.

A primeira dela, o informativo, surge do conceito básico como foi definido. Como apontam Hohlfeldt e Valles (2008, p.60), essa base é: “Ênfase à informação pura, imparcial, impessoal e direta; limita-se a narrar fatos”. Se for analisado, a primeira base nada mais é do que um relato. Historicamente, como demonstra Guerra (2003, p.2) esse formato de fazer jornalístico pode ser encontrado ainda no século XVI, em países da Europa, como a Itália: “Do ponto de vista do produto, a matriz noticiosa seria caracterizada basicamente pelo registro de fatos oficiais, econômicos, festivos, políticos, entre outros”.

Esse formato pode ainda ser ligado de uma outra maneira, com uma teoria da imprensa, vinda do livro *Quatro Teorias da Imprensa*, de Fred Siebert, Theodore Peterson e Wilbur Scharmm. Kunczik (1997, p.74). Os autores resumem a teoria autoritária, que pode ser conectada a “matriz noticiosa” pelo tipo de informação que era reproduzida na época: “A imprensa teve que promover a política do governo e servir ao Estado. Os editores foram controlados por meio de patentes, autorizações e censuras”.

As evidências apresentadas aqui afirmam que o jornalismo informativo vem de longa data e apresenta o básico do fazer da profissão. Já a segunda base, o jornalismo opinativo, remonta mais aos folhetos e jornais que apareceram na primeira fase da imprensa brasileira. Como explicam Hohlfeldt e Valles (2008, p.60), o segundo formato é: “Representado atualmente pelos editoriais em alguns artigos e crônicas, expressa a opinião do seu autor sob ponto de vista exposto, fazendo juízo sobre o assunto”.

Vale pontuar atualmente que não são vistas críticas e artifícios tão ofensivos quanto eram vistos antigamente quando se trata do jornalismo opinativo. No entanto, a importância dessa base dentro da política é verdadeira, não só no Brasil, como visto nesse trabalho. Conforme Guerra (2003, p. 5):

Nesta modalidade, não são os fatos o eixo em torno do qual o discurso se estrutura, mas a tese pela qual o autor busca explicá-los. Por isso, quando a Europa e os Estados Unidos experimentam momentos de instabilidade política, a prática do jornalismo opinativo torna-se decisiva no processo de convencimento a arregimentação de indivíduos para abraçarem as causas

liberais, das liberdades individuais, políticas e econômicas. (GUERRA, 2003, p.5).

Já Pena (2005, p.41) aponta que esse formato chega a dominar a imprensa, que até a época apontada, o século XX, tinha basicamente o jornal como veículo de comunicação:

Até o começo do século XX, os jornais eram essencialmente opinativos. Não que a informação/notícia estivesse longe das páginas. Mas a forma como era apresentada era diferente. As reportagens não escondiam a carga panfletária, defendendo explicitamente as posições dos jornais (e de seus donos) sobre os mais variados temas. As narrativas eram mais retóricas do que informativas. (PENA, 2005, p.41).

Por último está o jornalismo interpretativo. Hohlfeldt e Valles (2008, p.60) associam o crescimento desse formato ao avanço tecnológico:

É o desdobramento e o aprofundamento da notícia, graças à investigação, cujo desenvolvimento se deve muito à tecnologia. Em décadas anteriores, um arquivo fotográfico e uma biblioteca constituíam o setor de pesquisa de um jornal. Hoje, com as tecnologias da informática, a investigação foi facilitada e ampliada, sem a necessidade de o repórter ir à rua, embora o jornalismo sempre deva ser desenvolvido, evidentemente, com o repórter atuando junto às fontes e aos acontecimentos. Verifica-se, de qualquer modo, uma sensível tendência ao gênero interpretativo, em substituição à rigorosa objetividade da notícia presa aos fatos, até em face da competição entre os diferentes meios, como o rádio, a televisão e a internet. (HOHLFELDT E VALLES, 2008, p.60).

Na definição utilizada para o jornalismo interpretativo estão pontos fundamentais para a profissão, mas que ainda não serão discutidos. Em suma, o interpretativo se conecta a outras facetas do jornalista, como a sistemática de trabalho do profissional e o envolvimento com a tecnologia.

Assim estão apresentadas as três bases do jornalismo. No entanto, elas podem não ser únicas e exclusivas. Guerra (2003, p.2) apresenta outro lado do jornalismo, que também é importante: o *fait divers*, que pode ser conhecido também como *features*. Lage (1993, p.43) classifica os “fatos diversos” como “eventos sem classificação, mais ainda assim notáveis por alguma relação interior entre os seus temas”.

Ainda de acordo com Lage, existe uma comparação notável entre notícias de outros assuntos e esse tipo de fato: “Enquanto a informação depende, para ser avaliada ou compreendida, de uma situação (política, econômica ou artística), o *fait-*

divers interessa por si mesmo”. Os *fait divers*, para ficar mais claro, são definidos como fatos inusitados, ou também como destaca Guerra (2003, p.3), “fatos sensacionais, de forte apelo emotivo”. Em outras palavras, podem ser também as notícias sensacionalistas.

3.3 AS OUTRAS TRÊS TEORIAS

As três bases do jornalismo dividem e indicam um pouco mais sobre o processo que é envolvido dentro da profissão. Mas, antes de prosseguirmos é importante a passagem pelas outras três teorias do jornalismo citadas no livro *Quatro Teorias da Imprensa*. De certa forma, os discursos alavancam a discussão e a importância que a profissão tem dentro da sociedade. Além disso, introduzem a questionamentos mais complexos pelos quais o trabalho do jornalista é permeado atualmente.

Como resume Kunczik (1997, p.74), a segunda ideia, a teoria liberal, nasce no século XIX, com o jornalista devendo ser “um sócio na busca da verdade, e não um instrumento do governo”. O autor ainda diz que: “A exigência de que a imprensa controlasse o governo surgiu com essa teoria. Tornou-se comum referir-se à imprensa como o 'Quarto Poder'. Para isso, ela precisava estar livre da influência governamental e de controles externos”.

Ainda de acordo com o autor (1997, p.75), as duas outras teorias são originadas da teoria autoritária e da teoria liberal. As últimas duas teses da imprensa seriam a da responsabilidade social e a do comunismo soviético.

O autor (1997, p.75) explica que a teoria da responsabilidade social combatia princípios da teoria liberal: “A teoria liberal deixou de reconhecer problemas como a liberdade interna da imprensa e os processos de concentração da imprensa”. Para Kunczik (1997, p.76): “A teoria da responsabilidade social encontra-se na idéia de uma imprensa livre cujos atos são socialmente responsáveis”.

Por outro lado, a teoria comunista soviética segue o básico da teoria autoritária. Segundo o autor (1997, p.77): “De acordo com essa teoria, a tarefa principal da imprensa é apoiar a preservação e o progresso do sistema socialista e

de seu partido. Os meios de comunicação de massa se encontram sob o controle direto do Estado, e são, por definição, braços do governo”.

Em resumo, essas são as quatro teorias da imprensa. O mais importante que pode ser analisado com elas são dos cenários enfrentados pelo jornalismo. Como a manipulação da imprensa por comando dos governos ou outras forças, que pôde ser visto na história do jornalismo, e o papel que a profissão tem perante o público, que em um cenário correto, deveria ser sempre de informar com responsabilidade e veracidade.

3.4 O TRABALHO DO JORNALISTA

Conhecendo o conceito de jornalismo e as três bases que compõe a profissão, passa-se a conhecer o processo de trabalho do profissional. Independentemente do meio de comunicação, a construção de uma informação tem praticamente a mesma base. Não pode ser considerado aqui também funções específicas (como editor, repórter, redator, etc). Deve ser pensado de forma geral no jornalista.

Inicialmente, o trabalho do profissional começa com um fato ocorrido ou ainda com a sugestão ou surgimento de um assunto, que geralmente virá também de um acontecimento. Essa será a pauta do jornalista. A busca pela informação poderá seguir por pesquisa (de documentos oficiais, por exemplo) ou pela entrevista de fontes. Após essa etapa, o profissional agrupará o conteúdo, o organizando da melhor maneira possível para o público, para depois publicar em algum dos formatos de gêneros jornalísticos.

Essa seria uma “fórmula” básica para o trabalho do jornalista. O pesquisador Crato (1989, p. 88) divide esse trabalho em quatro etapas: a procura, a seleção, a redação e o tratamento final. De acordo com o autor:

A procura da informação, em que o jornalista se informa dos factos ocorridos e dos diversos aspectos desses factos; A selecção da informação recolhida, quando se escolhe dos factos aqueles que devem ser noticiados, e dentre os factos noticiais, os aspectos relevantes; A redacção dos factos seleccionados num estilo acessível; O tratamento final das notícias, incluindo a escolha e disposição dos títulos e das fotografias, a paginação e todos os aspectos relevantes para a apresentação da notícia.(CRATO, 1989, p.88)

O processo em si é bastante simples. Porém, uma série de perguntas podem ser levantadas, como:

- Por que escolher uma informação em vez de outra?
- Por que noticiar mais sobre determinado assunto?
- Existe uma maneira padrão para as informações serem organizadas?
- Quais fontes escolher para determinado assunto?
- O jornalista não pode sofrer algum tipo de interferência nesse processo?

Antes de buscarmos respostas para as questões acima, alguns conceitos básicos citados nesse capítulo devem ser explorados para melhor entendimento sobre o trabalho do jornalista (ver quadro elaborado pelo autor da monografia):

Figura 1 – Conceitos básicos

(Continua)

Fonte	Para Crato (1989, p.92), "por fonte de informação entende-se qualquer entidade que concentre em si o conhecimento de factos susceptíveis de gerarem notícia". Ou seja, a fonte é aquele que de alguma maneira está envolvido com a informação, podendo ser uma pessoa na ação, uma testemunha, um especialista, a vítima (conforme a notícia), entre outros. O autor ainda divide as fontes em internas e externas. As internas seriam do próprio veículo de comunicação, sendo o repórter, o arquivo (local de pesquisa do veículo) ou correspondentes. Já as fontes externas, de acordo com Crato (1989, p.93), envolvem agências de notícia, outros meios de comunicação, órgãos oficiais, órgãos não oficiais (como empresas e sindicatos), contatos pessoais do jornalista e o público em geral.
Meios de comunicação	Pode-se entender por meio de comunicação todo o utensílio que ajuda as pessoas a se comunicarem umas com as outras. De forma abrangente, podemos pensar em diferentes maneiras de comunicação, como a escrita, a televisão, o celular ou <i>smartphones</i> ou até um desenho.

(Conclusão)

Mídia e Imprensa	Os dois itens estão juntos devido a confusão pelo qual geralmente são inseridos, muitas vezes usados até como sinônimos. Pena (2005, p.31), em seu livro <i>Teoria do Jornalismo</i> faz separação clara dos termos: “No primeiro estão incluídos todo o tipo de manifestação cultural presente no espaço público, como novelas e filmes, por exemplo, enquanto o segundo refere-se à produção de notícias”. Sendo assim, pense a mídia como um prédio, a imprensa é um dos seus andares em que está inserida a atividade jornalística. Para ficar mais clara a definição, demonstrando que a mídia é o conjunto de todos meios de comunicação de massa, Setton (2010, p.14), explica: “o conceito de mídia é abrangente e se refere aos meios de comunicação massivos dedicados, em geral, ao entretenimento, lazer e informação – rádio, televisão, jornal, revista, livro, fotografia e cinema”.
Pauta	De acordo com Rossi (1994, p.17), a pauta é "o fio condutor que delimita o que será publicado ou levado ao ar". Ou seja, a pauta é a orientação dada para o jornalista sobre qual caminho seguir dentro do fato ou assunto escolhido. Em alguns casos, o profissional poderá receber a indicação de quem entrevistar e que foco abordar. Por exemplo, durante as eleições para presidente o jornalista recebe a orientação de traçar a história de um candidato e é imprescindível que a mãe do político seja entrevistada.

Com os conceitos vistos, deve-se entender que a busca pela informação por parte do jornalista não é baseada no acaso. Para um fato virar notícia, ele precisa passar por uma seleção. Geralmente, os principais motivos para a escolha são o acontecimento ser atual e ser importante para o público. Voltando ao exemplo da disputa presidencial, citado no quadro, por si só o evento carrega grande apreço popular por sua natureza. Mas, por outro lado, estando fora da época de eleições, o assunto não é tão discutido na imprensa.

Para Pinto (2009, p.40), “além de serem novidades, notícias são uma combinação de: importância e interesse”. Ainda de acordo com a autora, “uma informação será tanto mais forte – e atrairá mais o leitor – quanto mais dessas duas características tiver”. Ou seja, de certa forma, a questão central para o jornalista é, obviamente, o público.

A autora (2009, p.40) ainda cita uma série de outros critérios. Entre essas características estão:

Ineditismo: a informação inédita é mais importante que a já publicada; Improbabilidade: a notícia menos provável é mais importante do que a esperada; Apelo: quanto maior a curiosidade que a notícia possa despertar, mais importante ela é; Empatia: quanto mais pessoas puderam se identificar com o personagem e a situação da notícia, mais importante ela é; Conflito:

disputas entre países, corporações, além de tratarem de diferentes interesses em jogo, costumam ser interessantes; Proeminência: notícias sobre pessoas famosas têm mais impacto; Oportunidade: o momento da publicação faz a diferença. Publicar uma informação exclusiva sobre uma reunião antes que ela aconteça é mais jornalístico do que publicá-la depois. (PINTO, 2009, p.40).

Alguns desses critérios podem se tornar subjetivos, ainda mais quando o público que deve ser alcançado possui características diferentes. No entanto, como a própria autora (2009, p.40) explica, esses critérios fazem parte de manuais de jornalismo. Também é lembrado por Pinto (2009, p.41) que a disposição das notícias e a seleção pode variar conforme o veículo de comunicação e suas características:

Lembrem-se também de que cada veículo terá prioridades diferentes na hora de hierarquizar as informações, dependendo de seu projeto editorial, da abrangência de seu jornal (se é voltado para um público mais local ou se é nacional), da periodicidade e do meio – em TV, a possibilidade de ter boas imagens têm peso maior que em jornais; no jornalismo online, a necessidade de selecionar o que será publicado é muito menor do que nos meios impressos. (PINTO, 2009, p.41).

Dentre todos os critérios destacados acima e observações, vale destacar que atualmente um dos que mais tem peso é o da atualidade. Segundo Crato (1989, p.110), “a necessidade de as notícias serem actuais explica-se por si próprio: nenhum leitor está interessado em ser informado sobre o que se passou há uns tempos e que outros meios de informação já noticiaram”. Além da atualidade, o autor define outros dois critérios como essenciais para a escolha de uma notícia: o do significado e o do interesse.

O critério do significado trata sobre a importância da notícia para o público como um todo. Como explica Crato (1989, p.112), “um acontecimento só merece ser publicado na medida em que ele próprio e as suas implicações tenham importância para a colectividade”. Já o último critério é relacionado com o interesse do público, em que o autor define como uma característica subjetiva, que depende de alguns fatores. Segundo Crato, essas interferências seriam a emoção, a cultura e o conhecimento.

Sobre as emoções, o autor (1989, p.113) destaca o sentimento que atinge o público com determinada notícia. Já a questão da cultura trata sobre a formação educacional do público. Por último, o conhecimento, Crato define como uma

“distância psicológico”. O autor cita, como exemplo, que para os portugueses é mais importante estar informado sobre Moçambique⁶ do que sobre a Áustria. Porém, se o presidente português visitar os austríacos, esse país se torna mais importante no momento.

Esse último critério parece ser ligado com uma base de proximidade. Determinados fatos serão mais próximos ao público conforme esse se identifica com a notícia por um personagem ou uma ação. No exemplo acima, o que conecta tudo é Portugal, sua história e o seu atual momento.

Como esse último critério carrega grande pluralidade, o autor (1989, p.114), cita: “Será legítimo partir do interesse do público pelo insólito, pelo inesperado, e até pelo melodramático, se isso for para levantar problemas de real significado social”.

Os critérios citados acima são conhecidos como critérios de noticiabilidade, que mostram o que muitos autores chamam de valor-notícia de um fato. Outro autor que trata dessas características para seleção de uma notícia é Nelson Traquina (2005, p.78), que se baseia na linha proposta pelo pesquisador italiano Mauro Wolf, que divide os critérios em valores-notícia de seleção e de construção, argumentando que os critérios fazem parte não só da seleção, mas também da produção e da montagem da notícia:

Para Wolf, os valores-notícia de seleção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua transformação em notícia e esquecer outro acontecimento. Os valores-notícia de seleção estão divididos em dois sub-grupos: a) os critérios substantivos dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícias, e b) os critérios contextuais que dizem respeito ao contexto da produção da notícia. Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia. (TRAQUINA, 2005, p.78).

Apesar de seguir uma lógica diferente, alguns dos critérios apresentados pelo autor tem a mesma base de outras características que já foram apresentadas nesse trabalho. Dessa maneira não é de todo interesse reproduzir de forma completa todos os critérios indicados por Traquina, mas apenas aqueles que se destacam e também os que são diferentes dos já vistos.

⁶O país africano pertenceu a Portugal por praticamente quatro séculos, de 1505 até 1975, quando tornou-se independente.

Um dos principais critérios destacados por Traquina (2005, p. 79) é de certa maneira mórbido e que mostra um lado obscuro do jornalismo – refletido no público que compra esse tipo de informação. O critério é a morte. De acordo com o autor, “onde há morte, há jornalistas. A morte é um valor-notícia fundamental para esta comunidade interpretativa e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou nos ecrãs da televisão”. O autor se situa em dois meios, no entanto, notícias dessa natureza podem ser encontradas também no rádio e na internet.

É importante destacar que a apresentação dos critérios é tratada de uma maneira geral. Afinal, notícia é notícia em qualquer lugar. O que pode acontecer é uma mudança no formato.

Assim como a morte, outro critério importante faz parte dos valores-notícia de seleção, do subgrupo substantivo, que é a proximidade. Essa característica pode ser conectada, de certa forma, com o critério interesse de Crato, citado anteriormente. Segundo Traquina (2005, p.80), fatos que ocorrem na atuação geográfica de um veículo podem virar notícia. Contudo, o autor ainda explica que quando trata-se de tragédias a Lei McLurg relaciona a quantidade de mortes com a possibilidade de virar informação fora desse território geográfico.

Já os valores-notícia de seleção que fazem parte do subgrupo contextual estão mais ligados ao veículo de imprensa, e não ao jornalista. Por exemplo, Traquina (2005, p.88) trata do critério da disponibilidade, que é a possibilidade de cobrir um fato. A decisão cabe mais ao veículo conforme a estrutura disponível. Outro critério que comprova isso é o da concorrência. Segundo Traquina (2005, p.89), o ambiente da concorrência cria a busca pelo “furo”, ou seja, por uma notícia importante que apenas um veículo consegue publicar primeiro. Ainda dentro desse grupo, outro critério que se destaca é o do dia noticioso. Conforme conta Traquina (2005, p.90), existem dias com várias informações com grande valor-notícia, e outros que a maior parte são fatos com pouco valor-notícia. Nesse segundo caso, as notícias “menos importantes” acabam ganhando espaço.

Por último está o grupo de construção. Para exemplificar vale destacar o critério da simplificação. De acordo com Traquina (2005, p.91), quanto mais fácil de entender, melhor será a notícia: “Os jornalistas têm obrigação de escrever de uma forma fácil de compreender; por simplificação, portanto, entendemos tornar a notícia

menos ambígua, reduzir a natureza polissêmica do acontecimento”. Outro fator que vale também ser destacado é o da amplificação, que segundo Traquina (2005, p.91), “quanto mais amplificado é o acontecimento, mais possibilidades tem a notícia de ser notada”. Nesse caso, pode-se entender sobre explorar o fato, trazendo outros lados da notícia, não apenas o acontecimento em si.

Além desses, também é interessante citar o valor-notícia para a produção da notícia de relevância. De acordo com o autor (2005, p.91), “quanto mais 'sentido' a notícia dá ao acontecimento, mais hipóteses a notícia tem de ser notada. Compete ao jornalista tornar o acontecimento relevante para as pessoas, demonstrando que tem significado para elas”. Nesse caso, pode-se entender por notícias em que o jornalista tem que mostrar, por exemplo, a consequência para a população por determinado fato ter acontecido.

A reunião desses critérios de noticiabilidade, que devem agrupar praticamente todos fatos que chamem atenção do público, demonstra que o jornalismo não é apenas uma profissão que torna um fato ou acontecimento em notícia. É mais complexo. Existem critérios para o fato chegar ao público, critérios que devem ser levados a sério e refletidos pelos profissionais. Nesse sentido, pode se pensar também que esse é um dos papéis básicos do jornalista, selecionar os acontecimentos que considera importante para o público.

No entanto, na própria seleção e elaboração da notícia, o jornalista passa por mais processos. O profissional pode sofrer diversas influências para publicar determinada notícia – que será o interesse de um grupo, por exemplo. Mas, outro processo importante é o da organização da notícia. Existe uma maneira (com suas variações) para transformar o fato em uma produção jornalística.

O início dessa forma, que se tornou clássica no jornalismo, é o *lead*, que vai responder ainda no primeiro parágrafo de cada produção seis perguntas: o que, por que, quem, onde, quando e como. Para Pena (2005, p.42), “o lead (ou lide) nada mais é do que o relato sintético do acontecimento logo no começo do texto”. Já como explica Rossi (1994, p.25), nem sempre foi assim, antes da formulação do *lead*, era comum as respostas para as perguntas estarem espalhadas pela notícia ou reportagem. Ainda de acordo com o autor, “na prática, o que constantemente ocorre é que alguns dos seis itens básicos a serem respondidos numa reportagem tem peso diferente conforme a notícia”.

O autor (1994, p.26) ainda faz uma consideração importante sobre o uso do *lead* nas produções jornalísticas: “Da forma como o *lead* é encarado hoje, ele se transformou muito mais em resumo de toda a matéria, como se todos os leitores estivessem interessados apenas no início de cada conjunto e não no seu conjunto”. Rossi ainda faz uma observação importante: esse comportamento se dá muito pela redução do tempo que o público pode consumir toda uma notícia.

O *lead* não possui uma única forma de ser escrito, pode variar conforme a notícia. Pena (2005, p.44), exemplifica alguns modelos que podem ser utilizados, a partir de organização feita por João de Deus⁷. O mais comum entre esses formatos é o clássico, que de acordo com o autor (2005, p.44), “apresenta todos elementos essenciais, mas sem preocupação com a hierarquização dos dados entre si, de modo a envolver o destinatário”.

Existem também modelos como o de citação, em que o texto é aberto com uma declaração. Ou ainda o conceitual, que de acordo com o Pena (2005, p.45), “é aquele que emprega uma idéia, uma definição, para atrair o destinatário da notícia pela novidade ou enfoque diferenciado que o conceito traz”.

Esses são apenas alguns exemplos. O interessante agora não é descobrir e saber todos os formatos que possam existir de *lead*, mas sim perceber dois pontos: toda notícia não precisa ter o mesmo formato e cada acontecimento pode ter uma melhor forma de ser apresentado.

Geralmente, o *lead* vem seguido da organização do formato pirâmide invertida. A explicação para essa organização é simples, a notícia não vai ser composta cronologicamente, mas sim organizada dos fatos mais importantes para os fatos menos importantes. De acordo com Pena (2005, p.48), o formato é uma estrutura narrativa. Ainda segundo o autor, “a pirâmide é 'invertida' porque no jornalismo a base não fica no sopé, mas no topo; e o que seria apenas um arremate nas pirâmides originais, no relato jornalístico apresenta dados que complementam os essenciais, os clássicos 'detalhes' que compõe a matéria”. Pena também comenta que as informações têm que ser disponibilizadas fazendo com que, se for necessário, o último parágrafo possa ser eliminado.

⁷Não confundir com o médium João de Deus. O professor citado por Felipe Pena foi professor e jornalista na Universidade Estácio de Sá.

3.5 INFLUÊNCIAS

O trabalho do jornalista sofrerá com influências ao longo do trabalho que culmina em um produto jornalístico. Essas forças que fazem parte do ambiente da profissão dificilmente são percebidas no produto final, já que podem ser pressões que o jornalista sofre durante o processo de elaboração de uma matéria.

Rossi (1994, p.43) chama isso de filtros e cita quais são os principais. O primeiro é relacionado aos superiores do jornalista, seja o editor ou o chefe de reportagem. De acordo com Rossi: “O editor decide se o enfoque por ele (repórter) seguido é ou não correto”. Se pararmos para pensar, tanto repórter quanto editor são jornalistas, mas vale pontuar que o editor pode já seguir a influência do veículo ou seus donos – pressão que cairá sobre o repórter, na maioria das vezes responsável por escrever a notícia.

O segundo filtro do autor é o tamanho da matéria. Como explica Rossi (1994, p.44), a matéria terá o espaço que a editoria terá disponível na publicação. Já o terceiro e quarto são mais subjetivos e estão ligados com o primeiro. O terceiro é o tamanho do título. O autor (1994, p.44) destaca: “E, também nesse caso, o filtro pode ser político, jornalístico ou puramente gráfico – ou, às vezes, todos eles ao mesmo tempo”. O autor ainda explica que o título é de tamanha importância para a matéria, principalmente por ser o primeiro item em que o leitor presta atenção. Nesse caso, o título pode sofrer interferência dos editores.

Por último, Rossi (1994, p.44) indica a posição da notícia na página. Novamente será indicada pelos editores, e de acordo com o autor, segue as mesmas regras que o terceiro filtro. Vale observar que esses filtros podem se encaixar nos meios tradicionais. No entanto, para a internet, o fator do espaço não é um problema.

Outra influência pode ser encontrada nas fontes do jornalista, mesmo que essa seja uma das peças fundamentais do fazer jornalístico. De acordo com Pena (2005, p.57):

Sua visão sobre determinado acontecimento está mediada pelos "óculos" de sua cultura, suas linguagens, seus preconceitos. E, dependendo do grau de miopia, a lente de aumento pode ser direcionada para seus próprios interesses. Pergunte a um corretor da bolsa de valores quais são as ações mais confiáveis e notará a 'coincidência': são exatamente as que ele tem para vender". (PENA, 2005, p.57).

Nesse caso, vale destacar que o jornalista deve levar em conta recomendações básicas, como não buscar apenas uma fonte para a matéria e também fazer a checagem das informações – que pode se dar por buscar uma segunda palavra. Pena (2005, p.62) analisa que as fontes que mais tendem a manipular a informação são as oficiais: “As fontes oficiais são sempre as mais tendenciosas. Têm interesses a preservar, informações a esconder e beneficiam-se da própria lógica do poder que as colocam na clássica condição de instituição”.

Por último existe as que podem ser as maiores influências para o trabalho do jornalista. Como já citado acima, as pressões que os próprios chefes de redações sofrem. Segundo Kovach e Rosenstiel (2004, p.52):

Ninguém duvida que as organizações jornalística respondem perante muitas instâncias. Uma organização jornalística de sucesso tem de servir e ter em consideração instituições comunitárias, grupos de interesses locais, empresas-mãe, accionistas, anunciantes e muitos outros interesses. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p.52).

No entanto, os próprios autores explicam que desde o século XIX, editores vem reafirmando a quem o jornalismo realmente deve servir. Para Kovach e Rosenstiel (2004, p.52): “O jornalismo deve manter-se leal, acima de tudo, aos cidadãos”. Que, se analisado, também são influências para o trabalho do profissional.

3.6 CARACTERÍSTICAS COM UM TOQUE DE POLÊMICA

Após passar pelo processo de produção e elaboração de uma notícia, conferir como se dá a escolha por esse texto, como o escreve, e ainda discutir sobre a existência de influências, pode-se apresentar duas características que fazem parte do jornalismo. Em uma conclusão inicial, existe a possibilidade de argumentar que essas características se tornaram parte do jornalismo porque historicamente sempre foram utilizadas até o momento em que se tornaram parte natural do cenário.

A primeira característica é a objetividade. Ou seja, mostrar o acontecimento como ele é. No entanto, não pode-se deixar passar que há uma grande discussão

dentro desse fator. Para muitos teóricos, a objetividade não existe completamente. Como acredita Crato (1989, p.160):

Nem condicionantes sociais, culturais e ideológicos, nem pressões, políticas e económicas estão ausentes do jornalismo. A mais simples notícia, quer pela forma como ela está escrita, quer pelas maneiras que ela está apresentada, quer pelos fatos que selecciona, quer, até, pelo simples facto de existir, revela preocupações sociais e opções de fundo sobre a matéria do acontecimento. (CRATO, 1989, p.160).

Para o autor, a realidade é que a objetividade está claramente ligada à subjetividade, que já carrega consigo todos os aspectos conferidos acima. Essas características seriam uma interferência do jornalista no acontecimento, como, por exemplo, escolher um fato e não outro, selecionar uma informação desse fato e não outra. De acordo com o autor (1989, p.163):

Trabalhar os dados, tendo como norma o respeito pela realidade, significa que o jornalista deverá procurar a objectividade tendo consciência de conter em si a subjectividade. Isto quer dizer que o jornalista deverá aproximar os seus relatos da realidade dos factos, procurando a exactidão e a não exclusão de dados essenciais. O primeiro aspecto – a exactidão – é de compreensão imediata; o segundo traduz afinal a ideia de quem relato incompleto induzirá os leitores a uma ideia falsa, mesmo que nenhuma mentira lhe seja acrescentada. (CRATO, 1989, p.163).

O autor ainda conclui afirmando que as notícias não serão uma descrição do acontecimento tal como ele é. Para Crato (1989, p.163): “A notícia, sendo então, não um reflexo puro do acontecimento, mas sim uma representação comunicada ao público, é ao mesmo tempo objectiva e subjectiva”.

Pena (2005, p.50) segue a mesma linha de pensamento de Crato e ainda complementa dizendo que a objetividade surge da própria subjetividade: “A objetividade, então, surge porque há uma percepção de que os fatos são subjetivos, ou seja, construídos a partir da mediação de um indivíduo, que tem preconceitos, ideologias, carências, interesses pessoais ou organizacionais e outras idiosincrasias”.

O autor também conclui que os fatos podem ser distorcidos conforme os interesses do profissional, dando o exemplo das informações noticiadas pelos norte-

americanos sobre os russos na Guerra Fria⁸. Devido ao contexto, os norte-americanos informavam para que a população visse a Rússia como uma inimiga. Utilizando a análise de Walter Lippmann⁹, Pena (2005, p.51) afirma: “O método é que deveria ser objetivo, não o jornalista”.

No entanto, o autor acredita que existe uma confusão entre os dois, em que não é conseguido separar que o profissional é subjetivo e o método é objetivo. Assim, chega-se a um ponto em que, para Pena (2005, p.51), as notícias, como nunca, contêm diversas opiniões. Para ele, a culpa é da própria objetividade: “A notícia nunca esteve tão carregada de opiniões. E um dos motivos é justamente atender ao critério da objetividade que obriga o jornalista a ouvir sempre os dois lados da história. Os jornais valorizam mais as declarações que os próprios fatos”. Pena acredita ainda que a objetividade é utilizada como uma proteção para os próprios jornalistas, seja para os olhos do público ou para eventuais problemas com a justiça.

Sendo assim, a discussão sobre a objetividade ser ou não real, atrapalhar ou não a descrição dos fatos, pode continuar existindo. É verdade que cada jornalista carrega suas crenças, mas o princípio de o profissional tratar o acontecimento como ele é sempre vai existir e sempre vai ser ensinado ao longo dos tempos. Cabe o jornalista avaliar a sua posição e tentar ao máximo ter fidelidade aos fatos junto ao público. Pode-se pensar que fugir da atitude de opinar dentro de uma notícia seja um exercício diário do jornalista. Formulando uma hipótese, muitas vezes, o profissional pode nem perceber que está fugindo da subjetividade dentro da informação. Isso é algo a ser tratado, pois diversas vezes, ou em diversas argumentações, pode transparecer que o profissional está tramando ou manipulando a informação como se quisesse.

Já a segunda característica não carrega tanta discussão e ainda é potencializada pela tecnologia: o imediatismo. Como explica Traquina (2005, p.37):

Enquanto o valor da “objetividade” continua a provocar imensa polêmica (mas não a noção do profissional equidistante em relação aos diversos

⁸O período entre 1945 e 1991 compreende uma batalha indireta entre os Estados Unidos e a Rússia. As duas maiores nações do planeta se enfrentavam a partir de avanços estratégicos, como por exemplo, construir um armamento poderoso. Alguns estudiosos colocam a Guerra Fria como a representação de um conflito entre o capitalismo (EUA) e o comunismo (Rússia).

⁹Escritor e jornalista, é autor do conceituado *Public Opinion*, de 1922. Faleceu em 1974, aos 85 anos.

agentes sociais), o valor do imediatismo reina incontestável, ainda mais com a emergência do “*cibermedia*”. O imediatismo é definido como um conceito temporal que se refere ao espaço tempo (dias, horas, segundos) que decorre entre o acontecimento e o momento em que a notícia é transmitida, dando existência a esse acontecimento. (TRAQUINA, 2005, p.37).

Traquina (2005, p.37) ainda descreve que “as notícias são vistas como bem 'altamente perecível', valorizando assim a velocidade”. O autor explica que quanto mais “quente” for a notícia, ou seja, mais atual for, mais ela será buscada pelos jornalistas e mais também causará interesse do público conforme os critérios de noticiabilidade.

Dessa maneira, o autor (2005, p. 40) resume qual seria a relação do profissional com o tempo:

A relação entre o fator tempo e o jornalista é tão fundamental que constitui um fator central na definição da competência profissional. Ser profissional implica possuir uma capacidade performativa avaliada pela aptidão de dominar o tempo em vez de ser vítima dele. (TRAQUINA, 2005, p.40).

Sendo assim, o conceito do imediatismo define-se por si só. Os veículos de comunicação irão sempre buscar as notícias mais atuais, assim como estarão sempre correndo contra o tempo para entregar essas informações.

3.7 DIFERENTES FACES DO JORNALISMO

O jornalismo possui diferentes lados, não apenas a função ou papel de transformar um acontecimento em notícia conforme a sua editoria. Essa, nós podemos dizer, que é a habilidade central do profissional, mas, o que ele fará com esse conhecimento? Cada profissional pode tomar uma decisão e escolher como e até onde irá trabalhar.

De acordo com Kunczik (1997, p.97) existem duas faces de jornalistas que são as mais conhecidas e mais difundidas entre estudiosos: “Um é o jornalismo objetivo e neutro, distanciado passivamente dos eventos que trata. O oposto é o jornalismo ativamente comprometido, participativo e socialmente engajado, que promove causas”.

Partindo dessa definição pode-se sugerir que o primeiro é o papel visto até aqui. Aquele que selecionará as notícias e as publicará para informar a população.

Já o outro, parece ser um jornalista mais preocupado com a comunidade em que está inserido.

Kunczik (1997, p.98) segue a conceituação desses dois tipos de jornalismo, explicando que o primeiro, apesar de se manter com a visão longe dos fatos, principalmente quando se trata de política, tem a sua importância. O autor explica que nesse jornalismo, muitas vezes os órgãos oficiais vão ser vistos como porta-vozes, sem terem seus discursos questionados. De acordo com o autor: “Sem o conhecimento público das decisões tomadas pelo Executivo, Legislativo e Judiciário, não pode haver formação de vontade democrática”.

Já o segundo tipo de jornalista, que Kunczik passa a chamar de “defensor”, tem o seu papel conectado com o controle do poder e com a defesa de parcelas mais fracas da sociedade. De acordo com o autor (1997, p.98): “É conceituado como o paladino de certos grupos socialmente abandonados e que, por si mesmos, não podem representar seus interesses como o Quarto Poder, impedindo o abuso do poder. Isso pode implicar pelo menos no esforço para mudar a estrutura social”. O autor também comenta que esse tipo de jornalista está ligado aos jornalistas investigadores, ou “denunciadores de corrupção”, que conta com nomes conhecidos, como Joseph Pulitzer¹⁰.

O segundo conceito ou personalidade de jornalista pode ser ligado, de certa maneira, ao que Pena (2005, p.168) chama de “jornalismo de resistência”, que também está na “função social” da profissão. Nesse sentido, Pena pede um jornalismo que não siga as regras do mercado, que trata a notícia como um produto que deve ser vendido. Para o autor: “Acredito nas possibilidades de construção social da realidade através do jornalismo e ainda vejo no profissional de imprensa um papel importante nessa dinâmica”.

O autor ainda pede que os fatos da reportagem sejam analisados como um todo. Em uma reportagem de violência, por exemplo, como o próprio Pena cita, o de sempre pode ser evitado, dando lugar a questões mais profundas, apresentando todo um cenário social que é existente, e não apenas a questão da violência em si. De acordo com o autor (2005, p. 169): “Enfim, o compromisso do jornalista não deve limitar-se à reprodução das demandas mais óbvias”.

¹⁰Considerado um dos grandes jornalistas da história, foi um dos primeiros a carregar em seus veículos a luta contra a corrupção a partir do jornalismo, principalmente com investigações. Faleceu em 1911, aos 64 anos. Em 1917, ganhou uma homenagem: um prêmio com o seu nome, que anualmente busca reconhecer profissionais do jornalismo com um trabalho de destaque.

Junto ao jornalismo de resistência, Pena (2005, p.170) aponta o jornalismo cívico, que conforme o próprio autor, surge com o conceito já citado nesse trabalho, de Kovach e Rosenstiel, de que o jornalista deve servir ao cidadão. Segundo Traquina (*apud* Pena, 2005, p.170): “O jornalismo pode e deve ter um papel no reforço da cidadania, melhorando o debate público e revendo a vida pública”. Pena (2005, p.171), ainda diz que os dois jornalismo são muito próximos, as duas formas se diferenciam na “abordagem”.

Tratando ainda do jornalismo de resistência, Pena (2005, p.171) divide em duas as maneiras de o jornalista realizar esse trabalho:

A primeira é dentro das próprias empresas de comunicação, sem abandonar as redações dos megaconglomerados de mídia e as próprias práticas jornalísticas que as sustentam, apenas adaptando-as. E a segunda, em veículos alternativos, em que a mudança é radical. (PENA, 2005, p.171).

O segundo conceito tratado pelo autor é importante porque é a porta de entrada para um novo ramo da comunicação que se fortalece com a internet. Pena (2005, p.172) explica que esse segundo caso é o trabalho realizado em partidos, sindicatos e ONGs. De acordo com o autor: “Nesse caso, a mensagem confunde-se com a própria ideologia do grupo”. O próprio Pena ainda comenta que esse tipo de jornalismo migra para a internet por não ter espaço na mídia tradicional, devido ao modelo comercial.

Sobre esse novo formato de comunicação, Pena (2005, p.172) chamará de “mídia sob demanda”:

É um conceito criado por ONGs ligadas à análise de mídia para classificar os veículos alternativos que fazem a cobertura jornalística de manifestações populares exprimindo os pontos de vista e interesses dos manifestantes, ou seja, atendendo suas demandas específicas. (PENA, 2005, p.172).

Esses casos apresentados aqui já dão a dimensão do que envolve o jornalismo. Frisando, é uma profissão que vai e faz além do que apenas transformar os fatos em acontecimentos. Pode mexer com a sociedade de inúmeras maneiras. Apesar dessas serem as mais abrangentes e mais contraditórias funções pela posição de cada uma, o jornalista ainda poderá ter outros papéis. Kunczik (1997) cita ao menos mais quatro:

a) **Mediador:** O autor explica que o jornalista deve ter como função mediar informações para os diferentes grupos. Citando Wolfgang Langenbacher (*apud* Kunczik, 1997, p.100), o autor destaca: “A mediação em uma sociedade democrática é o principal papel do jornalista, e as tarefas do jornalista é facilitar a mútua comunicação entre os diferentes grupos da sociedade”. Para isso, o autor destaca que o profissional não pode pensar em exercer “poder pessoal” e não irem contra de conceitos como objetividade, neutralidade e imparcialidade. O objetivo de ser mediador, de acordo com Kunczik (1997, p.101) é para que a população possa participar e refletir, gerando um diálogo.

b) **Professor:** Assim como outras áreas, o jornalista também pode exercer um papel de docente. Para Dunsbach (*apud* Kunczik, 1997, p.101): “A suposição de que os jornalistas detêm mais informação e são mais capazes que as outras pessoas de chegar a percepções politicamente racionais. Essa suposição é inevitável, porque o exercício de uma função educativa pressupõe uma vantagem educacional”. É óbvio também que jornalistas assumam esse papel, visto que o mercado de trabalho mantém um ciclo e precisa ser renovado – renovação que geralmente sai das faculdades de jornalismo.

c) **Jornalismo de precisão:** Essa face da profissão é a investigação de comportamentos sociais que são feitos a partir de pesquisas, com análise e interpretação dos dados. De acordo com Kunczik (1997, p.103): “As notícias devem focar principalmente temas sociais que tenham sido analisados com técnicas sociocientíficas, a fim de proporcionar ao público perspectivas básicas sobre a estrutura e o funcionamento dos sistemas sociais complexos tal como existem”. O autor cita, no entanto, que o levantamento das informações através da pesquisa não deve ser feito pelos jornalistas.

d) **Jornalismo de entretenimento:** Pode-se imaginar atualmente que esse profissional é aquele envolvido com informações de produções culturais. No entanto, como explica Kunczik (1997, p.105), o entretenimento no jornalismo é difícil de ser conceituado. Saxer (*apud* Kunczik, 1997, p.106), por exemplo, explica o que pode ser o entretenimento, conforme muitos veículos de comunicação acreditam que seja para o receptor: “Para eles, o oposto de mensagem de entretenimento dos meios de

comunicação não é o conhecimento informativo, mas o conteúdo que não lhes agrada”.

Já Pena (2005) cita outros três papéis que o jornalista pode incorporar. São destacados:

a) **Jornalismo comunitário:** Pode-se entender como o jornalismo que ajuda determinada comunidade ou grupo, dando uma visão ou abrindo uma porta para mudanças através do jornalismo. De acordo com Pena (2005, p.185): “O jornalismo comunitário atende às demandas da cidadania e serve como instrumento de mobilização social”. O autor ainda trata desse jornalismo como uma forma de levar informações essenciais para determinadas comunidades. Segundo Pena (2005, p.187): “Parece que é disso que se trata o jornalismo comunitário: disposição. Disposição de levar informação de real importância para as comunidades que precisam dela”.

b) **Correspondentes de Guerra:** A definição já é óbvia por si só. No entanto, Pena (2005, p.189) diz acreditar também que algumas cidades vivem em zona de guerra, como o Rio de Janeiro, que vive em conflito intenso entre policiais e traficantes. O autor ainda comenta que para ser correspondente de guerra, o jornalista deve ter grande experiência no jornalismo diário, além de passar por aulas de como se comportar em uma zona de batalha.

c) **Jornalismo investigativo:** Pode ser a vertente mais trabalhosa do jornalismo, mas com os resultados mais impressionantes. Do jornalismo investigativo surgem as grandes denúncias capazes de revirar a sociedade de ponta cabeça. De acordo com Pena (2005, p.201): “Investigar significa pesquisar, confrontar, verificar, analisar, insistir. Todos esses verbos no mesmo processo de produção jornalística”. O autor ainda diz que o jornalismo investigativo deve ter como objetivo beneficiar a sociedade: “Promover questionamentos e debates sobre as consequências das matérias produzidas, e assim, contribuir para o aperfeiçoamento da democracia”.

Essas são algumas das tantas faces que o jornalista pode possuir. Historicamente esses papéis foram aceitos e continuam a ser interpretados, alguns

com maior intensidade, outros com menos. Assim como a função base do jornalismo, os papéis também podem ter sofrido alterações com o uso das novas tecnologias e também das diferentes convergências, mas, o que seriam esses fatores? No próximo capítulo.

4 CENÁRIO DA CONVERGÊNCIA

Este capítulo tratará da convergência tecnológica e midiática, trazendo as diferenças e suas implicações no processo do fazer jornalístico.

4.1 O QUE É CONVERGÊNCIA?

Do dicionário¹¹ online de português (2009), a definição mais simples e geral de convergência seria “que caminha para o mesmo ponto ou objetivo”, ou ainda, “qualidade do que é capaz de convergir; dirigir-se para um ponto comum”. Partindo desse princípio, existem dois cenários que mostram uma junção, ou convergência, de processos e produtos que podem influenciar o jornalismo: a convergência midiática e, em menor grau, a convergência tecnológica.

Se como visto acima, convergir tem o conceito de seguir para o mesmo lugar, ou pode-se dizer, de trabalhar em conjunto, ambos os cenários acima são uma mistura. Obviamente, um de mídias e o outro de tecnologias. Mas, será que é apenas isso? Esses dois “pequenos” conceitos estão permeados de fatores que tem tudo para transformar, seja uma profissão, ou seja, até o hábito de uma sociedade inteira.

Para definir convergência com o foco na comunicação, um conceito interessante é encontrado em uma apresentação de pesquisa do Deutsche Bank.¹² Apesar de o estudo ser voltado para a economia, a definição é objetiva e compreende o primeiro significado de convergência. De acordo com Stobbe e Just (2006), em inglês: “Convergence is often defined in very generalised and simplified terms as a process by which telecommunications, information technology and the media, sectors that originally operated largely independently of one another, are

¹¹Disponível em: <https://www.dicio.com.br/>. Acesso em: 29 de ago. 2016.

¹²Maior banco alemão, fundado em 1870.

growing together”. Traduzindo a conclusão do autor, chega-se perto de que a convergência é definida "em termos simplificados e generalizados" como o processo em que as telecomunicações, as tecnologias da informação e a mídia estão crescendo de forma conjunta.

Na economia, crescer pode ter relação com a quantidade monetária que uma empresa possui ou o crescimento do seu tamanho. Mas, dentro da comunicação, pode-se interpretar o "crescer" como "evoluir".

Já para Jenkins (2009), considerado o criador do conceito de convergência midiática, a convergência é, na verdade, uma colisão, em que existirá um encontro dos diferentes tipos de mídia. Segundo o autor (2009, p.30):

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p. 30).

Jenkins traz para a discussão sobre a convergência mais dois aspectos importantes: o conteúdo e o público. No fundo da definição do autor está implícito os processos que marcam a convergência, no caso, a midiática. Um conteúdo pode passar e ser reproduzido nas diferentes mídias, e o público pode acompanhar esse conteúdo da maneira que achar melhor. No mesmo conceito, também pode ser explorado o fato de meios diferentes trabalhando em conjunto, como já acontece atualmente, sem entrar no mérito sobre como está sendo feita a produção do conteúdo.

Outra palavra-chave para o processo da convergência é “interação”, utilizada também por Jenkins. O autor (2009, p.33) explica que o “paradigma” da convergência não é ligado com o da revolução digital, que ganhou força nos anos 90: “Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas”.

Esse conceito pode ser ligado ao conceito de remediação, apresentado pelos autores Bolter e Grusin (2000). Em seu livro, *Remediation: Understanding the*

New Media, os autores se apoiam na ideia de McLuhan¹³, em que o conteúdo de uma mídia é sempre outra mídia. Assim, criam o termo, que de acordo com Bolter e Grusin (2000, p. 45): “We call the representation of one medium in another remediation, and we will argue the remediation is a defining characteristic of the new digital media”. Em tradução livre, os autores dizem que a remediação é a representação de uma mídia em outra, e essa seria uma “característica definidora” da internet. Como um exemplo, os autores citam as fotografias que podem ser reproduzidas no computador.

Assim como Jenkins, os autores citam que uma mídia não vai anular a outra. Segundo Bolter e Grusin (2000, p. 47) a mídia mais velha não poderá ser apagada, já que a nova mídia será dependente dela, “de uma forma reconhecida ou não reconhecida”. Também assim como Jenkins, os autores enxergam a remediação como um processo que pode transformar as mídias. Para Bolter e Grusin (2000, p. 224), “convergence is remediation under another name, and the remediation is mutual: the internet refashions television even as television refashions the internet”. Ou seja, “a convergência é a remediação sob outro nome”, e ainda conforme os autores, essa remediação serve para os dois lados, assim como a internet modificará a TV, a TV fará com que a internet se modique. Um meio foi utilizado como exemplo, mas a afirmação poderia também servir para os outros meios de comunicação.

Sendo assim, deve ser destacado que a história de que uma mídia substituíra a outra é antiga no mundo e nunca aconteceu, pelo menos na maioria das vezes. Não se precisa ir tão longe, na metade do século passado estudiosos chegaram a imaginar que a televisão substituiria o rádio – não foi o que aconteceu. Outro ponto importante é que quando se trata de nova mídia, está se falando atualmente da internet. No caso, a internet é uma parte central no conceito de Jenkins sobre a convergência midiática. Além disso, ela também é ponto importante no conceito de convergência tecnológica.

A convergência midiática começa ainda na década de 80 com o início da digitalização dos meios de comunicação. Prado, Caminati e Novaes (2005, p.28) percebem esse fenômeno de duas maneiras, mas ambos limitados a tecnologia:

¹³Herbet Marshall McLuhan foi um teórico canadense, sendo um dos primeiros a estudar as consequências das tecnologias na comunicação. Faleceu em 1980, aos 69 anos.

Entendemos por digitalização o processo de captura de qualquer tipo de documento, como textos, imagens e áudios, para permitir o gerenciamento e acesso facilitado a essas informações através de recursos da informática. Além disso, essa passagem garante a reprodutibilidade das obras sem perda de qualidade e representa o elemento técnico que possibilita a universalização dos acessos antes extremamente limitados e controlados. (PRADO; CAMINATI; NOVAES, 2005, p.28)

Os autores querem dizer que, de forma geral, a digitalização é o que dá a possibilidade do transporte dos diferentes produtos para dentro de outros meios, nesse caso, vislumbra-se a internet como portadora desse recurso. Como a internet pode ser acessada em diferentes dispositivos, seja no computador, no *smartphone* ou até na televisão, o “acesso” citado acaba se tornando descentralizado, dando inúmeras possibilidades ao público. Já a segunda percepção sobre a digitalização está ligada a questão da qualidade de transmissão. De acordo com os autores (2005, p.28):

No tocante às telecomunicações, a digitalização dos sinais de transmissão analógicos oferece melhoria na qualidade de recepção tanto de áudio como de vídeo, constituindo um processo de otimização do uso do espectro, em relação ao qual ainda não sabemos ao certo que novos serviços ou soluções adotar. (PRADO; CAMINATI; NOVAES, 2005, p.28).

Nesse ponto deve ser feito um parêntese importante. No Brasil, o processo de digitalização do sinal de televisão já está acontecendo, enquanto o do rádio ainda busca o modelo. Em se tratar da radiodifusão, em 2016 as emissoras AM começaram a migrar para a frequência FM. O governo brasileiro entende que a frequência AM é muito baixa e assim não suporta as atuais tecnologias, como ter transmissão por celular, por exemplo. Já a televisão passa por processo de desligamento da TV analógica desde março de 2015. Todo o país deverá possuir o sinal digital em julho de 2017. Além da melhoria na transmissão da imagem e áudio, existe também a interatividade – outro ponto que será discutido adiante.

Sendo assim, a digitalização abre o caminho para o surgimento da convergência midiática. Mas, a digitalização sendo um processo tecnológico, não seria uma convergência tecnológica? Na minha concepção sim. Nesse sentido, pode-se haver uma confusão entre as convergências, por isso é importante uma delimitação.

4.2 MIDIÁTICA VERSUS TECNOLÓGICA

Já foi disposto nesse capítulo o que Jenkins entende por convergência, que para ele, se trata da convergência midiática. É um processo que ainda está sendo explicado nesse trabalho, que como já citado envolve diferentes fatores, não apenas a mídia, mas também comportamentos e o público. A convergência midiática é como se fosse um todo, que engloba, como disse Jenkins, também a cultura e a tecnologia. Então, permite-se pensar que a convergência tecnológica é indiretamente um braço da convergência midiática, ainda mais que ambas alcançam e englobam a comunicação.

Como primeiro contato com o termo da convergência tecnológica, Squirra (2005, p.79) diz que: “A convergência tecnológica deve ser entendida como a chegada de um vasto cenário de instrumentos, sobretudo, digitais que desempenham – ou podem desempenhar – funções técnicas assemelhadas ou complementares”. O autor (2005, p.79) também identifica qual é o cenário em que a convergência tecnológica é encontrada:

Encontra-se hoje razoavelmente assimilada nos distintos cenários científicos e comerciais pela concordância de que as tecnologias - sobretudo as da comunicação - devem se enxergar, possibilitar conexões e acoplagens e trocar dados entre si, permitindo que os consumidores tenham pleno e fácil acesso aos enlaces digitais que passaram a ser disponibilizados. (SQUIRRA, 2005, p.79).

As tecnologias ao que o trecho acima se refere são das mais diversas e com as mais diferentes utilidades. O fato é que a convergência tecnológica está ligando esses pontos, ou tecnologias, para facilitarem a vida das pessoas. Pensando assim, dentro da comunicação, a convergência está tentando facilitar os seus processos. No entanto, novamente de forma geral, Squirra (2005, p.83) explica: “No intercâmbio sistêmico dos equipamentos digitais, o que se prenuncia é a oferta crescente de uma extraordinária gama de dispositivos, que trará embutido o máximo de liberdade individual, com o mínimo de esforço, complexidade e custo”.

O autor ainda compara a chegada dessas tecnologias com tecnologias antigas, como o livro ou a eletricidade, que mudaram o comportamento da sociedade. Como se pode ver atualmente, alguns hábitos estão mudando. O próprio

Squirra trata no seu artigo que no futuro, a televisão não precisará de horário para ver determinados programas, o público irá ter a possibilidade de ver a hora que achar melhor. Hoje se está, em certo grau, acontecendo isso, com ferramentas como a *Netflix*¹⁴, que possibilitam o espectador ver os programas disponíveis na plataforma a hora que quiser.

Esse pequeno comportamento, ou essa mudança que está em curso, é ligada com o objetivo que Serra (2006, p.334) traça como principal da convergência tecnológica:

O principal objetivo da convergência tecnológica é fornecer soluções para problemas multidisciplinares e que dependam de diversas tecnologias, ou seja, problemas que necessitam de arquiteturas, infraestrutura e métodos bem definidos para que se possa oferecer ao usuário acesso às suas informações e aplicações em qualquer lugar, em qualquer momento, de qualquer tecnologia, de qualquer rede de acesso, por qualquer dispositivo de comunicação, por meio de uma interface homem-máquina coerente, com qualidade adequada e de forma transparente. (SERRA, 2006, p.334).

Usando ainda o caso da Netflix como exemplo, a convergência tecnológica acontece porque o usuário pode assistir ao seu programa de onde preferir: seja no tablet, no *smartphone*, no computador, no videogame ou na televisão.

A autora também faz uma importante observação. A convergência tecnológica não pode ser confundida com o termo de “interoperabilidade”, que como Serra (2006, p. 335) explica, “é a capacidade de trabalho em conjunto com outros sistemas e aplicações independentes”. Do outro lado, “a convergência visa adaptar um mesmo serviço a diferentes meios de comunicação e tecnologias de rede de acesso”, carregando os objetivos apresentados acima.

Assim, a autora (2005, p. 335) define: “A convergência tecnológica pode ser adotada em qualquer aplicação de tecnologia de informação e comunicações que exija mobilidade, interatividade e ubiquidade”. Um dos melhores exemplos atualmente de convergência tecnológica, que tem ligação com o jornalismo, podem ser os *smartphones*, que além de carregarem inúmeras funções, como fotografar, gravar, telefonar e filmar, ainda tem acesso à internet, possibilitando que o público permaneça informado e conectado a todo instante.

¹⁴Serviço *on demand* de filmes, seriados e programas audiovisuais. Acesso em: netflix.com.br

Mas, a principal consequência da convergência tecnológica é a possibilidade de uma mídia estar inserida em outra. Segundo Becker (2007, p.66), “a tecnologia digital viabiliza a transposição de barreiras entre mídias e linguagens”. Ou seja, o suporte tecnológico está possibilitando uma mudança na forma como as mídias são apresentadas. Dentre esses suportes, o principal é a internet, novamente de acordo com o autor (2007, p.67), “essa nova mídia já nasceu como produto da convergência tecnológica e seus conteúdos refletem essa origem. Imagens, áudio e texto apenas não trafegam juntos, mas se complementam. O conteúdo é multimídia”.

É importante que seja entendido esse ponto. Esse é o fio que delimita a convergência tecnológica: o suporte está possibilitando as mudanças. O suporte está possibilitando que tenhamos conteúdos multimídias, que vão influenciar na profissão do jornalista. Já a convergência midiática é o ponto em que tudo isso está ocorrendo, assim como é o ponto em que estarão inseridas todas essas modificações – possibilitadas pela tecnologia.

As tecnologias podem sim causar transformações, mas como explica Jenkins (2009, p.41), tratando elas como tecnologias de distribuição, elas podem sumir, enquanto os meios de comunicação continuarão a existir: “Tecnologias de distribuição vêm e vão o tempo todo, mas os meios de comunicação persistem como camadas dentro de um estrato de entretenimento e informação cada vez mais complicado”.

O autor admite que o conteúdo, o público ou status social de um meio pode mudar, “mas uma vez que um meio se estabelece, ao satisfazer alguma demanda humana essencial, ele continua a funcionar dentro de um sistema maior de opções de comunicação”. Jenkins (2009, p.42) diz ainda que tudo sobre a convergência que é discutido atualmente, pode começar e terminar no que o autor chama da “Fálcia da Caixa Preta”, em que futuramente todas mídias estarão em uma única caixa preta. O autor adverte que o que transforma a teoria em falácia, é que o desenvolvimento é considerado apenas uma transformação tecnológica, ignorando as mudanças de comportamentos sociais e, principalmente, culturais.

Na época em que escreveu o seu livro, Jenkins (2009, p.43) relatou que os suportes tecnológicos divergiam e por isso as pessoas eram obrigadas a comprar diversos aparelhos. Mas, o autor já admitia que o futuro da convergência caminhava em direção à procura dessa caixa preta, até por isso outros aparelhos, como o

celular, começam a ganhar cada vez mais funções. Se formos analisar atualmente, existem três fortes concorrentes para essa caixa preta, sendo uma delas, a evolução do sobrecarregado celular: o *smartphone*, a televisão e o computador.

No entanto, com apostas à parte, assim como já foi delimitado, Jenkins (2009, p.43) frisa:

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. Não haverá uma caixa preta que controlará o fluxo midiático para dentro de nossas casas. Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência. (JENKINS, 2009, p.43).

Nessa chamada cultura da convergência de Jenkins, o autor (2009, p.43) resume que “alimentar essa convergência tecnológica significa uma mudança nos padrões de propriedade dos meios de comunicação”. O autor usa como exemplo uma grande empresa que controla apenas o cinema, que agora quer controlar todos os tipos de mídia. Do outro lado, Jenkins (2009, p.44) explica que “a convergência dos meios de comunicação impacta o modo como consumimos esses meios”. Dessa maneira, o autor traz uma primeira conclusão importante: “A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação”.

4.3 O QUE MUDA NO JORNALISMO COM A CONVERGÊNCIA

Jenkins trata da questão da convergência midiática de uma maneira geral, que engloba toda a mídia. A pesquisa proposta busca as consequências apenas dentro do jornalismo. No entanto, uma regra geral é bastante válida também a profissão do jornalista, que se trata do comportamento e atuação do público. De acordo com Jenkins (2009, p.46):

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (JENKINS, 2009, p.46)

Dessa maneira, cabe apresentar as diferentes formas que o público está participando e também influenciando no trabalho do jornalista. Em um primeiro momento, a participação do público no trabalho jornalístico pode ser apresentada de duas formas: interativa e colaborativa. No cenário atual, ambas as maneiras vão ser potencializadas pela tecnologia ou ainda pelo suporte das redes sociais, como visto no segundo capítulo.

A interatividade sempre existiu no jornalismo, antigamente por cartas, telefonemas e mais recentemente, por e-mails. Atualmente, acontece de forma mais frequente pelas redes sociais. Para o trabalho proposto, é melhor o entendimento de interação como um contato primário que o público mantém com os veículos de comunicação. Contato feito por questionamentos, dúvidas, recados, diálogos, atualmente permitidos, e o aviso sobre acontecimentos. Quando se tratar da produção de uma notícia por parte do público, estará se tratando do lado colaborador do público.

A primeira colaboração identificada com a utilização da internet foi através dos blogs. Quadros (2005), analisa esse surgimento entre o período entre 1995 e 2005, em que segundo ela, não houve grande evolução do jornalismo digital. De acordo com a autora (2005, p.3):

Neste íterim, no qual houve euforia e depois estagnação do jornalismo digital, surgem os blogs para reanimar os usuários da Internet com um livre fluxo de informação. A informalidade, uma característica evidente dos blogs, também incentivou a participação do leitor, elevando-o, de fato, à categoria de usuário. (QUADROS, 2005, p.3).

A autora propõe com muita clareza o que de fato acontece a partir dessa ativação do público na internet. Agora, um usuário pode ser o seu próprio editor e repórter, publicando informações para quem quiser ler. Essa é outra característica importante criada na internet, o usuário tem a liberdade de escolher o que quer

acompanhar ou consumir, em outras palavras, é a segmentação. Mas, antes de prosseguir, é interessante o resumo feito por Quadros (2005, p.4) sobre o que se tornou o processo da comunicação, que deixa de ser feito de um (mídia de massa) para muitos: “A forma plural de comunicar na Internet – um para um, muitos para muitos, muitos para um e também de um para muitos – possibilita a participação efetiva de um público outrora passivo e recentemente pseudoativo”.

Outro autor que também tem um pensamento sobre o que a tecnologia causa com o público, e principalmente com a produção do jornalismo é Meyer, apresentado a partir de Marcos Santuário (2015, p.49). A reflexão por Meyer foi feita ainda em 2004:

Para ele, a tecnologia estaria levando o setor da informação para uma vivência similar à ocorrida no universo do setor alimentício, no qual os consumidores atuais não estariam mais preocupados em ter o que comer como os agricultores de subsistência só século XIX. Agora, eles pensariam mais no sabor, na textura e nos nutrientes dos alimentos, e até mesmo na conveniência de suas embalagens. No caso das comunicações, com uma oferta tão abundante de informação, a habilidade de descobrir e transmitir a verdade tem relativamente menos valor, e a ênfase passa à capacidade de tornar o produto atraente e desejável para o consumidor final. (SANTUÁRIO, 2015, p.49).

É importante destacar que essas observações foram feitas na metade da década passada, já dando um "gosto" do que estaria por vir. Dessa potencialização da participação do ouvinte dos últimos anos, devem ser destacados as redes sociais e as plataformas móveis, que alavancaram também o imediatismo da informação.

Um exemplo recente e contundente pode ser encontrado na pesquisa realizada por Danelli e Orlando (2015), que analisou o uso do aplicativo Whatsapp¹⁵ nas rotinas de rádios. Nesse caso, duas conclusões foram percebidas, a primeira de que a produção da notícia foi alterada, principalmente pela proximidade com o ouvinte. Uma das rádios analisadas chegou a cunhar o termo de "ouvinte-repórter". De acordo com Danelli e Orlando (2015, p.3):

O “ouvinte-repórter” permite que o jornalista se aprofunde na notícia, mostrando o lado daqueles que não estão apenas querendo ser apresentados, mas também querem participar do processo de informação. Eles se tornam fontes, produtores e consumidores de sua própria realidade, que antes era apresentada de forma distante. As notícias se tornam mais humanas, dando maior credibilidade à emissora devido à aproximação com o ouvinte. (DANELLI;ORLANDO, 2015, p.3).

¹⁵Aplicativo que permite a troca de mensagens por texto, voz e vídeo de forma gratuita.

Essa análise poderia ser igualmente feita com o uso de outros aplicativos ou redes sociais, como o *Twitter*¹⁶, *Facebook*¹⁷, *Instagram*¹⁸ e mais recente o *Snapchat*,¹⁹ que atualmente também estão em frequente uso pelos veículos de comunicação. É usual a participação do público através das *hashtags*²⁰. Um exemplo de consciência sobre a nova característica do consumidor é a própria Olimpíada do Rio 2016. Em uma experiência particular, como estagiário, surgiu a oportunidade de participar da coletiva de imprensa sobre a passagem da Tocha Olímpica em Caxias do Sul. Na ocasião, a assessoria de imprensa dos Jogos Olímpicos disse que o evento passado, em 2012 em Londres, foi a Olimpíada das redes sociais, e essa seria a Olimpíada da participação ativa do público como transmissor.

O que ajuda também essa transformação do público são as próprias tecnologias. Qualquer um desses aplicativos permite facilmente o envio de fotografias, textos e vídeos. Além disso, alguns como o *Snapchat*, *Facebook* e *Twitter* (através do periscope) permitem realizar transmissões ao vivo.

Voltando-se especificamente para o jornalismo, esse tipo de produção jornalística feita pela população recebe diferentes termos, que no fundo tem a mesma significação. Seriam o jornalismo colaborativo, jornalismo cidadão, jornalismo participativo e o mais utilizado, jornalismo *open source*.

De acordo com Danelli e Orlando (2015, p.5) o jornalismo cidadão é:

O jornalismo cidadão designa a produção e a difusão de informação por cidadãos que não têm formação jornalística ou que não estão ligados a veículos de comunicação tradicionais. Ele é um reflexo da visão do público, a fim de construir debates comandados por editores para desenvolver um “senso comum”. Nesses casos, o receptor atua como protagonista do processo noticioso e não apenas como um coadjuvante. (DANELLI; ORLANDO, 2015, p.5).

16Rede social que permite o compartilhamento de informações a partir de 140 caracteres.

17Rede social mais utilizada atualmente, permite o compartilhamento de texto, fotos, vídeos e links.

18Rede social voltada para o compartilhamento de fotografias.

19Rede social que funciona a partir do compartilhamento de “histórias” curtas. Os usuários podem produzir e mostrar essas histórias por pequenos vídeos.

20Representada pela cerquilha (#), é difundido a uma palavra-chave para fácil localização dentro de redes sociais. Como por exemplo, #jornalismo.

Já sobre jornalismo *open source*, Quadros (2005, p.6) explica que o termo surgiu em 1999, em um artigo escrito por Andrew Leonard sobre o site *Slashdot*²¹. De acordo com a autora: “Nesse jornalismo de fonte aberta os usuários de diários e revistas digitais também colaboram com editores no momento de escrever uma reportagem”. Brambilla (2005, p.3) também trata sobre o jornalismo *open source*, possuindo uma visão de que a notícia nesse jornalismo não é fechada, mas o início de uma reflexão entre usuários. Segundo a autora:

No jornalismo open source, a produção do noticiário passa por *n* mãos, desde a concepção da pauta até a fruição. A notícia open source não é um fim em si mesma, mas o ponto de partida para uma discussão que se estenderá conforme o interesse da comunidade de interagentes. (BRAMBILLA, 2005, p.3).

Em seu artigo, Brambilla (2005) cita o exemplo do site *OhmyNews* como um veículo feito pelo público. Atualmente no Brasil, existem exemplos semelhantes, como o *Torcedores.com*²² e a rede *Blasting News*²³, que dão mais facilidade para o usuário se cadastrar e começar a escrever. No entanto, o que deve ser destacado nos sites brasileiros é que analisando o conteúdo de ambos os sites, as notícias são, em sua maioria, reproduções do que já foi publicado em veículos mais conhecidos. Essa conclusão vai ao encontro do que Jenkins (2009) demonstra com os exemplos no seu livro, como *Survivor, Harry Potter e Star Wars*. A chamada mídia tradicional que dá o suporte para esse trabalho ser realizado. Nesse caso, as informações dos sites são provindos dos grupos tradicionais. Outro lado também desse tipo de jornalismo, é que existem veículos que estão abrindo espaços para disponibilizar apenas o conteúdo produzido pelo público, como foi apresentado no capítulo II dessa pesquisa.

A participação ativa do público acaba modificando o ambiente do jornalismo. Os profissionais têm, de certa forma, que dividir um espaço com o público produtor, além de estarem mais conectados também ao que os consumidores dos veículos

21Site que compartilha notícias de outros sites, com o objetivo de proporcionar espaço de discussão para os usuários.

22Site colaborativo com enfoque para o esporte. Para participar, o usuário precisa ser aprovado pelos editores do site, a partir de um teste.

23Site colaborativo, porém, com objetivo monetário. Após o cadastro, os usuários podem escrever sobre qualquer assunto. Quanto mais visualizações dos *posts*, mais dinheiro o usuário ganha.

têm a mostrar. Estudiosos e teóricos do jornalismo defendem que um efeito dessa nova atitude do público é uma mudança do chamado *gatekeeper* para o *gatewatcher*.

A teoria do *gatekeeper* é antiga. Como conta Traquina (2005, p.149), o termo foi utilizado primeiramente no jornalismo por David Manning White, nos anos 50. De acordo com Traquina (2005, p.150):

Nesta teoria, o processo de produção da informação é concebida como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher a notícia ou não. Se a decisão for positiva, a notícia acaba por passar pelo “portão”; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa a sua “morte” porque significa que a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação. (TRAQUINA, 2005, p.150).

De acordo com Primo e Träsel (2006, p.8), o termo *gatewatching* é explicado por Alex Bruns. O *gatewatcher* seria o "bibliotecário", o "repórter" e agora o "vigia", não mais o porteiro. Isso, de acordo com os autores, se dá pelo espaço ilimitado que a internet possui. Dessa maneira o jornalista não precisa mais eliminar notícias, mas sim, apenas escolhê-las. Ainda é explicado que o profissional precisará realizar entrevistas e fazer a análise de informações, princípios que não muda nesse formato. Destaca-se que pela análise, entende-se também a atividade de checar as fontes.

No entanto, há um outro lado do jornalismo frente ao papel de produtor do público. Recuero (2011) demonstra, a partir de um estudo de caso do Twitter, que os veículos jornalísticos não perdem espaço dentro desses espaços digitais. Quando fala-se na participação do público, pode parecer que o jornalista está perdendo espaço ou até credibilidade. Mas, a autora mostra, justamente, o contrário. Nos casos das notícias do atentado de Oslo, na Noruega, em 2011, e da morte da cantora Amy Winehouse, Recuero (2011) comprova que os usuários procuraram confirmar as informações a partir de jornalistas.

De acordo com a autora (2011, p.14) ao analisar os casos:

O fato de de ter sido publicado por um veículo midiático é percebido como uma garantia de credibilidade. Assim, parece-nos que a credibilidade dada ao jornalismo permanece mais forte do que nunca. A própria centralidade

dos veículos jornalísticos como aqueles cujas mensagens são mais repassadas nas redes também auxilia a confirmar essa ideia.

A autora percebe que nas redes o papel do jornalismo segue parecido com o existente em um meio de massa (de confirmar a informação). No entanto, Recuero (2011, p.15) mostra que existe uma troca entre os jornalistas, ou veículos, e a rede social:

O Jornalismo, assim, também possui uma função de organização do espaço informativo, através da filtragem e hierarquização das informações relevantes. Esse papel é construído através de uma troca com as redes sociais presentes na ferramenta. Enquanto essas redes concedem credibilidade, visibilidade e outros valores aos veículos jornalísticos através de práticas como o retweet, esses veículos organizam as informações relevantes, filtrando e organizando o espaço. Entretanto, a prática aqui é de troca. Os veículos necessitam da visibilidade concedida pela rede, que atua também filtrando aquilo que é publicado pelo jornalismo. Se o Jornalismo não mais dá o furo da notícia, a ele cabe o aprofundamento e a seleção das informações que serão apresentadas, a filtragem e o desenho do espaço social.

Mesmo chegando a essa conclusão, Recuero (2011, p.16) comenta que o público pode participar do processo de produção da notícia. No entanto, caberá ao veículo de comunicação transformar essa informação em uma notícia válida: “Embora os atores possam sim contribuir para as notícias, parece tarefa do Jornalismo dar-lhes visibilidade e relevância e amplificar aquilo que dizem para um maior número de pessoas”.

Passada essa questão, outra consequência é o jornalismo móvel, conhecido também como MoJo, que nasce da inovação tecnológica. O MoJo está estritamente ligado a exemplos dados na nova participação do público, como o uso de aplicativos por meio dos *smartphones* e também das transmissões ao vivo. Como conta Quinn (2014), a expressão surgiu em 2005, por meio de funcionário do jornal Ganett, dos Estados Unidos, que participavam de um projeto que reunia novas maneiras de noticiar. O jornalista móvel seria o profissional que com um *smartphone* consegue realizar o seu trabalho. Como conta Quinn (2014, p.83):

O desenvolvimento significativo da reportagem ocorreu no final de 2007, com a chegada do *MoJo* (*mobile journalist/ mobile journalism*), ou jornalista móvel – repórter que usa apenas um telefone celular para reunir e transmitir notícias. Um repórter *MoJo* pode transmitir vídeo ao vivo para a internet, gravar áudios e entrevistas com o telefone que já vem com gravador, tirar

fotos com a câmera do telefone e escrever mensagens de texto em teclados desmontáveis antes de enviá-los a um escritório por meio de internet 3G ou *Wi-fi*. (QUINN, 2014, p.83).

Com essa definição, é novamente fácil relacionar que o jornalismo móvel potencializa o jornalismo colaborativo. Outros autores, como Silva (2015, p.9), explicam o jornalismo móvel travando um paralelo sobre a significação do termo no passado e as características do formato no presente:

O jornalismo móvel é uma modalidade de prática e de consumo de notícias através de tecnologias móveis (*smartphones, tablets*, celulares e outros dispositivos similares). Numa perspectiva histórica, o jornalismo móvel é compreendido como informação transportada para os jornais e revistas, meios eletrônicos rádios e TV. No cenário atual, a prática é caracterizada pela mobilidade física e informacional para a produção de conteúdos diretamente do local do evento cujas condições são potencializadas pela portabilidade, ubiquidade e mobilidade, além da consideração do aspecto de espacialização contextualizada com a geolocalização da notícia. (SILVA, 2015, p.9).

Não é difícil imaginar que o processo jornalístico sofre modificações com a prática do jornalismo móvel. A primeira quebra é do jornalista coletar a informação e voltar até a redação para escrever a notícia, para só depois publicá-la. Silva (2015, p.10) também defende a mudança do processo, argumentando ainda que esse novo formato “elevou o formato à condição multitarefa e polivalente” – que como foi citado no capítulo II, é uma nova configuração de jornalista.

Como conta Quinn (2014, p.86), a *Reuters* foi a primeira agência no mundo a dar um *kit* de jornalismo móvel para os seus funcionários. Ou seja, um celular com pacote de telefonia com transmissão para a internet. Desse fato e já das citações acima, é óbvio que a principal parte do jornalismo móvel é a tecnologia, até por isso esse formato atualmente já é uma realidade caminhando para permanência definitiva. Como explica Silva (2015, p.17), o jornalismo móvel está na quinta fase, em que conta com “redes de alta velocidade” e “redes de alta definição”, como a imagem em HD ou *full HD*. O autor ainda explica que existe o benefício de grande espaço para armazenamento e a facilidade de conexão com outras plataformas. Além disso, existe a possibilidade de trabalhar com a “computação em nuvem” e os inúmeros aplicativos com as mais diferentes funcionalidades.

Porém, nesse momento em que se cita o desenvolvimento tecnológico, é importante destacar a observação que Quinn (2014, p.89) faz:

É importante enfatizar a natureza complementar do trabalho ligado ao jornalismo móvel. Ele não foi pensado para substituir câmeras de vídeo de última definição para transmissão de televisão nem câmeras digitais de alta definição ou gravadores de áudio de transmissão para rádio. Mas é como um "canivete suíço", uma opção para produção de conteúdo multimídia quando nenhuma outra tecnologia está disponível. (QUINN, 2014, p.89).

Esse é o cenário do jornalismo móvel, mais uma consequência provinda das convergências. Como já citado, esse formato quebra o processo do jornalista, que conta com novas tecnologias para transformar o fato em notícia. Mas, um fator importante já citado é o fato do MoJo engrossar a característica do jornalista multifuncional. Assim como Silva, Quinn (2014) também cita a nova tendência, utilizando a citação do jornalista Mark Glaser, do blog *MediaShift*. De acordo com Glaser (*apud* QUINN, 2014, p.93): “Não é suficiente ser um jornalista que atua em uma emissora de rádio ou televisão, que atua na mídia impressa ou um fotojornalista na era digital. Agora os jornalistas precisam aprender uma série de habilidades para alcançar diferentes públicos”.

Quem também enxerga o profissional multifuncional como uma consequência da convergência tecnológica são os autores Avilés e Salaverría (2008). No entanto, os autores espanhóis enxergam a mudança não apenas no âmbito profissional, mas enxergam também como uma transformação que atinge as empresas jornalísticas.

Avilés e Salaverría (2008, p. 35) explicam essa convergência em três escalas, para após isso demonstrar o que acontece nos veículos. O primeiro nível é a “convergência de rede”, que acontece por causa da internet. No caso, a tendência é que a partir dessa rede exista uma interação entre, por exemplo, a internet e outros formatos, como a televisão e o celular.

A segunda escala é a “convergência instrumental”. De acordo com Avilés e Salaverría (2008, p.36), esse nível seria a tentativa de passar a unificar as ferramentas utilizadas para diferentes funções, em uma só. Como os autores explicam, a tendência é que cada vez mais as empresas procurem por ferramentas unificadas, ainda mais pela promoção do “trabalhador polivalente”. Ainda conforme Avilés e Salaverría, a tendência da unificação de redações também fará com que cresça a busca pela “polivalência instrumental”. Para exemplificar esse nível, pode

ser pensado novamente no *smartphone*, que une uma série de funções que antigamente estariam em utensílios separados.

Por último, está a “convergência de aplicações”. Segundo Avilés e Salaverría (2008, p.36) se trata dos sistemas de edição, como o CMS (*content management systems*). Esses sistemas tendem a buscar a integração, trazendo um processo de edição multiplataforma. Os programas consistem na criação, edição, gerenciamento e publicação de conteúdo. Como os autores explicam, atualmente esse programa serve para gerenciar os jornais e suas versões online e os veículos de áudio e vídeo para suas versões digitais. Para o futuro, os autores preveem que o sistema poderá fornecer edição e gerenciamento para todas as plataformas em um formato conjunto.

A partir disso, os autores espanhóis explicam consequências que podem ser observadas nas empresas de comunicação. A primeira, de acordo com Avilés e Salaverría (2008, p.37) é de que os veículos de comunicação estão fechando parcerias com outros meios para proporcionarem novos serviços. Os autores utilizam novamente o exemplo de uma rede de televisões, que faz um acordo com uma empresa de celulares para lançar uma TV interativa. De acordo com os autores: “De este modo, la convergencia digital tiende a configurar un paisaje mediático em donde los medios tradicionales, antes competidores, son ahora aliados”.

Outras mudanças verificadas na estrutura e na estratégia das empresas de comunicação passam por pontos como uma grande competição publicitária, o corte orçamentário e a necessidade de produzir conteúdo para diferentes veículos de uma mesma empresa (AVILÉS; SALAVERRÍA, 2008, p. 38).

Esses fatores citados acima começam a levar para a uma redação unificada. Porém, os autores (2008, p.39) explicam que as empresas ainda apostam em um formato de colaboração de jornalistas de diferentes meios para cobrir, geralmente, eventos programados. São poucas as empresas que apostam em uma única redação para trabalhar em nome de diferentes plataformas. Avilés e Salaverría ainda fazem a ressalva que uma redação completamente convergente exigiria um “alto grau de polivalência” dos jornalistas, que precisariam “adaptar” os conteúdos para cada veículo.

Conseqüentemente, o que foi citado acarreta também em mudanças nos processos de “captação e elaboração dos conteúdos”. De acordo com Avilés e

Salaverría (2008, p. 40), o processo de busca das informações pode ser feito pelo mesmo jornalista. Na hora da elaboração do material, o conteúdo seria dividido para cada plataforma. Durante esse processo, os jornalistas respeitaram “as decisões editoriais e estilísticas” de cada meio. O mesmo respeito seria demonstrado na hora da publicação.

Os autores (2008, p. 41) dizem ainda que a internet vem modificando esses processos. Cada vez mais, a demanda pelo material multimídia crescerá. Em suma, isso exigirá uma maior colaboração entre redações, como um jornal impresso contar com profissionais audiovisuais. No entanto, como Avilés e Salaverría comentam, os jornalistas dessas “redações integradas” estão preocupados com a qualidade do conteúdo e começam a se sentirem “empacotadores” de informação. Ainda conforme os autores (2008, p. 42), esses “empacotadores” começam a questionar a sua função, já que muitas vezes produzem conteúdos provindos de agências ou de outras fontes.

Inevitavelmente, todo esse processo cria o já citado profissional multimídia ou multifuncional. Como demonstram os autores (2008, p. 43), as empresas conseguem a partir desse jornalista aumentar a produtividade, reduzindo o custo de produção. Avilés e Salaverría identificam assim que o jornalista sofre com a “precariedade do posto de trabalho”, já que os veículos reduzem a equipe de trabalho e ainda os recursos. Com esse cenário, Avilés e Salaverría (2008, p. 45), concluem que o jornalista “polivalente” se transforma em um jornalista “multiuso”.

Esse jornalista multimídia acarreta uma série de questões, como o trabalho sobrecarregado para apenas um jornalista e até a qualidade do material publicado. Do outro lado, analisando o cenário atual, outros fatores, como o imediatismo, parecem também ter um destaque na rotina do profissional.

A questão sobre a tecnologia também gera um questionamento contraditório. De um lado está o jornalista móvel, responsável, em tese, por transmitir a informação do lugar do acontecimento para diferentes plataformas. Mas, do outro lado, está o público, produzindo mais para o jornalismo e abastecendo os jornalistas. Nesse sentido, o jornalista estaria cada vez mais presente nas redações, acomodado com o trabalho do público e validando as informações do público ou estaria fora da redação à caça de material? Vale demarcar que a tese sobre o jornalista móvel

parece ser mais plausível para a cobertura de eventos agendados, não para as notícias factuais.

Dado que é um cenário de novidades e de transição, esse e outros questionamentos podem ser olhados para o futuro. Alguns jornalistas já tratam sobre o assunto. Marcelo Soares (2010, p.41) demonstra a sua opinião, que passa por uma mistura do novo com o tradicional: “O jornalismo precisa se adaptar à tecnologia, mas sem perder os seus valores centrais: a disciplina da verificação, a depuração e o interesse público”.

É o que está acontecendo? O jornalismo está se adaptando, mas mantendo os seus “valores” e outros conceitos que já foram vistos aqui? Historicamente, como foi apresentado, o jornalista assumiu diferentes papéis, de apoiadores de causas políticas a investigadores, para a chamada função multimídia (mas possivelmente sem perder essas e outras características). Anos e cenários passaram e o jornalista foi se transformando, mas nesse momento novo e confuso, qual é o papel do jornalista perante o seu público? O fazer jornalístico sofreu alterações?

5 METODOLOGIA

De acordo com o autor Jayme Paviani (2006, p.43), “a ideia de método nasce originalmente do termo ou metáfora que indica caminho, orientação, percurso de uma ação ou meios para alcançar um fim”. Dessa maneira, antes de buscar a resposta para o problema proposto, deve-se buscar as ferramentas ideais que levam à pesquisa.

Paviani (2006, p.43) ainda indica que o método pode ter duas significações, “o primeiro, o modo de conhecer (analisar, descrever, sintetizar, explicar, interpretar, etc.), e o segundo, o conjunto de procedimentos e instrumentos (questionário, entrevista, documentos, etc.) para obter informações”.

As definições de Paviani seguem o conceito de Freitas e Prodanov (2013, p.14) para metodologia, que segundo os autores “é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para a construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade”.

Assim, se têm dois pontos importantes para o problema proposto, “a construção do conhecimento” e a validação e uso do mesmo para a comunidade, seja dentro da comunicação ou fora dela. Ambos os pontos acabam introduzindo questões mais abrangentes.

Freitas e Prodanov (2013, p.14) explicam também que tudo utilizado dentro da metodologia serve para se chegar a construção de uma pesquisa científica. Os autores alertam que para entender a pesquisa científica, primeiro é necessário entender o que é ciência, que estará ligado com a busca pelo conhecimento.

Para Paviani (2009, p.15), “a ciência é uma instituição, ao mesmo tempo, lógico-ontológica e ético-histórica e política”. Já Freitas e Prodanov (2009, p.14) partem do conceito mais simples da palavra ciência, a definindo como “aprender, conhecer”. Mas, os autores explicam que “essa definição etimológica, entretanto, não é suficiente para diferenciar ciência de outras atividades também envolvidas com o aprendizado e o conhecimento”.

Assim, fica entendido que o que deve ser buscado é o conhecimento científico e não outra forma de conhecimento, como o conhecimento popular, que Freitas e Prodanov (2009, p.21) diferenciam “por lhe faltar o embasamento teórico necessário à ciência”. Apesar disso, Paviani (2009, p.15) salienta que “o

conhecimento científico, com suas características racionais específicas, é igualmente um produto cultural”.

O autor (2009, p.16) ainda explica que “a investigação científica parte de crenças e representações dominantes na sociedade”. Para Paviani (2009, p.16), “a ciência combate as crenças; porém, ninguém pode garantir que ela também, a seu modo, não produza novas crenças”. O pesquisador ainda comenta que um conhecimento científico de um período histórico, pode se tornar conhecimento popular em outro período. Isso demonstra que apesar de o estudo ser feito a partir do conhecimento científico, não quer dizer que seja em definitivo dessa maneira.

Ainda sobre o conhecimento científico, Paviani (2009, p.61) destaca que “pode ser entendido como um conjunto de informações constituída de enunciados que descrevem objetos”. Freitas e Prodanov (2009, p.17) ainda destacam que “para que o discurso seja reconhecido como científico, precisa ser lógico, sistemático, coerente, sobretudo, bem argumentado”.

Mas, para se chegar a esse conhecimento são necessárias partes, ainda mais conforme o que Paviani (2009, p.16) trata sobre a ciência: “As concepções tradicionais consideram a ciência como um conjunto de resultados. Hoje, ela é vista como um processo”. Sendo um “processo”, será necessário um método científico para a resolução do problema proposta ou ainda análise das hipóteses.

Dentro da pesquisa, um método é o que melhor se encaixa: o método por análise. Paviani (2009, p.75) comenta que “ocupa-se com a elucidação de discursos, proposições, de conceitos e argumentos”. O autor (2009, p.76) ainda destaca que “embora a análise trabalhe sempre com a linguagem, ela pode decompor coisas reais, ações”.

Paviani (2009, p.77) explica que a análise pode ainda contar com o estudo em cima de diferentes conteúdos, para o autor:

A análise de conteúdos, por exemplo, procura identificar elementos do *corpus* de um texto. Assim, depois da pré-análise (leitura preliminar do material e escolha dos documentos), a análise do material consiste em codificação, categorização e quantificação para finalmente realizar a análise do conteúdo visado. (PAVIANI, 2009, p.77).

Outros pontos importantes são levados em conta dentro do método analítico. Paviani (2009, p.70) afirma que o “modo de conhecer analítico desloca a importância

de algumas perguntas tradicionais”. Assim, conforme o autor (2009, p.70), “as perguntas: o que é conhecimento, ou o que é a verdade passam a ser substituídos pelo problema de como distinguir formas de conhecimento, como saber que um conhecimento é verdade”.

Esse método será colocado com a pesquisa, que Lakatos e Marconi (1992, p. 43) definem como:

Um procedimento formal com método de pensamento reflexivo que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais. Significa muito mais do que apenas procurar a verdade: é encontrar respostas para questões propostas, utilizando métodos científicos. (LAKATOS e MARCONI, 1992, p.43).

Como os métodos, existem tipos de pesquisas a serem feitas. As que serão utilizadas dentro do projeto são a pesquisa qualitativa e bibliográfica. Lakatos e Marconi (1992, p.44) demonstram que a pesquisa bibliográfica “trata-se de levantamento de toda bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita”. Os autores destacam que esse tipo de pesquisa tem como objetivo inteirar o pesquisador sobre tudo que já foi escrito sobre o assunto estudado.

Já a pesquisa qualitativa, na interpretação de Kauark, Manhães e Medeiros (2010, p.26), “considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito”, ainda de acordo os autores, “a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicos no processo de pesquisa qualitativa”. Os pesquisadores também destacam que “não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. É descritiva”.

O autor Flick (2004, p.27) elucida que “a pesquisa qualitativa trabalha, sobretudo, com textos. Métodos para a coleta de informações – como entrevistas e observações – produzem dados que são transformados em textos por gravação e transcrição”. Flick tenta também resumir o que seria esse tipo de pesquisa, ensinando que “o processo de pesquisa qualitativa pode ser representado como uma trajetória que parte da teoria em direção ao texto, e outra do texto de volta para a teoria”.

Para a realização das pesquisas bibliográfica e qualitativa vão ser usadas a coleta de impressões por meio da busca em livros e outras fontes literárias, como explicado acima, e o método de entrevista, que é uma das ferramentas de coleta de dados da pesquisa qualitativa.

Sobre a entrevista de profundidade na pesquisa qualitativa, Duarte (2005, p.62) indica que “explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturado”. Duarte também defende que essa técnica dá maior liberdade. De acordo com o autor:

Entre as principais qualidades dessa abordagem está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. Esse tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística. (DUARTE, 2005, p.62).

Dentro da entrevista de profundidade existem formatos específicos que podem ser utilizados. Para o problema de descobrir o papel do jornalista no mundo atual, inicialmente, o mais ideal aparenta ser a técnica da entrevista fechada. Duarte (2005, p.67) explica que essa entrevista “é realizada a partir de questionários estruturados, com perguntas iguais para todos os entrevistados, de modo que seja possível estabelecer uniformidade e comparação entre as respostas”.

Mesmo que seja fechada, o assunto proposto é abrangente e pode ter as mais diversas opiniões. Por isso, uma questão aberta é utilizada junto ao questionário fechado, transforma a entrevista em mista. Mesmo assim, o limite de entrevistados adotado deve seguir o que Bauer e Gaskell (2003, p.71) acreditam ser aceitável: “este limite é algo entre 15 e 25 entrevistas individuais”.

Dessa maneira poderá ser constituído o projeto de pesquisa que propõe adentrar na questão do trabalho dos jornalistas no momento atual. O estudo se mostra interessante pois pode servir como base para futuras discussões que surjam na comunidade da comunicação sobre o papel do profissional da imprensa aliado a todas ferramentas e escolhas que surgem a partir dos novos tempos.

5.1 O MÉTODO NA PRÁTICA

Fora a pesquisa bibliográfica, escolhida pelos temas presentes na monografia e pela importância dos autores para os respectivos assuntos, o outro método que reforça a análise, a entrevista, que carrega questões fechadas e uma aberta (ver anexo), foi feita com professores/pesquisadores do jornalismo e com jornalistas que estão inseridos no mercado de trabalho.

Em sua maioria, os entrevistados foram escolhidos a partir de um critério geral, que é estar conectado com o jornalismo. Já outros foram pensados especificamente por pesquisarem, ensinarem ou terem publicações que envolvam questões como a convergência e também a história da profissão.

Os contatos foram feitos por telefone, e-mail, Whatsapp e Facebook. Ao aceitar o convite, o questionário foi enviado pelo e-mail disponibilizado pelo entrevistado. Como parte da escolha, foi pedida a indicação de entrevistados para a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI), para também analisar o que jornalistas ligados a essa área, uma das mais fascinantes do jornalismo, pensam sobre qual é o papel da profissão atualmente. Ainda mais quando a investigação está ligada ao serviço para o público. Por sugestão da Associação, o questionário foi transformado em uma versão online para facilitar a resposta dos associados.

No total foi entrado em contato com aproximadamente 60 pessoas, fora os entrevistados contatados pela ABRAJI, que não disponibilizou o número de jornalistas que receberam a pesquisa. Desses, apenas 20 responderam à pesquisa.

6 O FAZER JORNALÍSTICO EM XEQUE

Esse capítulo compreende a descrição e a análise das entrevistas realizadas e que compõem a amostra da pesquisa. Para tanto, fará em um primeiro momento a descrição das respostas do questionário composto por cinco perguntas. Os questionamentos serão desmembrados junto com comentários que os próprios entrevistados fizeram ao responder as perguntas. Depois serão feitas as análises das respostas, tomando como base o aporte teórico desse trabalho.

6.1 AMOSTRA

Para realizar a análise dessa pesquisa foi criado um questionário de cinco questões baseadas nos capítulos anteriores, no principal problema do trabalho e em acordos que envolvem a profissão. No total, como já explicado, são quatro perguntas fechadas, com a possibilidade de comentários por parte dos entrevistados, e uma questão aberta.

Para chegar aos resultados considerados aceitáveis, 20 profissionais que estão envolvidos de alguma forma com a comunicação foram contatados e responderam o questionário. Deve-se lembrar que a tentativa de amostragem foi maior, já que pelo menos 60 pessoas chegaram a receber as perguntas.

Das 20 pessoas que responderam o questionário, deve ser observado que uma não é formado em comunicação. O professor de filosofia Otávio Klein foi convidado a participar da pesquisa por dar aulas para os cursos de jornalismo e publicidade e propaganda. Os outros 19 entrevistados estão divididos em jornalistas, pesquisadores e professores, todos com formação em jornalismo.

6.2 PERGUNTAS

O questionário (ver anexo) tenta buscar a compreensão como está o fazer jornalístico no cenário de convergência e tenta compreender qual é o papel do

profissional atualmente. Para isso, as perguntas passam por pontos como os princípios jornalísticos, a rotina do profissional, a atuação do público e de forma direta, sobre o papel do jornalista. A seguir, cada questão foi analisada de forma separada.

6.2.1 Os princípios

A primeira pergunta do questionário elencou 13 princípios jornalísticos essenciais desenvolvidos e surgidos ao longo do tempo. O objetivo é tentar descobrir se os jornalistas perderam alguma dessas bases, ou ainda se elas podem ter sido modificadas com o cenário de convergência. Diretamente, foi perguntado: “Quais desses princípios o jornalista ainda segue?”

Em meio a transformação do trabalho na atualidade, pode não ser fácil identificar mudanças. No entanto, ao analisar a história do jornalismo no Brasil, pode-se ver que esses princípios se modificaram. Por exemplo, no primeiro século de jornalismo no país, o princípio da imparcialidade não era típico. Como vimos no capítulo II, os jornais da época tinham a sua posição definida e alguns até eram controlados pelo governo. Podemos observar que a imparcialidade começa a nascer e evoluir no século XIX, tornando-se hoje um fundamento que deveria ser indispensável para a maioria dos jornalistas, principalmente aqueles que trabalham em veículos de comunicação.

Os princípios dispostos para os entrevistados foram elencados a partir do capítulo III do presente trabalho e baseados também nos 10 princípios internacionais da ética²⁴ profissional do jornalismo, lançados a partir de reuniões realizadas por instituições jornalísticas. Essas reuniões têm o aporte da UNESCO desde o final da década de 70.

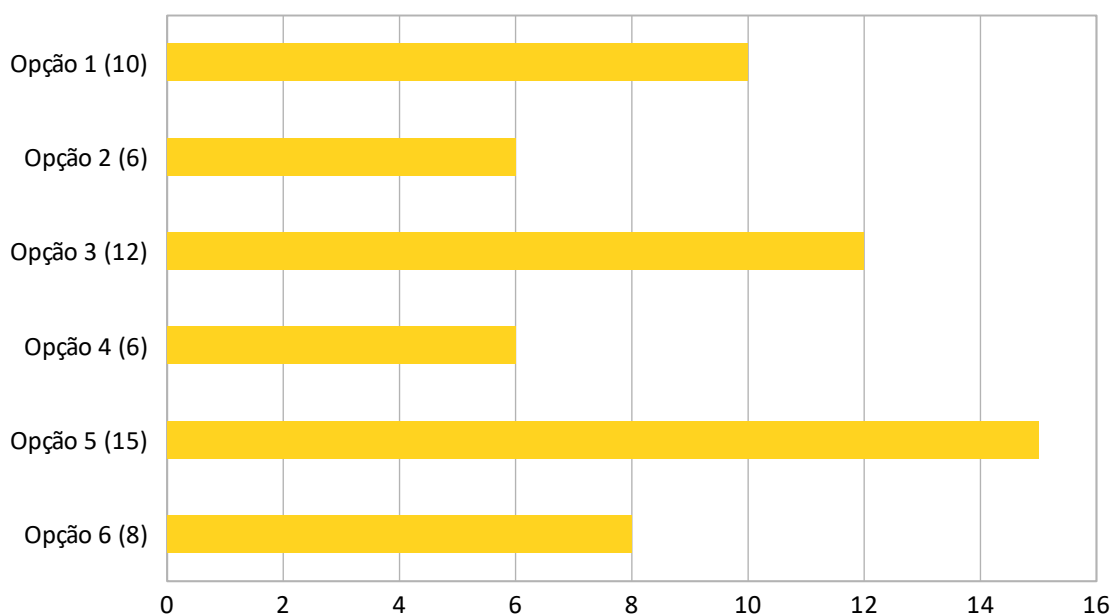
É importante destacar que esse grupo de valores realmente tem muita valia para o trabalho do jornalista. Entre esses “mandamentos”, estão pontos como o direito do público ter acesso à informação, mas em um âmbito que apresente a perspectiva real. Esses princípios também pedem a apresentação de uma objetividade na profissão, para a apresentação dos fatos. Outros valores de

²⁴Disponível em: <<http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/principios-internacionais-da-etica-profissional-no-jornalismo/>>. Acesso em: 03 de nov. 2016

destaque nesse trabalho que também fazem parte desses princípios são o papel social do jornalismo e o público, que tem o direito a participação – não apenas isso, quando necessário, possui o direito de resposta também.

Vale ressaltar que para chegar a essa lista de princípios, o livro “Os Elementos do Jornalismo”, de Kovach e Rosenstiel (2004), também foi consultado. Nele estão alguns valores que se conectam com os citados anteriormente. Como o primeiro citado pelos autores, “A primeira obrigação do jornalismo é para com a verdade” (KOVACH e ROSENSTIEL, p.36, 2004). Outros princípios comentados nesse livro entram e fazem parte ainda de outras questões, como na segunda pergunta, que trata sobre a rotina do jornalista. Nesse quesito, os autores tratam de algo bastante importante. De acordo com Kovach e Rosenstiel (2004, p.36): “A essência do jornalismo assenta numa disciplina de verificação”.

Figura 2 – Os princípios do jornalismo



(Fonte: Bruno Tomé de Oliveira)

Como pode ser visto, entre os 20 entrevistados, 15 acreditam que a seleção de notícias é um princípio ainda seguido, e em segundo lugar aparece a prestação de serviço como um valor ainda preservado pelos jornalistas. Esses dois fatores condizem muito com a análise para descobrir o papel do jornalista atualmente.

Ambos princípios estão conectados com o público e com a forma de renda dos veículos de comunicação. Como lido em capítulos anteriores, a maior parte dos veículos trabalha como empresas.

Partindo desse raciocínio pode-se pensar os motivos que levam a seleção de notícias e também a prestação de serviço. São valores que chamam o público para dar audiência aos veículos, pensando de forma monetária. Mas, do outro lado, existe a pessoa jornalista. Muitos profissionais seguem essa lógica não porque querem ou gostam, mas muitas vezes porque o mercado de trabalho impõe que seja dessa maneira.

O professor e pesquisador Alan Angeluci comenta que existem instruções de editores e chefes que são baseadas em questões políticas e econômicas:

A maioria das produções jornalísticas do Brasil atualmente não são independentes e seguem as instruções dos editores e chefes orientados por interesses econômicos e políticos da empresa jornalística, sobretudo em regiões e localidades mais isoladas ou com menor população.

Outro dos entrevistados, o professor e pesquisador Rodrigo Campanella, assinala a questão de o entrevistado estar ligado a uma empresa ou uma entidade ao fazer o comentário, que foi possibilitado, nessa pergunta:

É muito difícil responder à pergunta acima pois “o jornalista” é uma categoria extremamente ampla, recortada apenas por exercer a atividade profissional. Acredito que há muitos jornalistas que não seguem nenhum dos princípios acima e que praticam cotidianamente o inverso. E outros que ainda buscam seguir ao máximo o exercício do jornalismo como prática social e democrática. Mas “o jornalista”, para os fins dessa questão, é um indivíduo entrelaçado com uma entidade coletiva e comercial, que normalmente é a empresa na qual ele trabalha.

Por fins de curiosidade, Rodrigo assinalou os princípios de seleção de notícias, apuração da informação, confidencialidade, revisão, disponibilizar acesso à informação, utilizar o jornalismo como ferramenta social e pensar na informação como interesse para o público.

Pensar o jornalista como indivíduo por indivíduo dificultaria muito a análise. Por isso, a interpretação de Rodrigo cabe bem na discussão. O jornalista estar “entrelaçado” a algo pode ser o motivo que nem todos princípios são seguidos atualmente. Revisão, independência jornalística e imparcialidade foram os valores

menos assinalados, e de todos os entrevistados, alguns comentaram que assinalaram esses pontos por acreditarem que esses princípios, na verdade, devem ou deveriam ser seguidos, como foram os casos dos professores e pesquisadores Antônio Hohlfeldt e Débora Lopez. Antônio assinalou todas opções exceto objetividade, e Débora marcou tudo, exceto objetividade e imparcialidade. A entrevistada ainda complementou o seu comentário:

Fiquei em dúvida se seria uma leitura minha sobre o jornalismo atual. Mas como achei essa perspectiva um tanto vaga, optei por assinalar os princípios que acredito que o jornalista deveria seguir, como princípio. Como sou de rádio, a prestação de serviços é muito importante, mas a vejo como parte da relação, do contrato que o jornalista estabelece com seus públicos, independente do espaço que ocupe. Desta forma, não pode ser separado dos demais princípios. O compromisso com a verdade é também a meu ver relativo quando se pensa na concepção de verdade. Mas se o jornalista compromete-se com a apuração, a diversidade e o olhar vinculado ao perfil de sua audiência, atendendo à sua perspectiva como ferramenta social, ela será contemplada. Por isso destaco que é um compromisso com a busca pela verdade, o que implica um olhar não simplista e descontextualizado aos acontecimentos, mas a compreensão de que ao jornalista cabe sim interpretar, de maneira prudente, fundamentada e responsável.

São importantes as colocações de Débora sobre os princípios citados no seu comentário. Porém, algo de muita importância deve ser destacado antes. A pluralidade de interpretações para uma pergunta que, como os entrevistados comentam, é vaga, pode levar a uma conclusão. Quando a interpretação é de quais princípios o jornalista “ainda segue”, apenas dois entrevistados assinalaram todas opções. Já quando a interpretação é dos valores que os profissionais deveriam seguir, praticamente todos os itens são marcados. Ou seja, no cenário atual em que estamos vivendo, o papel do jornalista passa por uma mudança de valores.

Quem também discorre sobre alguns dos itens menos assinalados é a jornalista e pesquisadora Marizandra Rutilli. Ela considera que imparcialidade, independência jornalística e a objetividade são valores a serem conquistados. Marizandra também levanta uma conclusão sobre a maneira como se dá a notícia nesse cenário de convergência. De acordo com a professora:

Considero a objetividade, imparcialidade e a independência jornalística (ainda que não tão claro o sentido desta opção) como algo a ser alcançado, como propósito e ideal. Uma vez que partimos de um ponto de vista sociológico e construcionista sobre a notícia, tomamos esta como uma construção midiática, como recorte da realidade, essa mesma perspectiva é a que desconstrói esses itens tidos como ideais. Em cenário de

convergência é interessante considerar que a linearidade do fluxo informativo é algo que se dá sobre diferentes vias.

Voltando à questão do questionário, sobre a possibilidade de respostas, a professora Bibiana Friderichs, por exemplo, comentou em sua resposta que todos os pontos deveriam ser seguidos. Em sua opinião, os pontos ainda seguidos são seleção de notícias, confiabilidade e disponibilizar acesso à informação. De acordo com Bibiana:

Todos os outros itens não marcados na questão número 01 deveriam ser princípios caros a profissão (com exceção da imparcialidade, impossível na minha opinião), obrigadoriedades na prática profissional, mas que são, na maioria das vezes cada vez mais negligenciados pelos profissionais.

O grande problema é descobrir quais são esses princípios que mudaram e quais deles caíram da lista do profissional. Pelo gráfico acima, pode-se colocar os três menos assinalados, que se distinguem por estarem em cenários diferentes. A imparcialidade, no momento em que vivemos hoje, ganha destaque por dois pontos. Primeiro, no âmbito político vivido no Brasil. Veículos apresentam lados na discussão, tanto pela esquerda, quanto pela direita. E isso acontece principalmente nos veículos *online*, que aproveitam a tecnologia e surgem como ambientes segmentados para a esquerda ou para direita.

Com a internet e com a convergência midiática, pessoas comuns podem conhecer os pensamentos e opiniões dos jornalistas através das redes sociais. É uma mudança de atitude. Antes, o jornalista era impenetrável, a sua fala, era a sua matéria. Tinha opinião quem possuía uma coluna. Hoje, por exemplo, o público pode descobrir a posição política do apresentador de um telejornal, pois ele pode expô-la em diversas plataformas, caso seja de sua escolha.

Obviamente que além disso, ainda exista uma grande discussão a cerca da imparcialidade. Como citado, o jornalista é um ser humano com opiniões e pensamentos. Para alguns, isso pode influenciar nas matérias produzidas e publicadas.

Já a questão da revisão envolve o ambiente de trabalho. Como citado no segundo capítulo, a rotina do profissional está cada vez mais rápida, com maior número de materiais para produzir e com menor número de profissionais para

trabalhar. A parte da revisão pecará e com olhos por todos os lados, novamente por causa da internet, os erros não passam despercebidos.

Por fim, tem-se a independência jornalística. Levando em conta os dois cenários apresentados, ela pode existir para os profissionais que se adaptam e sobrevivem com suas criações na internet. Mesmo que possa parecer ilusória, já que são necessários anunciantes ou apoiadores para a manutenção de um veículo. Já, dentro de uma empresa, é óbvio afirmar que o jornalista não possui independência.

Por último, dentro da primeira questão, outra entrevistada apresenta um outro viés de interpretação, que também é importante. De acordo com a jornalista Rose Angélica: “Não falo pelos outros mas com princípio de trabalho: correção/apuração / imparcialidade (ouvir os lados envolvidos)”. Vendo pelo lado do trabalho, Rose assinalou os valores de objetividade, revisão, verdade e precisão, imparcialidade e prestação de serviços. O ponto de vista também é válido e pode apresentar a perspectiva da preocupação dos profissionais em entregarem uma notícia que seja correta para o público.

Tendo as diferentes afirmações e respostas, pode-se, em primeiro momento, afirmar que os princípios do profissional moderno são compostos por estarem ligados a alguma instituição ou empresa. Ou seja, a partir do que determina a empresa, o jornalista seguirá os princípios corretos, sempre dentro do que é ético. Mas, temos um profissional preocupado com o público, com o que esse quer, e preocupado em entregar algo que seja relevante. Mesmo assim, deve ser reafirmado, não são todos os princípios que continuam a ser seguidos. O mundo também girou para os jornalistas.

6.2.2 A rotina de apuração da notícia

O jornalismo passa pelo modo como o profissional organiza e realiza as suas tarefas. Historicamente, o profissional tem uma maneira tradicional de produzir e escrever o seu material. Maneira que foi apresentada no capítulo III. Como também foi dito no capítulo IV, a tecnologia criou mudanças nessa rotina. Por isso, descobrir com os entrevistados como está o fazer jornalístico é importante para a pesquisa. Conhecer a rotina do profissional pode ser bastante útil para descobrir

quem é o jornalista atual e, conseqüentemente, qual poderia ser o seu papel. Assim, foi perguntado: “As novas tecnologias têm influenciado o fazer jornalístico. A partir disso, como está rotina da apuração da notícia?”

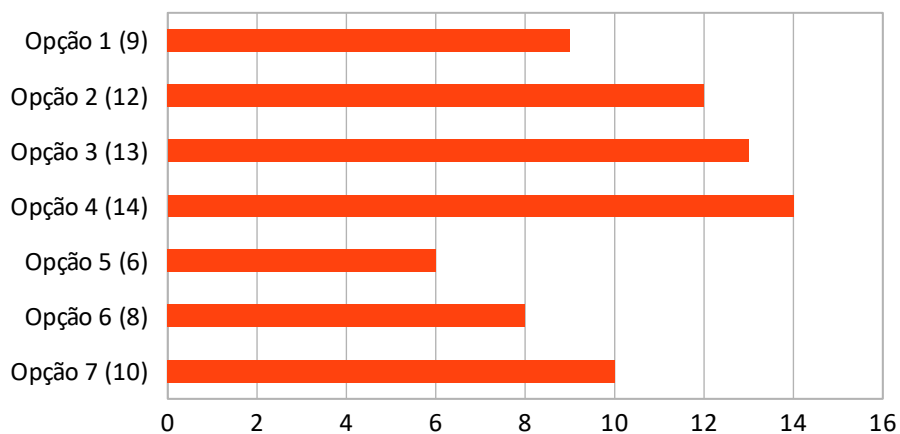
Na pergunta, os entrevistados tiveram sete opções, novamente podendo assinalar mais de uma e comentar as suas conclusões sobre o questionamento. Relembrando, os itens dispostos nessa pergunta são:

- 1) Verifica a informação, vai até local do acontecimento, busca fontes e realiza entrevistas.
- 2) Verifica a informação, busca fontes e realiza entrevistas por telefone.
- 3) Verifica a informação, busca fontes por redes sociais (como pedir por Facebook) e realiza entrevistas.
- 4) Verifica a informação, busca fontes e realiza a entrevista por e-mail, Whatsapp ou Facebook.
- 5) Verifica a informação, espera o release e o edita.
- 6) Verifica a informação, busca fontes, realiza a entrevista e escreve para apenas um meio de comunicação.
- 7) Verifica a informação, busca fontes, realiza a entrevista e escreve para mais de um meio de comunicação.

É importante conhecer as diferentes formas do fazer jornalístico, porque apenas uma não dá conta da diversidade de materiais que são produzidos pelo jornalista diariamente. Às vezes, um telefonema basta, assim, como às vezes uma saída até o local da informação é essencial. Como comentou Antônio, “a questão de ir ao local é eventual”. Mas, vale pontuar que essas diferentes rotinas podem detectar um jornalista fixo, que não sai nem quando deve sair. Outro ponto importante das diferentes formas de produção condizem com a importância aparente

que as redes sociais possuem. Além disso, as opções dão conta de ter a percepção do profissional multimídia e multitarefa.

Figura 3 – *Modus operandi*



(Fonte: Bruno Tomé de Oliveira)

Em primeiro lugar, as opções mais assinaladas condizem com o fato do jornalista estar de forma mais fixa na redação. São as opções que englobam o fazer ou entrevistar por dentro da redação, com exceção da opção 3, que deixa em aberto o modo de realizar a entrevista. Isso reforça a importância que a tecnologia tem hoje

no trabalho do jornalista. Mas, não é apenas isso, deve ser pensado porque o jornalista permanece mais no local de trabalho, porque busca fontes por redes sociais e realiza as entrevistas por ali mesmo, ou por telefone, quando muitas vezes o jornalismo está acontecendo fora da redação.

Um dos entrevistados, o jornalista Vinícius, lista fatores que podem comprometer a ida do profissional até o local do acontecimento.

As novas mídias têm facilitado o fazer jornalístico, mas em algumas ocasiões o jornalista acaba ficando refém e se acomoda deixando uma apuração mais profunda de lado. Por outro lado, a crise nos meios de comunicação tem dilacerado redações, profissionais ficam com várias pautas para cumprir, repórteres externos cortados e o cenário acaba impossibilitando que o profissional vá para o local do acontecimento e cheque a informação de perto.

A acomodação e os cortes das empresas são dois cenários plausíveis e que são vividos pelos jornalistas atualmente. Do lado positivo, pelo número de respostas, pode ser visto através dos dados, que uma faixa menor acredita que o profissional se acomoda a ponto de publicar as informações apenas com *releases* vindos de assessoria de imprensa, o que, poderia ser quase uma morte da profissão.

Outro fato importante é que a primeira opção, que seria a maneira mais tradicional, ficou apenas como a quinta mais assinalada. Bibiana comenta sobre isso e também sobre a verificação de informação:

Acredito que o primeiro item, não marcado em minha resposta deveria ainda hoje predominar, mesmo com todas as facilidades de comunicação entre jornalista e fonte, a entrevista face a face e a coleta de informações in loco permitem a ampliação do espectro do fato, que pode, depois ser completado com informações adicionais. Mas essa não é mais uma realidade. Além disso, em todas as opções há "verifica a informação", mas vemos isso cada vez menos, talvez motivado pela velocidade da notícia e a "facilidade de acesso à determinadas informações".

O comentário da entrevistada é bastante pertinente. Por muito tempo, a opção um predominou. Eram tempos em que os erros de apuração eram poucos. Também como disse a entrevistada, a "velocidade" atualmente é muito grande, praticamente uma devoradora nas redações.

Como já citado anteriormente, a verificação da informação aparece como um princípio para Kovach e Rosenstiel. Os autores (2004, p.74) trazem que é pela verificação que se pode separar o jornalismo do entretenimento, da propaganda, da

ficção e até mesmo da arte. Para os autores: “Apenas o jornalismo se concentra, em primeiro lugar, em apurar aquilo que realmente aconteceu”.

Já Alan apresenta o lado da produção em quantidade. É mais um cenário vivido pelos jornalistas:

Se por um lado as ferramentas tecnológicas facilitaram e muito o trabalho de busca e garimpagem de pautas, de fontes e informações para jornalistas, por outro, algumas boas práticas foram esquecidas e o que impera é uma rotina onde o fazer jornalístico cumpre um ritual pautado pela excessiva produção quantitativa, rápida, sem cuidado e tempo para apurações e produções mais zelosas.

As professoras e pesquisadoras Nair Prata e Thaisa Bueno acreditam que qualquer uma das opções podem ser utilizadas. A variável é o local onde o jornalista está trabalhando. Para Nair: “Não se pode apontar a rotina de apuração de maneira geral, mas esta prática varia enormemente de uma empresa para outra.” Conforme Thaisa: “Depende de onde trabalham. Todas funcionam, depende de onde é o trabalho. O mais comum é não entrevistar. Penso que a entrevista tem ficado mais restrita e o conteúdo vem sendo apropriado de outras fontes”. Ilustrando os comentários das entrevistadas, Rose dá a sua experiência profissional, que é na televisão: “No caso: para TV vamos ao local ou apuramos por telefone para Nota de Redação”.

Marizandra segue a mesma linha das duas entrevistadas, acreditando que qualquer uma das opções é válidas. Ela destaca que o jornalista pode contar com diferentes modos de apuração:

Meu primeiro apontamento é de que as tecnologias por si só, são novas, então chamo atenção para o uso do termo "novas tecnologias". O processo de convergência e as tecnologias são uma espécie de motor que faz com que o fluxo informativo de produção se altere. Minhas marcações levam em consideração este ponto, uma vez que o profissional pode essa apuração de diferentes modos.

Até aqui, todos os entrevistados apresentam opiniões distintas sobre os processos de fazer jornalismo. Pode-se dizer que todos servem, em menor ou maior grau, conforme o local do trabalho. Mas, novamente, se vê uma concordância, em que a tecnologia está dominando as redações.

Mas, Débora mantém uma opinião sobre esse uso das tecnologias dentro dos veículos de comunicação. Para ela, a discussão é muito além disso:

Não assinalei nenhuma porque não podemos generalizar o uso das tecnologias. Isso varia em cada redação e dentro da redação de um jornalista para o outro. É o jornalismo em si que está em discussão aqui e não necessariamente as ferramentas. As práticas dependem sim da ocupação dos mesmos espaços em que estão as fontes e podem se valer das facilidades da tecnologia, mas o jornalismo tem como responsabilidade o olhar para o mundo, o ouvir e sentir o mundo. Isso não se faz somente de dentro das redações. Então, de novo, é relativo. Parte da apuração pode ser feita online, com bancos de dados, com análises de dados, acesso a fontes antes inacessíveis, mas não pode se restringir a isso, principalmente quando se trata de rádiojornalismo.

A entrevistada também assinala o que foi comentado no início dessa questão. A rotina dependerá de algumas variáveis, não apenas do jornalista. Débora cita:

Importante também pensarmos que as rotinas dependem de fatores muitos que não o jornalista. O modelo de gestão adotado pela empresa, a quantidade de jornalistas e as pressões da redação, a adoção ou não de um modelo de convergência na redação (e se esse modelo é pensado editorialmente ou se é só uma forma da empresa economizar na composição da redação), a abrangência das notícias e a localização das fontes, as condições de locomoção e conectividade dos jornalistas e fontes, entre outras muitas variáveis.

É importante citar que buscar descobrir os processos utilizados pelos jornalistas não é necessariamente uma crítica ao uso das tecnologias. Pelo lado bom, como os entrevistados falaram, é uma facilidade. Por outro, empresas podem se aproveitar disso, piorando a qualidade do serviço do profissional. Assim como os questionados disseram, diferentes variáveis vão ditar qual o tipo de processo que o jornalista seguirá. Não podemos deixar de pensar também que, apesar disso, o jornalismo de ar-condicionado (ou jornalismo sentado) não é uma realidade. É algo que também acontece nos veículos de comunicação.

O que pode ser descoberto e reafirmado é que aos poucos a convergência está mudando o fazer jornalístico. Se a qualidade melhorará, ou piorará, o tempo poderá dizer. No entanto, aos poucos o fato de usar mais as redes sociais e o telefone se reforçam. O jornalista poderá, muitas vezes, estar na redação, enquanto quem estará na rua é o público. É algo para se pensar, porque uma mudança de

processo é uma mudança no profissional e na profissão. E se o jornalista deixa de vez a rua? O que aconteceria?

Se o cenário existente fosse das três primeiras opções mais assinaladas, o jornalismo seria feito praticamente “distante” das pessoas e dos fatos. É uma realidade a ser encarada, e que já acontece. Coloca-se de uma diferente maneira: o profissional que resume um jogo de Copa do Mundo vendo pela TV, e não pelo estádio. A sensação de ler isso é diferente ao pensar sobre um jornalista que leu ou viu um fato pelo computador e falará com as pessoas envolvidas por um telefone ou por uma rede social. Friamente, as duas situações são iguais.

Ao mesmo tempo, o que gera alívio é que esse cenário está longe de acontecer. Para esse jornalista ver pela TV ou pelo computador, existe um outro profissional que está apurando essa informação. Aqui podem entrar as variáveis, que explicaria de um veículo estar no acontecimento e outro não. Do outro lado, é complicado pensar que jornalistas pegam informações de outros profissionais e fazem a sua versão. Isso ainda é jornalismo? Por isso a discussão dos processos a serem seguidos pode ser pertinente.

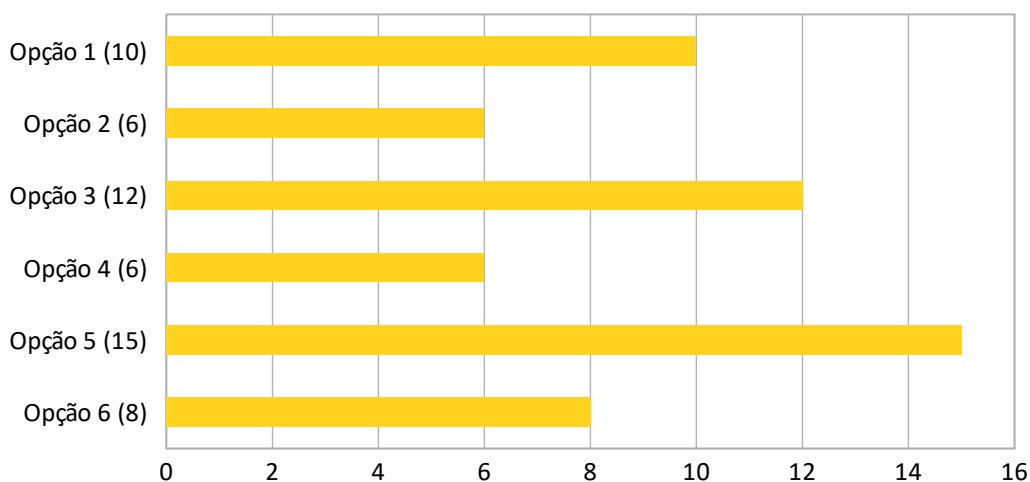
6.2.3 O papel do público

Como também visto no capítulo IV, o público está mais participativo no atual momento. Muitas vezes, a relação do público com os veículos de comunicação é confusa, porque de certa maneira, não existe um manual ou uma recomendação de como lidar com essa parte. O fato é que o público tem sim um papel na hora da apuração das notícias. Dessa maneira, os entrevistados foram questionados: “Diante do contexto de convergência midiática, de novas tecnologias, qual é o papel do público na apuração das notícias?” Na questão, também lembrando, foram elencados seis cenários possíveis:

- 1) Pautar diretamente o veículo.
- 2) Pauta diretamente o veículo e ser entrevistado
- 3) Produzir material diretamente para o veículo (como foto ou vídeo)

- 4) Posta a informação em blog pessoal, onde o veículo pode pegar a informação
- 5) Postar nas redes sociais, onde o veículo pode pegar a informação.
- 6) Produzir o material para as redes sociais, onde o veículo pode pegar a informação

Abaixo, podem ser conferidos os resultados:



Figur

a 4 – O papel do público

(Fonte: Bruno Tomé de Oliveira)

O cenário em que o público é a fonte do jornalismo foi ignorado no questionário propositalmente, por essa ser uma função básica. No entanto, é

interessante citar como alguns entrevistados comentaram lembrando desse fato, o que mostra a importância do público dentro da profissão.

Como cita Bibiana: “Penso que nenhuma das alternativas a cima dão conta de estabelecer o papel do público no processo de APURAÇÃO: o de, sobretudo, ser fonte”. Para Antônio é uma diferenciação de termos: “Não é o caso do 'público', como mencionaste, mas da fonte”.

Essa fonte parece estar mais situada a partir de duas maneiras, de acordo com os dados. Em uma delas, em que o público se dirige até o veículo de comunicação, com o material praticamente pronto, devido à facilidade que a tecnologia propicia. Na outra, o público vira um canal de informações com a rede social, em que, se a notícia for importante, o comunicador buscará a notícia dentro dessa rede. Vale lembrar que muitos veículos fazem matérias com o olhar do público em grandes eventos. Muitas vezes, essas matérias ou coberturas, funcionam ou são selecionadas por *hashtags*, tratando das redes sociais.

Rose e a jornalista Renata Johnson têm opiniões que se encaixam sobre a nova participação do público no jornalismo. A primeira diz: “Hoje com acesso as informações e facilidade de divulgar por meio de blogs e redes sociais, os cidadãos estão tendo mais canais de acesso junto a imprensa tradicional”. Já Renata: “O público está muito mais envolvido do que antes e pode participar de todo o processo jornalístico, desde a elaboração da pauta”. Como já citada, a possibilidade de divulgação do público permite que aconteça esse envolvimento dentro do processo do fazer jornalístico. Marizandra destaca a visibilidade, que para ela, é o que possibilita que todas as opções se tornem possíveis: “O contexto atual permite todas essas opções. Mas há um elemento que rege todas as marcações, a visibilidade permitida pelas tecnologias de informação e comunicação”.

Já Alan faz um alerta importante sobre essa nova era de participação:

Na era do prosumidor, produção e consumo de notícias se fundem dentro do ambiente digital. O público desenvolve suas produções, que ora podem ser noticiosas. No entanto, ele pode não possuir formação ética, técnica e responsabilidade diante da opinião pública. Como disse Umberto Eco antes de falecer, “a internet deu voz a uma legião de imbecis”. Em parte, esse público que outrora era refém do olhar enviesado de alguns dos veículos de imprensa agora tem espaço para divulgar informações, mas boa parcela não tem comprometimento com os processos éticos de produção jornalística, tratando a informação com irresponsabilidade.

Pode-se pensar e concluir a partir disso que a responsabilidade de informar ainda deve ser do jornalista, apesar dessa participação do público. Débora também acredita que o jornalista é quem deve fazer apuração, por ter os conhecimentos necessários para isso. Mas, acredita que existam níveis de participação conforme o público:

De novo, não se pode ser tão fechado. O papel do público depende do perfil do meio. Há públicos mais ativos, que se engajam mais na propagabilidade ou na construção do conteúdo e há públicos com perfil menos engajado e que “simplesmente” consomem. Não se pode generalizar. A própria especialidade de um meio afeta o nível de engajamento da audiência. Meios com conteúdo mais local terão provavelmente mais produção de conteúdo da audiência – seja com a dica de pauta ou com produção de imagens ou áudios. Mas isso não pode ser generalizado. A audiência sempre foi fonte. Talvez o que ocorra hoje é que isso está mais explícito. Quanto à produção efetiva do conteúdo, a meu ver, mesmo quando o jornalista recebe vídeos, áudios, imagens, informações do público, tem o dever de apurar antes de divulgar, porque no fim das contas o jornalista é ele. E é dele a responsabilidade com a informação, com a busca pela verdade, com a ética, com a profissão e com a audiência.

Por outro lado, Rodrigo comenta que existem “formas de participação” e não um papel concreto. De acordo com o entrevistado:

É bastante complicado falar de um *papel* do público na apuração das notícias, pois isso é dado na medida em que os veículos abrem ou não esses espaços em seus veículos e também na medida em que jornalistas, à parte dos veículos em si, se dedicam ou não a essa apuração pelas redes sociais e blogs. Não acredito que existe *papel* mas formas de participação possíveis e bastante variadas.

Já Thaísa diz que a participação dependerá do local de atuação: “Qual é o papel que deveria, ou que faz? Porque o que faz depende de onde atua”. Mesmo assim, é certo dizer que o público está gerando mais informações para os veículos de comunicação, tendo um papel ou sendo uma participação.

O que pode se ter certeza também é que essa participação muda com o panorama da profissão. Bem como falaram os entrevistados, a responsabilidade de checar a informação e publicar de forma ética é ainda do jornalista. Mas, efetivamente, o público não é tratado de uma nova maneira dentro das empresas. O

público ainda parece aquele que ligava ou mandava um e-mail, com pouco material, em que o jornalista tinha que ir atrás para complementar as informações.

Isso ainda deve acontecer, o jornalista deve ainda complementar as informações, mesmo que receba uma foto ou um vídeo que contenham fatos preciosos. Porém, o que está acontecendo é que páginas estão sendo feitas para o público postar o seu material, assim como sites colaborativos estão sendo criados para que o público produza ou reproduza informações.

Falta ainda um setor direcionado para trabalhar com o público. Profissionais que possam selecionar os fatos vindos do público e que possam apurar essas informações para depois usá-las de maneira responsável. Assim como, funções foram extintas com a chegada da tecnologia, talvez novas funções possam ser criadas por causa dela. O problema é que o mesmo jornalista que tem que encarar os cenários da questão dois, ainda devem se preocupar com a interação e produção crescente do público.

Não há mais como dizer que o público tem um papel secundário. O público, sendo fonte, como sempre foi, cada vez está noticiando mais. No entanto, essa falta de seleção, ou ainda essa aceitação de todo o material, prejudica descobrir quais informações realmente são valiosas e quais podem ser de interesse para toda uma comunidade. Se o papel do jornalista se modificou, parte dessa mudança pode ser creditada ao público.

6.2.4 O jornalista e a informação do público

O profissional recebe a informação do público. São apenas três opções: checar e publicar, não verificar e publicar ou ainda não publicar. Apenas três entrevistados preferiram não responder, dois por não trabalharem no mercado jornalístico e uma entrevistada por acreditar que existam duas versões. De acordo com Thaísa: “Em tese ou na vida real? Em tese verificar, reescrever e publicar. Na prática, copia e cola, em veículos pequenos, mas segue o tradicional nos grandes”.

No seu comentário, a entrevistada dá uma opinião que apenas um outro entrevistado teve, que existem jornalistas que não verificam a informação e mesmo assim a publicam. Não é necessário comentar o quão negativa é essa ação, ainda mais de profissionais que estão em veículos de comunicação.

Alan acredita que isso possa acontecer devido a questão da instantaneidade, não apenas da irresponsabilidade:

Novamente, a questão da instantaneidade e agilidade do tempo que vivemos nos dias atuais faz com que o jornalista, pressionado ou irresponsável, publique informações que estão circulando na web com alguma credibilidade sem fazer as devidas checagens. A história recente está cheia de absurdos cometidos por jornalistas que não checam a veracidade das informações que circulam na web.

Diversos casos podem ser citados sobre verdadeiras irresponsabilidades dos profissionais. Já Rose, relembra que verificar é o básico: “No meu caso e no veículo em que trabalho o básico é checar a veracidade da informação”. No total, 16 entrevistados assinalaram que a informação é checada e depois publicada. Mas, outro fato chama atenção, reafirmando a importância do público. Apenas Marizandra assinalou que a notícia que vem do público pode não ser publicada. No entanto, ela explica que qualquer uma das opções podem ser assinaladas, o que varia seria o veículo de comunicação:

Considero essa questão e as opções um tanto reducionistas, tendo em vista que ela pode variar conforme o meio de comunicação e suas especificidades. Aquilo que pode render uma pauta para o jornal, pode não interessar ao jornalista de rádio, televisão, digital. Vale esse cuidado para essa problematização.

Obviamente em veículos grandes isso acontece, caso não exista o espaço para o público, devido ao número expressivo de material recebido. No entanto, isso leva ao fato de que também pode acontecer de os veículos agradarem o seu leitor, por menor que seja a informação prestada. Em veículos menores e mais locais, o fato pode ser mais verdadeiro. Esse mandamento, possivelmente, é do modelo empresa existente no jornalismo. Se um leitor/ouvinte/telespectador é um cliente, o que o comerciante deve fazer? Agradar esse cliente.

6.2.5 O papel do jornalista

Todos os questionamentos levam a quinta e mais importante pergunta da pesquisa. Afinal, qual é o papel do jornalista no atual cenário de convergências? É certo dizer que o papel do profissional ao longo dos tempos sofreu alterações e

ganhou diferentes faces, como foi visto. Também é seguro dizer pelas questões anteriores, que no cenário de convergências, existam transformações, mesmo que possam ser pequenas.

Primeiro tem-se os princípios, depois o fazer jornalístico, que está ligado com esses valores da profissão, e por último, a participação crescente do público. Os três pontos estão conectados, demonstrando que o perfil do profissional atual passa pela tecnologia e ainda pelo modo empresa, que comanda o mercado da profissão há praticamente um século.

As 20 respostas, que foram puramente respondidas pelos entrevistados, sem existir opções, como nas perguntas anteriores, possuem algumas semelhanças entre si. Por isso, é interessante organizá-las de modo que mostre a proximidade entre essas opiniões e que exista a identificação de qual seria o papel do jornalista.

O primeiro grupo identificado, com opiniões semelhantes, se conecta ao *gatewatcher*, termo apresentado no capítulo IV, que se refere ao fato de o jornalista apenas escolher as notícias, sendo uma espécie de “vigia” ou “bibliotecário”. Para a jornalista Maiá Menezes, por exemplo, o papel atual do jornalista é “ser um grande curador de informações”.

A posição de Maiá é mais direta. Outros, como Alan, possuem a mesma opinião de que o jornalista deve ser um curador. Mas, pedem ainda a preservação de habilidades que são e foram caras a profissão. De acordo com Alan:

O jornalista deve ter um papel de **curador**. Tal qual nos museus, em que o curador das obras de arte escolhe as peças que serão expostas dentro de determinada temática em uma exposição, o jornalista deve dominar técnicas de data mining e limpeza de dados presentes no big data. Ele não deve se submeter aos algoritmos produzidos pelas grandes empresas de social media, mas sim driblar esse “agendamento” na busca de informações com credibilidade e baseada em dados.

No caso de Alan, os termos ligados a informática podem ser entendidos como uma maneira de descobrir informações importantes, localizar tendências e descobrir novos fatos dentro desse emaranhado de notícias que são postadas na internet diariamente. Antônio também cita que atualmente o profissional tem como função selecionar as notícias, mas lembra que o trabalho envolve “o mesmo de sempre, com algumas pequenas diferenças”: “O mesmo de sempre, com algumas pequenas diferenças. Em geral, em vez de ir atrás da informação (isso ainda existe, mas é

sobretudo em jornalismo investigativo), a informação chega até o jornalista. Então, ele deve checar, selecionar, comparar e projetar desenvolvimento do acontecimento”.

Antônio já percebe essa mudança na maneira como a notícia chega ao jornalista. Mas, continua a entender que o profissional tem as mesmas funções que sempre possuiu. Outra entrevistada que pensa dessa maneira é Bibiana, que ainda acrescenta qual historicamente é o papel valioso do jornalista:

O Jornalista tem hoje o mesmo papel que tinha antes, independente das transformações tecnológicas que estamos vivendo: ser vigilante, e converter-se em espaço de discussão e divulgação daquilo que é pertinente a vida pública, a democracia e a justiça social. Tem de ouvir os cidadãos, observar suas demandas, coletar dados e devolver esta escuta ao público a partir de uma estrutura narrativa, coerente, coloquial e objetiva. E um mediador entre as informações (enquanto direito) e a população. Entretanto, diante das TIC's e do excesso de informação hoje disponível, seu trabalho também se converte em um filtro para informação relevante e verídica.

Como comenta Bibiana, o jornalismo é importante para divulgar e mediar assuntos que são importantes para sociedade. Renata também enxerga esse papel conectado com a função de produzir notícias e assuntos que sejam importantes para o público: “Na era da informação digital, o papel do jornalista ainda é mais importante para filtrar o barulho e fornecer notícias e análises baseadas em fatos e de interesse público”.

Outros dois entrevistados que também enxergam a importância de selecionar, mas ainda contar com habilidades essenciais são o professor Marcos Santuário e Rodrigo. De acordo com Marcos: “Cada vez mais seu papel é o de selecionar, checar e publicar informações ante a enorme quantidade de informações disponíveis”. Marcos chama atenção de um ponto importante: a checagem. Discutida na pergunta quatro, quando a informação vem do público, a checagem, mais do que nunca, se torna uma função essencial para os jornalistas.

Já Rodrigo também trata da análise mais profunda das notícias e ainda acrescenta uma nova observação. O entrevistado comenta sobre os fatos que podem ter interesse um tanto particular. De acordo com Rodrigo:

Filtrar a informação que tem potencial de interesse público e selecionar fontes e abordagens; Buscar compreender e esclarecer interesses privados por trás das informações recebidas e divulgadas; Tentar analisar os fatos

em questão, colocando em perspectiva um panorama mais amplo, em vez de apenas tentar “relatar a verdade dos fatos”.

Essas sete opiniões tocam em pontos importantes e preciosos do jornalismo. O jornalista, lendo esses comentários, não é apenas um selecionador de milhares de dados que percorrem a internet todos os dias. O profissional ainda tem a função que historicamente sempre abraçou: a de informar, situar o público, dar fatos baseados em provas concretas e gerar discussões na sociedade.

Se voltarmos no tempo, esse é praticamente o papel do jornalista desde 1821, quando surge o *Diário do Rio de Janeiro*, que com o seu pequeno alcance, informava sobre questões locais. É bem verdade que naquela época, o jornalismo tinha um papel de luta política. Mas, analisando profundamente isso, a profissão, que começava a caminhar naquela época, já não causava discussões em camadas da sociedade?

Com o passar do tempo, a habilidade de informar e ajudar a modificar a sociedade apenas cresceu, chegando a 1878, quando a imprensa teve papel fundamental na campanha abolicionista. Se compararmos época com época, os papéis podem ser os mesmos, apenas os modos de fazer isso estão diferentes. Entrando nesse ponto, não tem como não citar o modelo empresa, ele pode ser o responsável por essa mudança.

Como já foi concluído por outros autores ao longo do capítulo II, o modelo empresa parece limitar o verdadeiro papel do jornalista. Sodré, por exemplo, escreve que a partir da metade do século XX, as opiniões são das grandes empresas e as grandes empresas jornalísticas passam a ser de poucas famílias.

Algumas opiniões dos entrevistados também estão ligadas a esse modelo. O professor e pesquisador Gérson Luiz Martins relembra novamente princípios básicos da profissão, mas destaca a pressão que o mercado exerce no jornalista:

O profissional de jornalismo tem como tarefa distribuir informação noticiosa, isso se entende com implícito de valores notícia, de forma honesta, verdadeira, democrática para a população. O profissional de jornalismo deve apurar com profundidade os fatos para que possa oferecer ao leitor, ao consumidor de notícias, um leque variado de contextualizações da informação, dos fatos. Infelizmente, o jornalista atual produz o que a empresa jornalística determina, não apura, realiza, de forma muito precária, a busca de informações pelo telefone ou pelas mídias sociais. Não há criticidade, não há respeito pelas normas éticas. Há uma busca insana de

sobrevivência e de garantia da empregabilidade que compromete a qualidade do jornalismo.

O cenário apresentado por Gérson é bastante preocupante. Como o entrevistado escreve, “há uma busca insana de sobrevivência”. Sendo assim, pode-se pensar em possibilidades como a dos profissionais que pouco se preocupam com mudanças ou discussão em uma comunidade. Nesse sentido, a culpa não é do jornalista ou ser humano, mas sim do meio feroz que está inserido.

Tháisa também trata da precariedade que a informação vem ganhando, muito por causa do modelo capitalista. De acordo com a entrevistada:

O papel do jornalista mudou muito nos últimos tempos, ele é mais um divulgador de informação e menos um formador de opinião. Infelizmente é um produto do capitalismo, uma mão de obra barata, acrítico e a mercê dos interesses de empresas. Parece plausível concluir que o jornalista é um profissional em crise de identidade, pressionado pelo mercado de trabalho, pois lhe é cobrada produtividade em detrimento do tempo, e sua luta não é mais por uma sociedade melhor, mas melhores condições de trabalho.

A entrevistada também tem um comentário forte. Assim como Gérson e Sodré, comenta sobre o interesse da empresa em primeiro lugar. A conclusão de Tháisa é muito pertinente, o que explica a perda da identidade do jornalista de buscar melhoras dentro da sociedade. A entrevistada comenta ainda dois pontos que também são interessantes: a “crise de identidade” e a “velocidade”.

É estranho pensar que o imediatismo no jornalismo nascia também na metade do século passada, quando TV, rádio e jornal passam a disputar as informações. A velocidade de informar ganhou proporções maiores com a internet, e parece sempre ter sido forçada pelas empresas. O fato é que uma ideia de concorrência do século passado se tornou o ponto principal da profissão nesse momento. O jornalista Eric Teixeira comenta o fato de o jornalista precisar de diversas habilidades e de ainda precisar produzir o seu material da maneira mais rápida possível. De acordo com Eric:

Atualmente o jornalista precisa de múltiplas habilidades em diversas formas de comunicação, mas sem esquecer dos pilares da profissão como prestação de serviço para a população, imparcialidade, verdade e precisão. A velocidade das informações tem atrapalhado na apuração e análise das matérias, pressionando o jornalista para enviar ou subir um artigo. Os materiais enviados pelas pessoas para as redações são de extra

importância, ainda mais quando se trata de uma denúncia. No entanto, a apuração desta informação do público deve ser apurada tanto ou mais do que qualquer fato encontrado pelo jornalista.

Eric, inclusive, é o único a citar sobre a questão de diversas habilidades. Mas, o fator da velocidade das informações se torna preocupante. A questão gira em torno de como produzir uma matéria de qualidade, que acrescente algo a sociedade, quando estão sendo cobradas informações rápidas a todo instante.

Outro paralelo que pode ser feito com a história é justamente a questão das múltiplas habilidades. O modo empresa dita mudanças contraditórias na profissão. No início do Século XX eram criadas mais funções para ter um aumento de qualidade. Quando hoje, com a descoberta da tecnologia e a descoberta que uma pessoa pode fazer mais através das novidades, as empresas passaram a extinguir algumas funções. Basicamente, como disse Thaísa, é fruto do capitalismo, que nessa perspectiva, deteriora a profissão.

Voltando a velocidade da informação, outros entrevistados também comentaram que essa rapidez está ligada com o papel do jornalista atualmente. De acordo com a professora e pesquisadora Joana Ziller: “É diferente pensar qual é e qual deveria ser. Infelizmente o papel tem sido cada vez menor, quando deveria ser o contrário. O jornalista deveria se dedicar a apurações de fôlego, contextualizadas”. Ou seja, algo que não está acontecendo, principalmente nos veículos que trabalham com o factual.

Já o professor David Trigueiro comenta que o papel do jornalista é de um mediador. No entanto, que tem que cuidar da qualidade em detrimento a um tempo mais curto. De acordo com David:

Funciona mais como um mediador entre o consumidor e o produtor das notícias, os quais se confundem frequentemente. Continuar prezando pela qualidade da informação, apesar da enorme pressão pela velocidade de publicação da informação. Manter-se atualizado quanto as novas ferramentas, linguagens e recursos, principalmente os digitais, que surgem em velocidade estonteante e acelerando.

O comentário também toca num tema importante. Se for analisado as mudanças ocorridas no século XIX, depois no século XX e agora no século XXI, chega-se a conclusão de que os profissionais de uma dessas épocas têm que estar

em constante atualização. Enquanto o século XIX passa praticamente estático, o século XX passa a lidar com o rádio e a TV. Já o século XXI passa por atualização de todos os meios criados, mais a internet e mais ferramentas tecnológicas que surgem a cada dia. Mesmo tratando disso num cenário bastante geral, é mais uma função para um profissional com o papel que deveria ser mais destacado.

No livro “*As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*”, a autora Roseli Figaro liga a velocidade da informação junto com o fato das empresas de comunicação fazerem parte de um modelo empresarial. De acordo com autora (2013, p.10):

Com o cenário de expansão global do capitalismo financeiro e de transformações econômicas e tecnológicas, o jornalismo ganha maior importância para os negócios, e um adjetivo: o jornalismo da informação em tempo real, sobretudo como matéria-prima fornecida pelas agências para clientes especiais como os bancos e o mercado financeiro. (FIGARO, 2013, p.10).

Mesmo focando para “clientes” mais específicos, a citação da autora pode se encaixar com outros segmentos para a informação. Figaro (2013, p.10) ainda comenta que no atual trabalho dos jornalistas, o comercial perde barreiras que tinha com o jornalismo:

Verifica-se que a pauta jornalística e o enquadramento da notícia submetem-se às demandas desenhadas pelo setor comercial da empresa. O limite e a separação entre as orientações da redação de um veículo de comunicação e área comercial da empresa, antes tão fundamentais para a credibilidade do exercício profissional, hoje sequer faz parte do repertório das novas gerações. (FIGARO, 2013, p.10).

A autora também identifica algo que foi citado apenas por Eric até aqui, e ainda conecta essa informação, novamente, ao modelo empresarial. Para Figaro (2013, p.13):

As empresas requerem um profissional com habilidades em multiplataformas, com destreza no uso da língua e das linguagens para produzir enunciados de acordo com os requisitos das diferentes plataformas e dos objetivos de consumo. Exigem que tenham habilidades no uso dos artefatos de navegação na Internet e atuação nas redes sociais; e maturidade intelectual para coletar, selecionar e organizar as informações disponíveis em abundância cada vez maior. (FIGARO, 2013, p. 13).

Quem também identifica isso é Nonato (2013, p.161):

Segundo dados da pesquisa Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de Comunicação, a partir do quadro de reorganização do mundo do trabalho, os jornalistas tornaram-se profissionais multifuncionais e polivalentes, obrigados a atuarem como repórteres, redatores, fotógrafos e cinegrafistas; às vezes, ao mesmo tempo. São profissionais requisitados em todas as áreas e também precisam ter múltiplas habilidades, escrevendo para jornais impressos, Internet, blogs, revistas, rádio e televisão, convivendo em um ambiente de trabalho muito mais competitivo, com grandes exigências e baixos salários.(NONATO, 2013, p. 161).

Figaro ainda comenta que as empresas pedem profissionais com noções comerciais e de marketing. É mais uma vez um comentário forte, já que esse tipo de conhecimento foge do que é necessário para o verdadeiro trabalho do jornalista.

Quem também discute o modelo empresa é Kovach e Rosenstiel. O âmbito da discussão é interligado com o que é tratado nesse ponto. Os autores (2004, p.63) comentam que “os cidadãos não são clientes”, mas entendem a proporção em que o fazer ou ganhar dinheiro está envolvido com o jornalismo. Sobre essa relação confusa, os autores (2004, p.64), dizem:

Em vez de venderem conteúdos aos clientes, os profissionais do jornalismo estão a criar uma relação com o público baseada nos seus valores, na sua capacidade crítica, autoridade, coragem, profissionalismo e empenho para com a comunidade. Desta forma se criam laços com o público que a organização jornalística aluga depois aos anunciantes. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 63).

Novamente é bastante complicada essa relação. Pode ser vista de um lado que o anunciante usa o jornalismo para conseguir ganhar dinheiro. Mas, a partir de que um veículo é uma empresa, o jornalista está assinando um contrato imaginário, que indiretamente concorda esse tipo de atitude.

Dentro desse contrato imaginário podem entrar consequências que estão acontecendo por causa da tecnologia, por exemplo. Em sua pesquisa quantitativa, Figaro alcançou alguns resultados, e um deles, é interessante e coincide com o tema dessa monografia. Na questão do cenário de mudança tecnológico, a pesquisa da autora (2013, p.32) indica que os jornalistas sentiram um aumento no ritmo de trabalho, na produtividade, mas uma redução na mão de obra.

Ainda nesse contrato imaginário e sem rescisão, está também outro ponto citado no questionário: a falta de tempo. Figaro (2013, p.111) faz a relação da falta de tempo com a transformação do imediatismo em um dos principais fatores para se publicar uma notícia. De acordo com a autora:

A agilidade do acesso aos fatos, eleitos como acontecimento, caracteriza o valor notícia, com isso o tempo torna-se ainda mais um fator de pressão. Esse é um critério fundamental do trabalho jornalístico, sobretudo, para o jornalismo on-line. A notícia em tempo real passa a ditar o valor de noticiabilidade. (FIGARO, 2013, p. 111).

Figaro também identifica outro ponto que está forte no jornalismo atualmente, que são as assessorias de imprensa. Devido a escolha de gestão, que pode ditar a rotina de uma redação, como comentou Débora na segunda questão, esse serviço pode ser usado com mais ou menos intensidade. No entanto, Figaro chegou a uma conclusão sobre as assessorias, que para ela, fazem parte de transformações no trabalho do jornalista. De acordo com a autora (2013, p.111): “Hoje elas são necessárias ao processo produtivo. Não se trabalha nas redações das empresas de qualquer veículo de comunicação sem o apoio das assessorias. Há brutal profissionalização da área”.

Outros pontos preocupantes identificados pela autora em sua pesquisa, a partir de entrevistas com os jornalistas, é a questão da demanda e também de definir linhas editoriais a partir de *clicks*, pelo menos no âmbito do jornalismo online. De acordo com Figaro (2013, p.133):

Os discursos dos entrevistados e dos participantes dos grupos de foco enunciam uma inquietação que diz respeito: a dar conta da demanda cada vez mais crescente de tarefas e desafios que requerem habilidades para traduzir em conteúdos sobre os mais diversificados temas, dirigidos e oferecidos a públicos, clientes, negócios diferentes, em diversos tipos de plataformas e de linguagens, em situação econômica pouco ou nada estável.
(FIGARO, 2013, p. 133).

É também interessante citar a conclusão da autora sobre a relação, novamente, do tempo com pontos básicos e importantes da profissão, como também foram citados em respostas no questionário:

Com as dificuldades da aceleração dos tempos, da variedade de plataformas e da convergência de mídias aparecem problemas que não são exatamente novos, eles se recrudescem sem solução. Dizem respeito às orientações deontológicas da profissão, da ética jornalística ao tratamento com as fontes, à visão voltada para o interesse público, e não ao público cliente. Essas dificuldades são enunciadas na contraposição: manter os fundamentos ou atender à loucura dos ritmos e demandas do trabalho. (FIGARO, 2013, p. 133).

Esses pontos encontrados na citação acima podem ser considerados básicos do jornalismo. Alguns entrevistados acreditam que o papel do jornalismo hoje passe por valores básicos e pela importância que o jornalismo sempre teve. Quem acredita nisso, por exemplo, é Otávio Klein, que apesar de ser formado em filosofia, é docente de disciplinas de cursos de comunicação. Para Otávio:

Trata-se de um papel muito importante, de relevância social, pois a informação faz parte e na maioria das vezes antecede a decisão de fazer algo. O jornalismo tem um papel importante para a transformação social na perspectiva da sociedade e não do interesse das empresas privadas de comunicação.

Como pode-se conferir, Otávio também destaca a questão dos interesses privados que rodeiam o jornalismo. Um outro viés também apresentado com as opiniões foi o de que o papel do profissional passa ainda por valores básicos da profissão. Conforme comenta Vinícius: “Aprender, entender, questionar e levar a informação pura, completa e de qualidade para o leitor/ouvinte/telespectador”.

Nair também opina com o básico da informação, mas que parece ser bloqueado, quando perguntada sobre o papel do jornalista: “O papel do jornalista sempre foi informar, mas uma informação libertadora, transformadora, geradora de uma nova sociedade. É esta a nossa maior missão”. Por outro lado, Rose lembra da questão do acesso aos fatos: “Reportar os fatos com isenção. Cabe a nós também prestar serviço e democratizar o acesso às informações”. A jornalista Fernanda França segue a linha de pensamento das opiniões acima: “Informar com responsabilidade, com o apoio das tecnologias, ouvindo sempre todos os lados possíveis, atuando sempre pensando no bem da comunidade”.

O jornalista Gustavo Rech também acredita que o papel do jornalista passe pelo básico. Mas, tem uma opinião única quando trata das transformações que acontecem no âmbito da profissão. De acordo com Gustavo:

O papel do jornalista ainda é transmitir informações de forma ética, responsável e imparcial. Isso nunca vai mudar porque é a essência jornalística, que nunca vai mudar. O que, a meu ver, está ocorrendo, é uma tentativa de reinventar o jornalismo frente a todas essas mudanças das plataformas para tentar salvar a profissão.

O “salvar a profissão” é uma opinião forte, mas que pode ser lida no mesmo sentido em que Thaísa comentou, sobre uma crise de identidade. Um pensamento parecido levou ao tema de pesquisa. Todas as transformações que acontecem parecem bagunçar o trabalho do jornalista. Todos estão envolvidos nesse trabalho, todos querem opinar nesse trabalho, mas existem princípios e normas, assim como em outras profissões. Essa reinvenção, que cita Gustavo, pode ser a adição do papel de selecionador, mais do que nunca. Mas, a profissão ainda precisa seguir alguns passos.

É interessante discutir também que apesar de alguns entrevistados tratarem ainda do papel do jornalismo com fundamentos básicos da profissão, ninguém trouxe diretamente a questão do quarto poder. Bibiana, por exemplo, disse que o jornalista deve ainda ser “vigilante”. Sobre esse papel, Kovach e Rosenstiel (2004, p.114) trazem como valor que “os jornalistas devem funcionar como um controle independente do poder”. Atualmente, esse papel se encaixaria mais no jornalismo investigativo.

Outro papel corroborado pelos autores é também do jornalismo funcionar como um espaço público para debate. De acordo com Kovach e Rosenstiel (2004, p.140), “o jornalismo deve, assim, servir de fórum para a crítica e o compromisso públicos”. No entanto, os autores fazem uma ressalva:

Contudo, nesta nova era, é mais importante, e não menos, que este debate se baseie nos mesmos princípios do restante do jornalismo – a começar pela veracidade, factos e verificação –, pois um fórum sem respeito pelos factos não informa. Um debate baseado em preconceitos e suposições apenas incendeia os ânimos. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p.140).

Outro papel também aparece. Marizandra enxerga o jornalista como comunicador. A entrevistada vê a presença do profissional ligada a conceitos da convergência:

O jornalista atualmente segue a lógica e vive a chamada convergência em todas suas variações, se coloca como uma figura central no que podemos observar como convergência profissional. Esta que afeta os modos como constrói as notícias e as ferramentas usadas. Vale ver atualmente o jornalista como um comunicador. Alguém que circula pelas redes e utiliza ferramentas tecnológicas além do espaço de redação, que mescla o perfil profissional e pessoal.

Por último, Débora, que é docente de jornalismo, decidiu opinar sobre o olhar do público. De acordo com Débora:

Não atuo como jornalista, mas como docente de jornalismo. Desta forma, eu me inseriria no grupo da audiência de jornalismo. O que público não carrega em si o compromisso da profissão, embora eu busque verificar antes de publicar – pelo menos verificar se a fonte de onde se origina esta informação é diretamente relacionada ao conteúdo. Um exemplo: a postagem compartilhada por mim hoje sobre o aumento dos valores de multas de trânsito que foi originalmente publicada pelo perfil do Senado Federal.

A opinião de Débora é interessante. Primeiro, porque a pesquisa apresenta como o público é importante para a profissão. Segundo, porque mostra como o público pode também levar em conta alguns princípios para compartilhar em uma informação. Outro ponto ainda é que o fato de buscar verificação de uma notícia que está na internet, mostra como esse meio não tem muita credibilidade. Por fim, ainda mostra que algumas informações saem do jornalista para o público. Provavelmente, a postagem do Senado Federal foi escrita por um jornalista.

6.3 ANÁLISE EM XEQUE

As respostas buscam esclarecer a principal questão do trabalho. Porém, pontos interessantes podem ser observados dentro de cada um dos questionamentos. Esses itens conferidos também são importantes para o trabalho do jornalista.

Como na primeira pergunta, que incita a pensar o trabalho do profissional a partir dos valores da profissão. Quantas vezes um jornalista faz essa reflexão? Obviamente dependerá de cada um. Analisando as respostas pode-se afirmar que os princípios mudaram e seguem outra linha na atual era. O difícil é descobrir quais valores de fato estão sendo seguidos pelos jornalistas atuais.

Essa validação se dá quando alguns dos entrevistados comentam e interpretam a pergunta como quais seriam os princípios a serem seguidos pelos profissionais. Sendo assim, é possível pensar que os profissionais estão deixando de lado algumas maneiras, como a revisão e a imparcialidade, que futuramente pode se tornar mais uma lenda/polêmica da profissão, assim como a objetividade. Do outro lado se vê a valorização da seleção de notícias.

Esse conjunto pode estar ligado a algo respondido algumas vezes: depende do veículo ou do meio de comunicação que o jornalista trabalha. É por esse viés que ainda diversas formas de rotina podem ser encontradas no jornalismo. É certo dizer que, pelo menos, existem dois polos: o jornalista sentado e o jornalista “da rua”. Pelas demandas existentes atualmente, os veículos precisariam de profissionais tanto para quase serem fixos na redação, quanto para serem mais ativos nos locais do fato. Esse é o cenário ideal, mas dificilmente está sendo seguido por grande parte dos veículos de comunicação.

Outro fator importante dentro da rotina é que as ferramentas tecnológicas se tornaram parte comum no trabalho do jornalista. As redes sociais, o Whatsapp e o e-mail se tornaram locais para entrevistas, para conseguir informações. É parte do processo de adaptação. Por um lado facilita, do outro, pode deixar a profissão menos pessoal.

É importante ver também como as redes sociais e a internet, no geral, facilitaram a comunicação do público com o jornalista. Apesar de que hoje há uma confusão sobre essa participação, o público também ganha importância dentro da produção de conteúdo. Sendo fonte, esse público se torna mais uma opção para abastecer os veículos com informações. O único detalhe é que grande parte das empresas ainda não sabem trabalhar direito com essa quantidade de informações surgidas do público.

Por último, nota-se que a verificação da informação vinda desse público segue em alta. Mesmo sabendo que erros acontecem e vão continuar acontecendo, é pertinente observar que os jornalistas seguem com a preocupação de verificar uma notícia, ainda mais vinda do público. Muitas vezes, não apenas isso, mas vindas com uma credibilidade de rede social, que confunde o seu conteúdo com notícias, entretenimento, boatos e os mais diversos formatos de materiais os seus usuários.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho tem como objetivo principal mostrar qual é o papel do jornalista no cenário de convergências, tendo também como objetivo tratar do fazer jornalístico nesse mesmo contexto. O principal questionamento da pesquisa surge a partir das características do cenário apresentado durante a monografia. As particularidades percebidas dentro desse ambiente, da convergência, puderam ser vistas a partir do olhar de Jenkins, pai da convergência midiática. Resumindo a explicação do autor, a convergência proporciona transformações nos meios de comunicação, criando “uma interação cada vez mais complexa” entre eles. Conseqüentemente, também como explica Jenkins, isso cria um público mais ativo e participativo.

A partir da convergência midiática, pode ser observada a convergência tecnológica, que traz as ferramentas tecnológicas necessárias para o fazer a parte técnica. Um exemplo são os comuns *smartphones*, que atualmente dão a possibilidade de além de telefonar, fotografar, filmar, acessar à internet, editar as imagens e vídeos, realizar ligações por vídeo, entre outras inúmeras funções que podem ser adquiridas.

Como foi apresentado no capítulo IV do trabalho, as convergências abrem o espaço para movimentos como o jornalismo móvel e também para o jornalismo colaborativo. Como pôde ser visto, o móvel é o jornalista que com ferramentas portáteis (*smartphones* ou até *notebooks*) produz conteúdo para o seu veículo de comunicação. Já o jornalismo colaborativo ou *open source* é aquele feito pelo público, ou seja, a notícia será produzida pelos consumidores. Exemplos desse jornalismo são sites em que qualquer usuário pode se cadastrar e começar a noticiar.

Assim, o objetivo geral da pesquisa, que é o de mostrar o papel do jornalista junto com o fazer jornalístico no cenário de convergências foram alcançados. Em primeiro lugar, pode-se destacar o pano de fundo utilizado, que é o fazer jornalístico. A partir das análises verifica-se que os princípios do jornalismo estão em modificação, assim como a rotina do jornalista.

Antigamente, o jornalista, basicamente, tinha duas opções de formular a notícia: indo até a fonte ou fazendo ligações para chegar a informação. Atualmente, esse cenário ainda é possível, mas adiciona-se outras ferramentas tecnológicas, que acabam facilitando o trabalho do profissional. Junto disso está a participação do público, que pode hoje participar ativamente no processo de produção da notícia.

Essa participação também tem influência na rotina do jornalista, que sofrerá mais mudanças. A partir dessa movimentação, ou transformação de rotina, pode-se chegar ao ponto central da pesquisa: o papel do jornalista.

Durante o capítulo III, pode ser conferido os diferentes papéis que o jornalista acumulou durante as décadas a partir dos autores Pena e Kunczik, que citaram papéis como o de jornalista comunitário, investigativo, mediador, de entretenimento (apesar da polêmica), professor, jornalista de precisão e o correspondente de guerra. Após a análise desse trabalho pode ser concluído que mais um papel pode ser adicionado ao jornalista, se juntando aos citados acima e também ao papel básico do profissional, o de selecionador de notícias.

Para entrar em acordo com o trabalho, seria basicamente o *gatewatcher*, apresentado por Primo no capítulo sobre convergências. Esse papel adicional do jornalista seria o de observar a enxurrada de informações criadas e selecionar aquelas que podem ser de maior interesse público. A conclusão pode ser tomada a partir de algumas respostas que puderam ser conferidas nas análises.

Maiá Menezes e Alan Angeluci, por exemplo, citam que o papel do jornalista atualmente é de um curador de informações. Outro ponto muito importante quanto ao papel do profissional também condiz com a preservação ou não dos valores do jornalismo. Pode-se observar que no fazer jornalístico, o jornalista tem levado em conta os princípios que regem a sua profissão. Antônio Hohlfeldt comprova essa questão. Para ele, jornalista está fazendo a mesma coisa que antigamente, com a diferença que, hoje, a notícia chega até o profissional (ou seja, a questão do selecionador). Porém, mesmo assim, o jornalista deve “checar, selecionar, comparar e projetar o desenvolvimento do acontecimento”.

Para se ter mais clareza nessa afirmação, pode-se basear no que Bibiana Friderichs comentou. Para ela, o jornalista “tem o mesmo papel que tinha antes, independente das transformações tecnológicas que estamos vivendo”. Bibiana cita os princípios que o jornalista ainda segue, como o de ser mediador, um vigilante da população, apresentar os fatos de maneira correta, entre outros. Bibiana cita ainda que “seu trabalho também se converte em um filtro para informação relevante e verídica”, devido ao grande número de informações produzidas.

Apesar dessa afirmação, a discussão sobre o papel do jornalista na atualidade vai além. Durante a análise também foi identificado um outro lado, que

deve ser levado em conta por fazer parte do universo do jornalismo. Para entender essa ressalva, é preciso primeiro compreender as duas personalidades do profissional que puderam ser identificadas. Ao responder a primeira questão do questionário, que tratava sobre os princípios ainda seguidos por jornalistas, Rodrigo Campanella citou que para responder à pergunta, o jornalista “é um indivíduo entrelaçado com uma entidade coletiva e comercial, que normalmente é a empresa na qual ele trabalha”.

Assim, pode-se dizer que na sua consciência, o jornalista, como indivíduo sem qualquer ligação, ainda exerce e tem os princípios jornalísticos como base de um bom trabalho. No entanto, no que se transforma o profissional do jornalismo quando está trabalhando ou, como citou Rodrigo, entrelaçado a uma empresa?

A partir dessa afirmação pode-se compreender pressões sofridas pelo profissional atualmente, assim como o jornalista está lidando com o fato de trabalhar com diferentes filtros, como aqueles citados por Rossi no capítulo III. Como visto durante a história da profissão, a partir do momento em que os veículos de comunicação começaram a adotar o perfil de uma empresa, o jornalismo passou a contar com diferentes transformações. No novo século, a história não é diferente.

Uma das grandes pressões sofridas pelos jornalistas é a cobrança de produção de notícias em grande escala. Enquanto, poderia ser pensado na qualidade da informação. Quem pode corroborar essa realidade é o professor Gérson Luiz Martins. Assim como outros entrevistados, Gérson acredita que o papel básico do jornalista passa por valores já citados aqui. No entanto, cita que “infelizmente, o jornalista atual produz o que a empresa jornalística determina, não apura, realiza, de forma muito precária, a busca de informações pelo telefone ou pelas mídias sociais”. O professor ainda embasa a realidade que é de “uma busca insana de sobrevivência e de garantia da empregabilidade que compromete a qualidade do jornalismo”.

Vendo por essa ótica do profissional entrelaçado a uma empresa, pode-se pegar o que Thaísa Bueno diz. Para ela, hoje, o jornalista “é mais um divulgador de informação e menos um formador de opinião”. Essa afirmação pode-se ser colocada como uma possibilidade para os profissionais que, atualmente, trabalham para uma empresa de comunicação. Assim como Gérson, ela cita a interferência do perfil empresa na vida dos jornalistas. Relembrando, Thaísa comenta que o profissional “infelizmente é um produto do capitalismo, uma mão de obra barata, acrítico e a

mercê dos interesses de empresas”. Thaísa ainda comenta que a luta do jornalista é para “melhores condições de trabalho”. A professora traz também outro ponto muito citado pelos entrevistados, que é outra afirmação do atual jornalismo. Para ela “é cobrada produtividade em detrimento do tempo”.

A partir da pesquisa, pôde ser identificado que a ordem das empresas jornalísticas por uma publicação quase em tempo real é uma pressão que prejudica a profissão. Junto com esse viés, o jornalista Éric Oliveira citou e como as autoras Fígaro e Nonato já identificaram, a primeira criação desse cenário é o jornalista multiplataforma. Esse seria o profissional que deve ter diversas habilidades, sabendo criar uma notícia para o jornal, o rádio, a televisão e a internet, podendo ainda ter a habilidade de fotografar, filmar, editar e diagramar.

As empresas tendo esse tipo de profissional criam um efeito borboleta. As equipes começam a ser reduzidas, como também afirmaram Fígaro e Nonato. Isso cria mais um efeito, o jornalista sentado, termo utilizado por Fígaro para identificar o profissional que é abastecido pelas assessorias de imprensa, o público e até outros veículos de comunicação.

Assim como Jenkins cita que os meios de comunicação irão interagir de forma cada vez mais complexa, pode-se, por fim, concluir que o jornalista está entrando em um mundo mais complexo. Nesse cenário tão complexo, o jornalista vai se encontrando e se adaptando dentro dos princípios e valores que regem a sua profissão e tendo consciência de sua responsabilidade social e seu valor na sociedade. Vale ressaltar que o jornalista continua e continuará tendo a importância social que sempre teve. Não se pode esquecer que a Comunicação é um Direito Fundamental na Constituição Brasileira e que são os jornalistas e outros profissionais da área que intermediam e devem intermediar essa comunicação.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Flávio. Imprensa alternativa: Opinião, Movimento e Em Tempo. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008-. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 26 de maio de 2016;

AVILÉS, José Alberto García; SALAVERRÍA, Ramón. La convergencia tecnología en los medios de comunicación: retos para el periodismo. **Revista Trípodos** – nº 23, p. 31- 45, Barcelona: 2008;

BAGGIO, Carolina Liger. **Jornalismo colaborativo em portais de notícia online: o que a mídia hegemônica não enxerga?**. 2011. Pós-Graduação. CELAC/ECA-SP. <<http://myrtus.uspnet.usp.br/celacc/sites/default/files/media/tcc/308-991-1-PB.pdf>> Acesso em 27 de maio de 2016;

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil – 1900-2000**. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010;

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Ed.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003;

BECKER, Valdecir. Convergência tecnológica e a interatividade na televisão. In: **Comunicação & Sociedade**, Nº 48. Ano 29. São Bernardo do Campo: UMESP, 2007. p. 63-82;

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding the new media**. Garamond: MIT Press, 2000, 286 p;

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source em busca de credibilidade**. In: Intercom 2005 – XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO INTERDISCIPLINAR DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 09, 2005, Rio de Janeiro. Anais, Rio de Janeiro, 2005;

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. 2006. Universidade da Beira do Interior. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>> Acesso em 27 de maio de 2016;

COBEN, Ilka Stern. Diversificação e segmentação dos impressos. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008-. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 21 de maio de 2016;

CORRÊA, Thomaz Souto. A era das revistas de consumo. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008 -. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 25 de maio de 2016;

CRATO, Nuno. **A imprensa: iniciação ao jornalismo e à comunicação social**. 3.ed. Lisboa: Presença, 1989. 278 p;

DANELLI, Carolina e ORLANDO, Simone. **O uso do Whatsapp na rotina produtiva da emissora de rádio BandNews Fluminense FM**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro - RJ – 4 a 7/9/2015;

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005;

EULÉRIO, Maria de Lourdes. Imprensa a serviço do progresso. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008-. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 20 de maio de 2016;

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004;

GUERRA, Josenildo Luiz. O Nascimento do Jornalismo Moderno. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003. **Uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística**;

HOHLFELDT, Antonio. **Conceito e história do Jornalismo brasileiro na “Revista de Comunicação”** [recurso eletrônico] / Antonio Hohlfeldt, Rafael Rosinato Valles. – Porto Alegre : EDIPUCRS, 2008. 86 p. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/conceitoehistoria.pdf>> Acesso em: 18 de agosto de 2016

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 427 p;

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1993. 78 p;

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 4. ed., rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1992;

LAURENZA, Ana Maria de Abreu. Batalhas em letra de forma: Chatô, Wainer e Lacerda. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008-. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 24 de maio de 2016;

LUCA, Tania Regina. A grande imprensa na primeira metade do século XX. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008-. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 23 de maio de 2016;

KISCHINHEVSKY, Marcelo. O discurso da convergência inevitável: A construção do jornalista multitarefa nas páginas de O Globo. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la información y Comunicación** – v. 12, n.3, 2010;

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público exigir**. Porto, PO: Porto Editora, c2004. 223 p;

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: norte e sul** : manual de comunicação. São Paulo: EDUSP, 1997. 415 p;

MARTINS, Ana Luiz. Imprensa em tempos de Império. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008-. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 18 de maio de 2016;

MORAES, Livia Assad. Ditadura militar: a memória jornalística como parte da revisão histórica. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)** - v.3, n.2, p.33 – p.41, jul./2014 - dez./2014 ;

MOREL, Marco. Os primeiros passos da palavra impressa. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008-. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 16 de maio de 2016;

NETO, Edmundo Mendes Benigno. **Por uma história do jornalismo digital: algumas considerações**. 2008. Mestrado. Faculdade Cásper Libero. <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Por%20uma%20historia%20do%20jornalismo%20digital.pdf>> Acesso em 27 de maio;

PAVIANI, Jayme. **Conhecimento científico e ensino: ensaios de epistemologia prática**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2006;

PAVIANI, Jayme. **Epistemologia prática: ensino e conhecimento científico**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2009;

PEREIRA, Luís Fernando da Rocha. **O adiantado do minuto: A internet e os novos rumos do jornalismo**. 2002. Graduação de Jornalismo. Faculdades Integradas Hélio Alonso – FACHA. <<http://bocc.ubi.pt/pag/pereira-luis-novos-rumos-do-jornalismo.html>> Acesso em 27 de maio de 2016;

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 18 de agosto de 2016;

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo diário: reflexões, recomendações, dicas, exercícios**. São Paulo: PubliFolha, 2009. 340 p;

PRADO, Claudio; CAMINATI, Francisco e NOVAES, Thiago. **Sinapse XXI: Novos Paradigmas em Comunicação**. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Org.). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005. 368 p;

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E- Compós** (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007;

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. *Contracampo* (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006;

QUADROS, Claudia Irene. A participação do público no webjornalismo. In: **Revista Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Dezembro, 2015;

QUINN, Stephen. Jornalismo móvel: a última evolução na captação de notícias. In: *Revista Parágrafo*. FIAMM-Famm, São Paulo, v. 2, n. 2 (2014);

RECUERO, Raquel. **“Deu no Twitter, alguém confirma?” Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais**. In: SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo - 9º encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade Federal do Rio de Janeiro, novembro de 2011;

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. 10.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 87 p;

SANTUÁRIO, Marcos. **Jornalismo e Mundo Novo: comunicação e empresas jornalísticas no universo local e global**. Porto Alegre: Ms.com, 2015;

SERRA, Ana Paula Gonçalves. Convergência tecnológica em sistemas de informação. In: **Integração**. Out/Nov/Dez, 2006, ano XII, nº47;

SETTON, Maria da Graça Jacintho. **Mídia e educação**. São Paulo: Contexto, 2010
Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 18 de agosto de 2016;

SILVA, Fernando Firmino. **Jornalismo Móvel**. Salvador: Edufba. 2015;

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999;

SOARES, Marcelo. A silhueta do jornalismo que virá. In: SILVA, Gilmar Renato (org.). **Novos Jornalistas** – para entender o jornalismo hoje. E-book: Pontocom, 2010.
Disponível em: <https://issuu.com/midia8/docs/ebook_novos_jornalistas> Acesso em: 10 de setembro de 2016;

SQUIRRA, Sebastião Carlos de Moraes. A convergência tecnológica. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº 27, agosto, 2015.;

STOBBE, Antje e JUST, Tobias. IT, **Telecoms and New Media: The dawn of technological convergence**. In: HENG, Stefan (ed.). *Digital Economy and Structural Change*. Alemanha, 2006;

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2004-2005. 2 v.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1

VILLAMÉA, Luiza. Revolução tecnológica e reviravolta política. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008-. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 27 de maio de 2016;

ZANOTTI, Carlos Alberto. Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade. **Revista Comunicação Midiática**, v.5, n.1, p.28-41, set./dez. 2010;

WEBSITES

Associação Brasileira de Imprensa. Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/principios-internacionais-da-etica-profissional-no-jornalismo/>> Acesso em 03 de novembro de 2016;

Ministério das Comunicações. Acesso à Internet pelo Celular triplica no Brasil. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/sala-de-imprensa/todas-as-noticias/telecomunicacoes/36981-acesso-a-internet-pelo-celular-triplica-no-brasil>> Acesso em 27 de maio de 2016.

