

## O que é o jornalismo na atualidade?<sup>1</sup>

Eduardo SUGIZAKI<sup>2</sup>

Tatiana Carilly ANDRADE<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, GO  
Faculdade Araguaia, Goiânia, GO

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo discutir o jornalismo na atualidade, mostrando como a sociedade em rede vem transformando a área, apresentando o jogo de disputa de poderes de diferentes agentes sociais que acabam por influenciar a prática da produção de notícias e por impor novos desafios e perspectivas a esse campo atravessado pelas TICs. Apoiado na questão *O que é o jornalismo?* pôde-se apresentar como se constituiu o jornalismo, os valores que ainda persistem desde seu surgimento e as novidades que se apresentam neste século XXI. Para essa reflexão foram trazidas as ideias de autores renomados da Comunicação, Sociologia, Filosofia.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo, sociedade em rede, atualidade, tecnologias

### TEXTO DO TRABALHO

Pensar o jornalismo na atualidade é um exercício complexo. Inúmeras questões são levantadas acerca da arte de construir notícias. Sua prática se vê atravessada pelas tecnologias da informação e comunicação (TIC's) que abrem novas possibilidades de comunicação ampliando o diálogo social para além da mediação por parte, exclusiva, dos jornalistas<sup>4</sup> e veículos tradicionais. As novas tecnologias tornam possíveis “novos modelos informativos [...] que tem abalado as certezas dos jornalistas e o próprio jornalismo enquanto instituição” (TEMER, 2014, p. 86). As novas Diretrizes dos Cursos de Jornalismo, em vigor desde 2013, revelam a falência do jornalismo compreendido como

[...] um processo social que se articula da relação (periódica/oportuna) entre as organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/ revista / rádio / televisão...) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 19 a 21 de maio de 2016.

<sup>2</sup> Filósofo e professor da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, pós-doutor em Filosofia pela Universidade Federal de São Paulo email: eduardosugizaki@gmail.com

<sup>3</sup> Jornalista e professora da Faculdade Araguaia, doutora em Educação pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás, email: taticarilly@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Segundo o pesquisador português Nelson Traquina (2005) inspirado pela noção de campo formulada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, os jornalistas compreendidos como especialistas da produção noticiosa reivindicam o monopólio de conhecimentos e saberes relativos à notícia e sua construção.

função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos) (BRASIL, 2009, p.05).

A supremacia da comunicação unidirecional marcada pela passividade do receptor entra em declínio com a possibilidade cada vez maior de participação do público. O autor de *Jornalismo 2.0* Mark Briggs orienta como o profissional do jornalismo deve se comportar nessa sociedade marcada por uma comunicação dialógica. Ele escreve:

a notícia é uma conversa, não uma palestra. É importante reconhecer a mudança no público. As pessoas querem participar, portanto ajude-as a fazer isso. Muitas empresas de notícias tradicionais incluem *links* de email em seus artigos para facilitar o contato dos leitores com o repórter e o envio de perguntas ou comentários sobre as matérias. Alguns foram ainda mais longe e permitem que os leitores comentem diretamente a matéria *online*, para que todos os demais usuários possam ver também. (BRIGGS, 2007, p. 34)

Na produção de notícias do que Briggs (2007) denomina Jornalismo 2.0, surge a possibilidade de parceria entre os profissionais do jornalismo e quem antes fazia parte, somente, da audiência. Nessa perspectiva, a expectativa é de que cada vez mais o jornalismo se revele como um instrumento indispensável à democracia. Surgem para esse modelo de jornalismo inúmeras designações, como bem destaca a pesquisadora Giovana Mesquita:

[...] Quando homens e mulheres começam a deixar de ser “receptores passivos” da televisão, do rádio e dos jornais para interferirem e participarem de uma forma mais efetiva do processo de produção de conteúdos para as mídias surgem inúmeras conceituações: jornalismo participativo (HOLANDA, 2007), webjornalismo participativo (PRIMO; TRÄSEL, 2006), jornalismo open source ou de código aberto (HOLANDA, 2007; BRAMBILLA, 2005), jornalismo cidadão (GILLMOR, 2004; TARGINO, 2009), jornalismo comunitário, jornalismo de serviço público, jornalismo público e jornalismo cívico (TRAQUINA; MESQUITA, 2003). (MESQUITA, 2012, p.13-14)

Ainda de acordo com ela, o surgimento da WEB 2.0 torna possível a interação do público com a notícia, além de intervenções e influências sobre as rotinas produtivas do jornalismo, bem como sobre o seu produto principal, que é a notícia. Isso porque qualquer pessoa munida de uma tecnologia portátil, capaz de registrar áudio e vídeo pode interferir, em qualquer instante, nas coberturas jornalísticas e no agendamento de temas.

Essa abertura do campo jornalístico para uma comunicação dialógica, participativa e colaborativa vai de encontro à soberania das mídias tradicionais como produtoras de

informação e ao mesmo tempo tira do profissional do jornalismo o potencial de exclusividade de fabricar notícias. Por outro lado, isso pode ser visto de forma positiva, quando, por exemplo, o público complementa ou reforça as matérias jornalísticas. Os telejornais brasileiros, tanto em rede nacional, quanto locais têm se utilizado muito de audiovisuais enviados pelo público às redações. Claro que dentro desse contexto, o que chega às redações é analisado e selecionado podendo ser divulgado ou não, fato que recebe críticas por pesquisadores que defendem um jornalismo cada vez mais democrático.

É nesse solo altamente tecnológico alimentado pela potencialidade de um jornalismo cada vez mais democrático e pelo surgimento da sociedade em rede<sup>5</sup> que se faz urgente refletir sobre o jornalismo, agora, tão marcado pela imprevisibilidade acerca de seu futuro e pelo devir. Diante do exposto, a questão proposta nesse artigo é: o que é o jornalismo, na atualidade?

O jornalista Clóvis Rossi (1998, p. 66), em sua obra *O que é o jornalismo?*, escreve: “o jornalismo é uma grande batalha para a conquista de mentes e corações”. Para além de pensar no aspecto relativo à audiência, essa definição sugere algo ainda maior que atender aos anseios econômicos das empresas jornalísticas, já que para conquistar o público, o jornalista entra na batalha diária de transformar informações em notícias, fazendo prevalecer determinados discursos, deixando de lado outros tantos, agendando os assuntos que, enfim, serão debatidos publicamente. Estabelece-se aí uma batalha entre os discursos de diferentes esferas: econômica, política, social, religiosa, midiática. Instala-se uma disputa por torná-los visíveis e legítimos, na tentativa de garantir a adesão do público.

Na crise política instalada atualmente no Brasil é possível exemplificar claramente esta batalha em busca de prevalecer determinada(s) verdade(s). Observa-se de um lado a oposição ao Governo buscando adesão à ideia de que não há outra saída para o país a não ser o *impeachment*, de outro o discurso de que tudo não passaria de um golpe contra a democracia. É certo que essa história política vem se construindo a cada dia em meio a uma teia de micropoderes<sup>6</sup> e o jornalismo tem papel fundamental nesse processo. Mas, diferentemente do que se viveu na crise política instalada na década de 1990, quando do *impeachment* do então presidente Fernando Collor, naquela época, nem o público, nem o

---

<sup>5</sup> A sociedade em rede, designada pelo sociólogo espanhol Manuel Castells (2005), surge com os avanços das tecnologias da comunicação e informação, possibilitando novas formas de organização social, modificando as noções temporais e espaciais as formas tradicionais de troca de informações, a comunicação em todos os campos profissionais.

<sup>6</sup> Na coletânea de textos de *Microfísica do Poder* (2014), Foucault discute o exercício de micropoderes na sociedade.

jornalismo contavam ainda com o poder das redes sociais e as tecnologias portáteis reunindo em uma só plataforma áudio, vídeo e textos, tornando possível a visibilidade de discursos que não seriam selecionados pelos “óculos”<sup>7</sup> dos jornalistas ou pelos interesses das empresas de jornalismo tradicionais. Há uma novidade importante aqui que, de certa forma, relativiza os conceitos tradicionais acerca do jornalismo e de seu exercício.

O professor e pesquisador português Nelson Traquina (2001, 2005), referência nos estudos e pesquisas sobre o jornalismo discute ideias relevantes para se pensar o que seria o jornalismo na atualidade. Segundo ele, o modelo de jornalismo tendo como centro a informação e não a propaganda, o desenvolvimento dos *mass media* e a formação de um campo profissional em busca de consolidação assim como outras profissões liberais – medicina, advogados, entre outras – tem suas raízes no século XIX, quando valores que ainda hoje o constituem formaram uma ideologia acerca do campo. Dentre esse valores, o autor cita: as notícias, a procura da verdade, a independência dos jornalistas, a exatidão e a noção do jornalismo como um serviço público (Traquina, 2001, p.34).

Trata-se de valores inspirados e construídos também pelas revoluções ocorridas no século XVIII, já que as informações - antes de domínio exclusivo dos “sábios” e por eles controladas - só começaram de fato a circular publicamente a partir de então, possibilitando a formação do campo profissional jornalístico, bem como explica o professor e jornalista Ciro Marcondes Filho (2009). De acordo com ele [...] o jornalismo é a síntese do espírito moderno: a razão (a ‘verdade’, a transparência) impondo-se diante da tradição obscurantista o questionamento de todas as autoridades, a crítica da política e a confiança irrestrita no progresso, no aperfeiçoamento contínuo da espécie (MARCONDES FILHO, 2002, p. 09).

Importante ressaltar-se que ao mesmo tempo que o jornalismo veio se constituindo por esses aspectos ideológicos, ganhando por isso a confiança e adesão por parte da sociedade, a notícia, produto de seu trabalho, passou a ser objeto mercadológico, transformando-se em um negócio com possibilidades de alta rentabilidade. Não demorou muito para que o jornalismo se tornasse dentro dos negócios das empresas de comunicação refém da publicidade e das barganhas políticas, servindo a interesses da classe dominante, à lógica publicitária e do marketing (SILVA, 1991).

A partir de então, pode-se afirmar que o valor da notícia passa a ser mensurado, tendo como prioridade os índices de audiência e para atender essa demanda, as notícias

---

<sup>7</sup> Segundo Pierre Bourdieu, “[...] Os jornalistas têm óculos especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras; e veem de certa maneira as coisas que veem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado. O princípio da seleção é a busca do sensacional, do espetacular” (1997, p.25-26).

tendem a se apresentar espetacularizadas, abrindo mão de certos valores que foram essenciais na consolidação do papel social do jornalismo de levar informação à sociedade, primando pela busca da verdade.

Todos esses aspectos abordados até aqui demonstram que o jornalismo vem se constituindo ao longo de sua existência pelo exercício de poder de esferas distintas – políticas, econômicas, sociais, tecnológicas. Ele encontra-se na malha fina e fluída de micropoderes que interferem e influenciam uns aos outros. E a sociedade em rede traz exigências outras ao jornalismo. Para além de informações verdadeiras, busca-se agora o estabelecimento do diálogo social, pautado não mais na compreensão da notícia como fato dado a ser descoberto, mas como discursos a serem interpretados e trabalhados na construção do que se pretende tornar público. Isso requer uma atenção especial à pluralidade de vozes.

Nessa perspectiva, a página em branco que se abre a cada jornada de trabalho do jornalista coloca a ele o desafio de preenchê-la tendo a competência de interpretar os fatos - em suas dimensões política, econômica, cultural, social, humana - de cada carta apresentada pelos diversos agentes sociais que de forma estratégica se colocam na disputa pelo poder da supremacia de seu(s) discurso(s).

Neste século XXI, os desafios para o profissional do jornalismo são grandes. O domínio dos conhecimentos teóricos, práticos, técnicos, jurídicos, mercadológicos referentes à área são extremamente importantes, mas insuficientes se trabalhados desconectados. Produzir uma notícia passa a ser muito mais que uma atividade intelectual permeada por pressões organizacionais, *deadlines*, influências de aspectos das rotinas produtivas. E isso vai muito além de responder ao *lead* de forma mecânica, cumprindo a tarefa de cumprimento de pautas.

Não há como retroceder, desafio do jornalismo, agora, é trabalhar com muitas cartas previsíveis de agentes sociais tentando validar seus discursos e algumas surpresas ao longo do dia que poderão mudar o rumo das jogadas, tornando qualquer página escrita obsoleta e em branco diante da imprevisibilidade da reação dos *presumers*, o público que passa de leitor, telespectador, ouvinte para produtor de notícia.

O fato é que quando o jornalista se coloca em sua jornada de trabalho, estaria decisivamente se enredando no exercício do poder e dando continuidade à guerra por outros meios que não os bélicos, levando-se em conta, aqui, as ideias do filósofo francês Michel Foucault (2014) acerca do poder. Para ele, o poder circula, se exerce e fabrica. Há nele uma

positividade. E o que o jornalismo atual fabrica? Mais que notícias, fabrica realidade(s) ou valida discursos fabricados por outros agentes sociais.

Ao contrário do que muitos slogans jornalísticos e até manuais de jornalismo difundem acerca de que os jornalistas buscam a verdade como se já existissem previamente, esses profissionais têm uma tarefa muito mais desafiadora que é criar realidade ou discurso de verdade tendo como ponto de partida a imprevisibilidade das ações dos que disputam estrategicamente para serem vistos, ouvidos e lidos nos meios com altos índices de audiência.

Talvez grande parte das pessoas mal saibam que o trabalho jornalístico seja produzir verdades a partir de fatos, acontecimentos e até de boatos e especulações. Tarefa bem complexa no solo do século XXI, que acaba por ruir as bases seguras desse ofício. O jornalismo chega bem perto de uma ficção, com um grau de inventividade tão elevado quanto em muitas obras ficcionais. Puras criações a partir de uma página em branco, de um não saber, de uma imprevisibilidade e incerteza. É este o ponto de partida do jornalista que vai lidar a cada início de jornada com uma rede de poderes disputando o estabelecimento de seus discursos de verdade. É deste não saber nada que se abre a possibilidade para fabricar totalidades altamente perecíveis. Tão perecíveis que no findar de um dia de trabalho o nada se apresenta novamente como possibilidade de fabricar o tudo.

Mesmo assim, a cada jornada de trabalho, o jornalista tem uma única certeza: uma página em branco ou o nada, o vazio como a grande oportunidade de construir “a realidade”. Diante da ideia de que as notícias não estão dadas e de que os fatos por mais que aconteçam só ganham um corpo noticioso a partir da produção de discursos de verdade pode-se afirmar que o ponto de partida do trabalho jornalístico é o não saber. Logo o jornalista nada sabe e o jornalismo é guerra!

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria N. 203, de 12 de fevereiro de 2009**. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo. Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação. Brasília, 2009. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento\\_final\\_cursos\\_jornalismo.pdf](http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf)> Acesso em: 20 de jan. de 2014.

\_\_\_\_\_. Ministério da Educação. Resolução n. 1, de 27 de setembro de 2013. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado. **Diário Oficial da União**. Brasília, p.26, 01 de out. 2013. Seção 1.

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar**. College Park: Universidade de Maryland, 2007. Disponível em: [http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo\\_20.pdf](http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf). Acesso em: 21 de abr.2015.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – a era da informação : economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 28 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2002.

MESQUITA, Giovana. Reflexões sobre jornalismo, sociedade em rede e coparticipação da audiência. In: PRYSTHON ,Angela; SALCEDO Diego A.; DINIZ, Talita Rampazzo (Orgs.) **Comunicação e sociedade** [recurso eletrônico] : transformações midiáticas no contemporâneo. Recife : Ed. Universitária da UFPE, 2012.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. Brasiliense: São Paulo, 1998.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O Adiantado da Hora**. A influência Americana sobre o Jornalismo Brasileiro. São Paulo: Summus, 1991.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. **Flertando com o caos: comunicação, jornalismo e televisão**. Goiânia: FIC/UFG, 2014.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

\_\_\_\_\_. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**.2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.