

SUMÁRIO

- 4 **APRESENTAÇÃO**
COMITÊ EDITORIAL DA BJR
- ARTIGOS**
- 8 **A MÍDIA DO SETOR PÚBLICO E
A CRISE DE CREDIBILIDADE NO
SENEGAL:**
*o caso da televisão nacional sob o
regime socialista (1960 – 2000)*
MOR FAYE
- 30 **DOS PARADOXOS COTIDIANOS À
PONTUAÇÃO RÍTMICA DAS NOTÍCIAS:**
*por um modelo teórico-conceitual
pendular*
MARCOS PAULO DA SILVA
- 54 **QUE CRIME É NOTÍCIA?:**
*uma análise de matrizes discursivas
que perpassam a reportagem
investigativa no Brasil*
SEANE MELO E MARCO ROXO
- 78 **GÊNERO E NÚMEROS:**
*o uso de dados na cobertura do Dia
Internacional da Mulher nos sites de
três grandes jornais brasileiros*
ANA CAROLINA ARAÚJO

- 108 **“#PRIMEIROASSÉDIO” NA MÍDIA E NA PERCEÇÃO DE LEITORAS NO FACEBOOK**
CRISTIANE GUILHERME BONFIM E MÁRCIA VIDAL NUNES
- 128 **EL ABORTO EN LAS FOTOGRAFÍAS DE LOS MEDIOS DIGITALES EN CHILE:**
visualidades en disputa
LORENA ANTEZANA E CLAUDIA LAGOS LIRA
- 152 **O “MENINO NEGRO” DA FOTO: a produção de sentidos nos comentários dos leitores do El País**
THAÍS FURTADO E JULIANA DORETTO
- 180 **JORNALISMO NAS REDES SOCIAIS: os diferentes perfis de conteúdo jornalístico no Facebook dos jornais impressos brasileiros**
MICHELE GOULART MASSUCHIN, CAMILLA QUESADA TAVARES E REGILSON FURTADO BORGES
- 206 **LUGARES DE ENUNCIÇÃO E DISPUTAS DE SENTIDO EM RELAÇÃO AO TRABALHO JORNALÍSTICO EM ARRANJOS ALTERNATIVOS ÀS CORPORAÇÕES DE MÍDIA**
RAFAEL GROHMANN, MICHELLE ROXO E ANA FLÁVIA MARQUES

- 230 **VALORES DE UMA PROFISSÃO
EM CRISE: tensões e desafios de
jornalistas de veículos tradicionais em
meio à consolidação da internet no
modo de fazer jornalismo**
HENDRYO ANDRÉ E KÉRLEY WINQUES
- 254 **UNA APROXIMACIÓN
NARRATOLÓGICA A LA
CRÓNICA LATINOAMERICANA
CONTEMPORÁNEA SEGÚN
PARÁMETROS DEL PERIODISMO
LITERARIO ESTADOUNIDENSE**
MARCELA AGUILAR

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

Copyright © 2019
SBPjor / Associação Brasileira de
Pesquisadores em
Jornalismo

CLÁUDIA LAGO, FÁBIO PEREIRA, LIA SEIXAS E
LAURA STORCH

Conselho Editorial da Brazilian Journalism Research

A **Brazilian Journalism Research** dedica sua primeira edição de 2019 para a publicação de artigos de temas livres que trataram o jornalismo como objeto de estudo. Em seu conjunto, este volume apresenta uma grande diversidade de abordagens: trabalhos de caráter mais teórico ou empírico, perspectivas mais sociológicas, discursivas, semiológicas. Essa postura é uma das marcas da **BJR** ao longo de sua história.

O artigo ‘A Mídia do Setor Público e a Crise de Credibilidade no Senegal: o caso da televisão nacional sob o regime socialista (1960 – 2000)’, do professor Mor Faye, abre a edição, trazendo uma contextualização histórica do jornalismo praticado pela TV pública senegalesa em um período de 40 anos. O artigo mostra a apropriação desse canal como um instrumento de propaganda pelo regime socialista, que detinha o monopólio do setor audiovisual no país. Como explica Faye, essa análise específica do caso senegalês pode ser estendida aos demais países da África francófona subsaariana que, após a independência, se inspiraram no modelo estatista de mídia audiovisual que perdurou na França até 1981 para constituírem os seus próprios sistemas de tele e radiodifusão.

Na sequência, trazemos um artigo de revisão crítica de bibliografia, de autoria de Marcos Paulo da Silva. Em ‘Dos Paradoxos Cotidianos à Pontuação Rítmica das Notícias: por um modelo teórico-conceitual pendular’, o autor analisa a forma como a narrativa jornalística, com base nos critérios de noticiabilidade se ampara e, ao mesmo tempo reforça, um conjunto de padrões culturais de regularidade e de racionalidade que configuram a experiência cotidiana na modernidade. Dando continuidade a esse movimento de exploração teórica do jornalismo, Seane Melo e Marco Roxo, autores de ‘Que Crime é Notícia? Uma análise de matrizes discursivas que perpassam a reportagem investigativa no Brasil’, analisam as significações da categoria “investigativo” nos estudos de jornalismo no Brasil, sublinhando a passagem de uma matriz policial para uma matriz política.

Os três artigos seguintes abordam, de certa forma, as relações entre jornalismo e gênero. Em ‘Gênero e Números: o uso de dados na cobertura do Dia Internacional da Mulher nos sites de três grandes jornais brasileiros’, Ana Carolina Araújo discute as contribuições do uso de dados abertos na cobertura jornalística, tomando como objeto de estudo de caso a efeméride do Dia Internacional da Mulher. Na sequência Cristiane Guilherme Bonfim e Márcia Vidal Nunes, autoras de ‘#Primeiroassedio na mídia e na percepção de leitoras no Facebook’ analisam impacto de uma campanha anti-machista, criada pela OnG Think Olga em 2015, e que levou leitoras do Facebook a partilharem suas próprias histórias de assédio, de forma a influenciar a agenda midiática sobre o assunto. Fechando esse bloco, ‘El Aborto en las Fotografías de los Medios Digitales en Chile: visualidades en Disputa’, de Lorena Antezana e Claudia Lagos Lira, lança seu foco nas imagens publicadas pela mídia digital chilena por ocasião dos debates pela legalização do aborto naquele país em 2014.

O artigo seguinte também discute o papel das imagens na configuração do debate público. Thaís Furtado e Juliana Doretto, autoras de ‘O “Menino Negro” da Foto: a produção de sentidos nos comentários dos leitores de *El País*’, fazem uma Análise de Discurso das postagens dos usuários do Facebook que reagiram a duas reportagens do *El País* repercutindo uma foto de Lucas Landa, que retratava um menino negro, sem camisa, admirando os fogos do réveillon no Rio de Janeiro. As autoras mostram que a foto serviu de base para um debate de cunho político-partidário, que abordou

questões como o feminismo, a qualidade do jornalismo e a estética da fotografia. “Logo, as discussões, as interpretações e os imaginários que aparecem nos comentários estão diretamente relacionados com as configurações ideológicas presentes no Brasil atual, que incluem também a concepção contemporânea da infância”.

Em ‘Jornalismo nas Redes Sociais: os diferentes perfis de conteúdo jornalístico no *Facebook* dos jornais impressos brasileiros’, Michele Massuchin, Camilla Tavares e Regilson Borges partem de uma análise quantitativa do conteúdo jornalístico de 9.993 postagens dos editores da fanpage de nove jornais do Nordeste do Brasil para construir uma tipologia desse tipo de publicação. Já Rafael Grohmann, Michelle Roxo e Ana Flávia Marques analisam os lugares de enunciação em relação ao jornalismo e ao trabalho do jornalista que emergem nos textos de apresentação de 73 veículos independentes da cidade de São Paulo. Em ‘Lugares de enunciação e disputas de sentido em relação ao trabalho jornalístico em arranjos alternativos às corporações de mídia’, os autores mapeiam a diversidade de *ethos* jornalísticos que permeiam esses discursos. Ao final mostram como os lugares de enunciação apresentados revelam as tensões entre, por um lado, as lutas internas do campo jornalístico e, por outro, as potencialidades de mudança que emergem a partir de novas condições de uso e mobilização da força de trabalho. Tudo isso em um contexto marcado pelas possibilidades abertas pelas tecnologias digitais.

Hendryó André e Kérley Winkes dão continuidade ao debate sobre as transformações da prática e da identidade jornalística no artigo ‘Valores de uma Profissão em Crise: tensões e desafios de jornalistas de veículos tradicionais em meio à consolidação da internet no modo de fazer jornalismo’. Por meio de entrevistas semiestruturadas conduzidas por estudantes junto a jornalistas que atuam em veículos de Curitiba (PR), os autores mapearam as representações desses profissionais em relação à crise da profissão.

Fecha esta edição um texto de caráter mais reflexivo, que retoma a temática do jornalismo literário, tratada no volume 14, número 3 da **BJR**. Em ‘Una aproximación narratológica a la crónica latinoamericana contemporánea según parámetros del periodismo literario estadounidense’, Marcela Aguilar conduz uma análise narratológica da obra de 14 cronistas latino-americanos de diferentes nacionalidades e gerações. A autora mostra que esse gênero partilha

de um conjunto de características textuais do que se convencionou chamar de jornalismo literário anglo-saxão. “Ninguna crónica se escribe en el vacío; cada crónica responde a un texto anterior, y es posible reconocer ese diálogo, aunque haya décadas o incluso siglos de distancia entre un enunciado y otro, entre una pregunta y una respuesta”, conclui.

Os 11 artigos desta edição ilustram a política da **Brazilian Journalism Research** de incentivar a pesquisa em jornalismo, sem privilegiar nenhum ponto de vista, nenhuma escola ou *doxa*. A qualidade dos textos publicados reflete ainda o trabalho dos editores, secretário de redação e dos pareceristas na seleção, avaliação e acompanhamento dos textos, na checagem de informações e das referências, com o objetivo de oferecer a você, leitor, uma revista de altíssimo nível. Por isso, aproveite a edição e boa leitura!

A MÍDIA DO SETOR PÚBLICO E A CRISE DE CREDIBILIDADE NO SENEGAL:

o caso da televisão nacional sob o regime socialista (1960 – 2000)

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

MOR FAYE

Universidade de São Paulo, São Paulo – SP, Brasil

ORCID: 0000-0003-2419-9117

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1129

RESUMO – Com base nos princípios que fundam a liberdade de expressão e a mídia pública, este artigo pretende dar uma contribuição crítica ao que tem sido geralmente denominado de “modelo político senegalês”, considerado como um dos raros modelos de democracia na África francófona durante as três primeiras décadas após a independência (1960 – 1990). No que se refere à mídia, esta pesquisa visa a mostrar que a televisão nacional não teve, na verdade, um funcionamento mais democrático do que de outros países dessa parte do continente africano e que viviam, na época, sob um regime de ditadura civil e militar suportado por um partido único. Da mesma forma como a televisão nacional zaireense sob o presidente Mobutu, a emissora senegalesa também foi uma indiscutível ferramenta de propaganda, um “espelho do Estado” e um prisma que deformava a sociedade. Como resultado, a crise pós-colonial que atingiu o Senegal na virada dos anos 1980 – 1990 acabou por afetar a “sua” televisão.

Palavras-chave: Senegal. Régimen socialista. Estado. Medios públicos y sociedad. Libertad de prensa.

PUBLIC SECTOR MEDIA AND THE CREDIBILITY CRISIS IN SENEGAL: national television in a socialist government (1960-2000)

ABSTRACT – Based on the principles that underlie press freedom and the public service of the media, this article is a critical contribution to what was commonly called the “Senegalese political model”, considered as one of the few models of democracy in Francophone Africa during the first three decades of independence (1960 – 1990). As far as the media are concerned, this research shows that during that period, national television was not actually run more democratically than those of other countries of this part of the continent, then under civil or military dictatorship backed by a single party. Just like Zaire national television under President Mobutu, the Senegalese one was also a formidable tool of propaganda, a “mirror of State” and a distorting prism of the society. As a result, the crisis that stroke the Senegalese postcolonial State at the turn of the 1980s did not spare “its” television.

Key words: Senegal. Socialist regime. State. Public media and society. Press freedom

LOS MEDIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y LA CRISIS DE CREDIBILIDAD EN SENEGAL: el caso de la televisión nacional bajo el régimen socialista (1960-2000)

RESUMEN – En el presente artículo, presentamos parte de los resultados de investigación sobre el tratamiento dado, por la producción periodística, a la violencia contra las mujeres. Ella dirige interrogantes a los discursos que circulan sobre el asunto a cada eclosión de brutalidad. Se pretende aprehender el papel del periodismo en una cultura donde es posible salir en defensa del respeto a las mujeres y al mismo tiempo criminalizar a la víctima por los abusos sufridos. Tal perspectiva de investigación demanda los referenciales teóricos y metodológicos escogidos, a saber, los de los discursos por la óptica de Dominique Maingueneau, Patrick Charaudeau y Eni Orlandi. Como conclusión central, se constató que la producción periodística es poco cuidadosa en cuanto a la depuración de los hechos relatados en materias sobre casos de abusos de mujeres, de forma a respaldar viejos preconceptos.

Palabras clave: Periodismo. Discursos. Violencia. Violación. Mujeres.

1 Introdução

No Senegal, o regime socialista tomou as rédeas do poder com a independência do país em 1960. O governo reivindicava ideologicamente para si os valores culturais ditos africanos, o comunitarismo e o humanismo, para fundar um socialismo “autêntico” como projeto político de desenvolvimento. Buscava, dessa forma, se distinguir do socialismo científico marxista-leninista, do trotskismo e do maóismo, se inserindo no movimento do socialismo africano “humanizado” criado e implementado em outros países do continente como a Tanzânia do então presidente Julius Nyerere (Charles, 1965; Bénot, 1969). Sob o regime socialista, o Senegal conheceu dois presidentes: Léopold Sédar Senghor (1960 – 1980) e Abdou Diouf (1981 – 2000). Por duas décadas (1970 – 1990), o país foi apresentado como modelo de democracia e estabilidade social na África, tendo passado de regime de partido único para um “multipartidarismo limitado” a partir de 1974 e, em seguida, para o “multipartidarismo integral” a partir de 1981, ao mesmo tempo em que liberalizou o setor da imprensa (Diop & Diouf, 1990; Diop, 1992). Essa situação contrastava com o contexto político africano do período, marcado pela presença de regimes de

partido único bastante autoritários, instaurados frequentemente após golpes de Estado, mas também por um monopólio estatal da imprensa, do rádio e da televisão (Conac, 1993).

O sistema midiático senegalês evoluiu entre 1960 e 2000, favorecendo reformas democráticas empreendidas por autoridades do país sob a pressão das populações, dos partidos de oposição e da sociedade civil, contudo, continuou marcado por um monopólio “tenaz” do Estado no setor de televisão (Fall, 2008, p. 43; Barry, 2013). Por isso, apesar da liberalização da imprensa, realizada nos anos 1970, e da rádio, feita em meados dos anos 1990, o Senegal teve, durante todo esse período, apenas uma televisão de caráter estatal. De fato, nas mais altas esferas do Estado, considerava-se que, em nome da estabilidade política e social, o setor de televisão, em virtude do seu caráter considerado altamente sensível e do suposto poder da imagem, não podia ser aberto a operadores independentes, sob o risco de provocar “problemas de ordem pública” ou a “demolição do país”. O nível de cultura democrática das populações era considerado insuficiente para permitir a criação de televisões privadas.

A Lei 73-51, de 4 de dezembro de 1973, que criava o Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal (ORTS – Escritório de Radiodifusão e Televisão do Senegal, em tradução livre), apresentava a televisão nacional como serviço de todos, e o lançamento de emissoras privadas foi julgado inútil e prematuro. O ORTS (transformado em RTS em 1992) exercia um monopólio exclusivo sobre a rádio e a teledifusão, que desempenhariam papel de serviço público de comunicação. Segundo essa lei, o ORTS devia se limitar ao respeito estrito dos interesses gerais da sociedade senegalesa, levando em consideração seus diferentes componentes políticos, sociais, culturais, ideológicos, confessionais e étnicos.

Contudo, entre 1972, ano do lançamento oficial da televisão nacional senegalesa, a 2000, ano que marca o fim do regime socialista e a primeira alternância de poder, o nível de popularidade e de credibilidade dessa emissora pública continuou declinando. Os telespectadores senegaleses, insatisfeitos com seu funcionamento, perderam a confiança na TV, o que levou a uma crise do audiovisual público senegalês (Sy, 2003). Essa crise foi regularmente relatada pela então nascente imprensa do Senegal. Ainda em 1989, o jornal *Sud Hebdo* (Cf. Gaye, 1989) mostrou que os carros de reportagem da ORTS não ousavam mais exibir sua logomarca nas principais ruas de Dacar, com medo de serem identificados e sofrerem represálias. Ao fazer referência à impopularidade da televisão nacional, o jornal *Le*

Cafard Libéré (1988, p. 4) chegou a rebatizar a ORTS de “Office de Ragots-diffusion Télé-bidon du Sénégal” (Escritório de Fofoca-difusão e Tele-farsa do Senegal, em tradução livre).

O objetivo do presente artigo é, portanto, apresentar um estudo retrospectivo da televisão nacional senegalesa, sob o regime socialista, buscando elucidar seu funcionamento por meio das seguintes questões: os telespectadores senegaleses tinham “boas razões”¹ para estarem insatisfeitos com a televisão nacional e não terem perdido a confiança nela? Caso essa atitude de rejeição fosse, de fato, fundamentada, quais seriam os fatores explicativos? Buscasse, assim, questionar as dinâmicas políticas e ideológicas inerentes ao monopólio estatal sob o setor da televisão nacional durante o regime socialista, tanto do ponto de vista de suas *funções manifestas*, como de suas *funções latentes*, no sentido mertoniano do termo².

Em suma, este estudo ambiciona questionar o funcionamento da televisão nacional, uma mídia supostamente pública, em um período de três décadas (1972 – 2000). Ele terá como pano de fundo a história política e social do Senegal, destacando as dinâmicas associadas à TV pública no contexto africano, particularmente no senegalês.

Após apresentação do referencial teórico e metodológico do estudo (parte 2), o artigo propõe descrever o funcionamento da televisão senegalesa sob o regime socialista, revisitando o contexto histórico de implementação dessa mídia no Senegal (3), bem como suas relações com o Estado e a sociedade por meio de registros discursivos e imaginários para, finalmente, tentar identificar a compreender a origem da crise de credibilidade que afetou essa televisão (4).

2 Referencial teórico e metodológico

As teorias sobre o papel democrático da imprensa partem do princípio de que esta é um elemento indispensável para o funcionamento de sociedades democráticas ou que aspiram democracia. Essas teorias se inserem em uma tradição intelectual que remonta ao Iluminismo do século XVII. Assim, Alexis de Tocqueville vai entender a imprensa estadunidense como verdadeiro contrapoder (Tocqueville, 1992/1840). Na contemporaneidade, essa abordagem foi defendida por vários autores, como Jürgen Habermas (Le Bohec, 1997). Michael Schudson é um grande representante dessa corrente. Para ele, o papel democrático da mídia consiste em

Fornecer aos cidadãos uma informação justa e completa que lhes permita tomar decisões sábias enquanto cidadãos; fornecer aos cidadãos enquadramentos coerentes para ajudá-los a compreender a complexidade do universo político, fornecer a qualidade e a quantidade de informação que o público espera de acordo com as leis do mercado; representar o público e falar por ele e em nome do interesse público para controlar o governo; suscitar empatia e fornecer uma compreensão aprofundada da situação dos homens no mundo; oferecer um fórum de diálogo entre os cidadãos, indo além de informá-los sobre o processo de decisão em curso, de forma a fazê-los participar plenamente desse processo. (citado por Le Bohec, 1997, p. 121).

Como se percebe, Michael Schudson faz referência a três concepções clássicas da imprensa: a imprensa como livre expressão, a imprensa como fórum-ágora e a imprensa como contrapoder (4º Poder). A imprensa como livre expressão tem como princípio essencial a liberdade de expressão e o direito à informação e se interessa pelo conjunto de disposições legislativas e regulamentares em vigor em um Estado, permitindo que o jornalista trabalhe de forma independente. A imprensa como fórum-ágora mostra-se como dispositivo-chave de um espaço público democrático, no sentido habermasiano do texto que, a princípio, implicaria em acesso livre e equitável a esse espaço, em uma simetria de pontos de vista, na primazia dos argumentos racionais sob os argumentos de força, entre uma troca de ideias entre cidadãos e Estado e cidadãos. A imprensa como contrapoder remete à necessidade de limitar os demais poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) pela mídia e impedi-los de cometer faltas prejudiciais à democracia e ao interesse geral.

Todavia, para estar fundado nos fatos, esse papel democrático precisa necessariamente vir pareado a um conjunto de critérios que garantiriam o que Daniel Cornu (1994, pp. 349-415) chama de *a* credibilidade da informação. Esta, na verdade, é uma exigência que deriva do próprio significado etimológico do ato de informar. Informar significa buscar e formatar fatos comprovados e desconhecidos do público. De acordo com o autor, a exigência pela verdade, enquanto dever moral e profissional, se impõe ao jornalista, observador, que deve prestar conta dos fatos, mas também atuar como seu intérprete e narrador. São nesses três níveis que se inserem as exigências metodológicas da objetividade e da imparcialidade, constitutivas, dentre outras, de uma informação credível.

Não é objetiva, segundo Daniel Cornu, toda informação que se ocuparia da verdade racional (quem tem razão, quem não tem?) no lugar da verdade de fato, distinção que ele toma emprestado

de Hannah Arendt, sem que o julgamento sobre a realidade não se sustente previamente em fatos estabelecidos por uma investigação jornalística rigorosa. Toda informação implica em uma “conduta de objetividade” que visa, do ponto de vista do autor, a exaustividade nos procedimentos de seleção. Isso pressupõe, portanto, que o jornalista recuse dar preferência a certos fatos no lugar de outros, seguindo uma lógica de indução ao erro.

Para Daniel Cornu, a imparcialidade, como método de investigação da verdade, não é simples neutralidade, que consistiria em expor dois pontos de vista opostos, sem jamais se decidir, contentando-se em dar “os dois lados”. Na visão do autor, a imparcialidade é diferente de não tomar partido: requer o julgamento sem um *a priori*. Assim, nem a imparcialidade é assegurada ao jornalista que comenta, explica ou julga os eventos, e nem a objetividade aplica-se ao jornalista que observa a realidade. Trata-se, sobretudo, como prossegue Cornu, de adotar uma “conduta de imparcialidade”: convém que o jornalista que julga dê a conhecer claramente o seu ponto de vista para que qualquer pessoa saiba onde ele se situa.

Do ponto de vista das teorias sobre o papel democrático da imprensa e dos critérios de credibilidade da informação sob as quais esse papel social deve ser estudado e avaliado, é possível fazer as seguintes questões iniciais: sob o regime socialista, a televisão nacional senegalesa tinha um posicionamento realmente democrático? Ela obedecia os critérios de credibilidade da informação pelos jornalistas, vista como um ideal de quase sacerdócio? Existiam lógicas que as aproximavam ou as afastavam desse ideal? E de que ordem eram essas lógicas?

Para responder a essas questões, optamos por um método qualitativo no qual realizamos uma série de entrevistas com telespectadores senegaleses e com jornalistas da televisão nacional e de outros setores midiáticos. As informações obtidas foram complementadas por trabalhos acadêmicos sobre a imprensa de modo geral e, particularmente, sobre a imprensa senegalesa.

É com base nessa abordagem teórica e metodológica que obtemos os resultados que se seguem.

3 Gênese da televisão nacional senegalesa

No Senegal, a implantação da televisão ocorreu no âmbito de um Estado recém-independente e foi marcada por dois fatos principais: o lançamento de uma televisão educativa em 1963 e, mais tarde, sua substituição, em 1972, por uma televisão nacional de caráter generalista. A gênese marcou profundamente as dinâmicas associadas à televisão senegalesa.

3.1 A televisão educativa pioneira

Na sequência da independência nos anos 1960, a implantação de uma televisão nacional representou um passo extremamente importante para os Estados da África subsaariana francófona. A televisão foi, de certa forma, percebida não apenas como símbolo do poder e atributo da soberania, mas também como vitrine ideológica dos partidos no poder (Dioh, 2009). É por isso que os Estados se apressaram em criar televisões públicas nacionais, cada um tentando ser o primeiro a fazê-lo. Em 1963, o Congo Brazzaville deu início ao processo. O Senegal também alimentou um projeto similar naquele mesmo período, mas, por razões políticas e econômicas, isso não aconteceu (Dioh, 2009, pp. 187-188). Do ponto de vista político, o projeto sofreu por conta de um conflito “fratricida” que ocorreu, em dezembro de 1962, entre o então presidente Senghor e o presidente do Conselho Mamadou Dia, o primeiro acusando o segundo de golpe de Estado por conta de divergências profundas em relação à orientação ideológica e econômica que seria dada ao novo Estado senegalês. Além disso, no plano econômico, o Estado hesitava quanto à necessidade de lançar uma televisão pública nacional, o que ia de encontro com as medidas de austeridade econômica que se faziam necessárias por conta da situação do país (Unesco, 1974, p. 8). Esse tipo de iniciativa era visto como prematuro devido aos numerosos desafios econômicos e sociais a serem enfrentados por um Estado novamente independente. A prioridade para a África subsaariana francófona naquele momento era desenvolver primeiro sua rede radiofônica, em vez de se lançar em uma aventura televisiva, de natureza duvidosa e também bastante cara (Dioh, 2009, p. 28).

Por essas diferentes razões, o Senegal optou, por fim, pelo lançamento de uma TV educativa, em 1962, no lugar de uma televisão pública nacional. A televisão educativa, constituída com o apoio da

Unesco, visava à educação de adultos, incluindo analfabetos. No início dos anos 1960, de fato, a ideia de utilizar a televisão para favorecer a educação em um país em via de desenvolvimento estava em voga. Projetos de televisão educativa foram desenvolvidos em vários países da África (Quênia, Nigéria, Níger, Sudão) buscando, frequentemente, funcionar como paliativo para a falta de professores nesses países que se tornavam novamente independentes (Maurel, 2011). Essa política se inseria no contexto do paradigma da comunicação para o desenvolvimento, também chamada de comunicação para a mudança de comportamentos, bastante em voga nos anos 1960, sob influência das teorias para a modernização do Sul. De acordo com essas teorias, era possível atingir o desenvolvimento sob a condição de difundir, de forma quase mecânica, ideias, conhecimentos e novos valores, e de transferir as “boas práticas” dos países do Norte para os do Sul, utilizando-se, para isso, da mídia de massa (Misse & Kiyindou, 2009). Ao decidir apoiar esse tipo de projeto na África, a Unesco também se inspirava no papel desempenhado pelas rádios e televisões educativas rurais implementadas logo após a Segunda Guerra Mundial no Canadá, na França e na Índia. Esse papel foi considerado positivo por várias missões de avaliação devido aos resultados obtidos em termos de desenvolvimento econômico e social nas zonas de implementação dessas mídias (Unesco, 1974, pp. 7-8).

Na medida em que esse projeto de televisão educativa orientava a todo o continente africano, a Unesco, durante sua conferência geral de 1962, exprimiu junto à delegação do Senegal o seu desejo de ver o seu país escolhido para o projeto piloto. Assim que o acordo foi assinado em 7 de dezembro de 1963, passou-se à implementação do projeto: o recrutamento e a formação do pessoal, a construção das instalações técnicas – graças à cooperação francesa e canadense que enviaram especialistas e equipamentos – e a escolha da radiodifusão nacional para abrigar a televisão educativa. Esta só pôde dar início à sua programação a partir de 1965. Contudo, por conta de um raio de transmissão bastante limitado (30 quilômetros), da existência de uma única emissora e das limitações de ordem técnica, a televisão só cobria a capital do país, Dacar, e a sua periferia. Pouco numerosos na época, os telespectadores seguiam as emissões em dez teleclubes organizados por conta das circunstâncias. Eles tinham direito a programas semanais de curta duração. Mesmo que, no início, a programação se limitasse a temas como higiene e nutrição, ela foi, entre 1965 e 1966, ampliada para outros assuntos como civismo, economia doméstica, religião,

telejogos e os programas produzidos pelos próprios teleclubes (Unesco, 1974, p. 18). A televisão educativa alcançou certo sucesso, como mostra essa entrevista realizada com o presidente de um teleclubes localizado na periferia de Dacar:

A televisão produziu grandes mudanças aqui, em Pikine. Ela nos ajudou a criar nossas crianças e a nos alimentar. Hoje em dia, damos a elas mingau de painço e continuamos a amamentá-las, de forma que não sofram no momento do desmame. Uma das principais mudanças aconteceu na escola. As crianças não acompanhavam as aulas. Mas assim que os pais passaram a ver televisão, eles começaram a compreender a importância da educação [...]. Aqui, todo mundo quer saber quando serão retomadas as transmissões de televisão, e não apenas as mulheres, mas também os homens, que acompanhavam com bastante atenção os programas e apreciavam as mudanças que eles provocavam em suas esposas [...] E há tanta coisa para aprender, e a televisão foi a melhor educação que tivemos. (Unesco, 1974, p. 4).

Essa mídia, contudo, foi apenas um breve parêntese na história do audiovisual senegalês.

3.2 O lançamento de uma televisão nacional

Em 1972, a televisão educativa transmitiu, com grande sucesso, os Jogos Olímpicos de Munique. O Estado senegalês decidiu transformar, de forma improvisada, o canal em uma televisão dedicada à informação política e notícias de modo geral, “acelerando as obras de instalação de infraestruturas: a aquisição de equipamentos apropriados e a instalação de uma estação terrestre em Gandoul, próximo a Thiès” (Dia, 1987, p. 411). Para regulamentar o lançamento desta nova televisão nacional, adotou-se a Lei n. 73-51, de 4 de dezembro de 1973, que transformava a radiodifusão nacional criando o Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal (ORTS), estabelecimento público de caráter administrativo e que agrupava a rádio e a televisão em uma mesma entidade. O primeiro artigo da Lei n. 73-51 estipulava que:

O Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal tem por objetivo, por meios próprios, de responder às necessidades e aspirações da população no que se refere à informação, à cultura, à educação, ao entretenimento e à ilustração dos valores da civilização. Ele deve, nesse sentido, se pautar-se por uma exclusiva preocupação em relação aos interesses gerais da coletividade [...].

4 O funcionamento da televisão nacional senegalesa sob o regime socialista

Oficialmente, a televisão nacional deveria desempenhar um papel de serviço público. Entretanto, esta vocação tornou-se impossível de ser realizada em razão da ideologia política em vigor. Sob o pretexto de uma unidade nacional que deveria ser construída e também dos imperativos ligados ao desenvolvimento econômico e social a serem alcançados de forma a lançar as bases de uma nova nação independente, a televisão foi colocada sob tutela exclusiva do Estado.

4.1 Um veículo sob o controle exclusivo do partido estatal

O argumento utilizado pela maior parte dos regimes africanos do período pós-independência para justificar a criação de partidos únicos e justificar sua manutenção no poder foi a desqualificação do pluralismo político associado ao “tribalismo” e considerado como fator permanente de “atentado à ordem pública” (Mahiou, 1969). Isso em um contexto em que o direito ao voto já havia sido introduzido na colônia francesa do Senegal, bem como no restante da África francófona onde os cidadãos já estavam familiarizados com as ideias e práticas democráticas (Suret-Canal, 1992, pp. 46 – 66). Contudo, após a independência, o então presidente Senghor acusou a oposição de constituir uma entidade estritamente subversiva e imatura face às exigências de um multipartidarismo “responsável” e “construtivo”. Na verdade, Senghor enfrentava uma oposição de esquerda marxista ultrarradical e uma oposição nacionalista que acreditava que a descolonização só aconteceria de fato com a saída de Senghor do poder, já que ele era visto como “aprendiz” do neocolonialismo francês enxertado na sociedade senegalesa. Ao classificar essa acusação de estéril, Senghor “liquida” os partidos de oposição para conduzir uma unificação do campo político senegalês em torno da sua pessoa e do seu partido, a Union Progressiste Sénégalaise (UPS, União Progressista Senegalesa, em tradução livre).

Para maximizar o papel da mídia nacional, o Estado senegalês faz uso expressivo dos meios jurídicos, financeiros, logísticos e humanos para eliminar a imprensa independente, afiliada aos partidos políticos recém-dissolvidos e estabelecer a hegemonia da mídia estatal. Assim, em seu primeiro plano quinquenal de desenvolvimento, iniciado em 1961, é dito que:

De um orçamento total de 92,67 bilhões de francos, o estado atribuirá ao Ministério da Informação 450 milhões de francos. A radiodifusão recebe a maior parte dos recursos, ficando com 335 milhões para a aquisição de um potente transmissor de 200 quilowatts ao custo de 150 milhões, equipamento de reportagem e de transmissão por 100 milhões, reforma das instalações por 40 milhões. A instalação de antenas de longo alcance para a transmissão em ondas curtas está prevista a um custo de 35 milhões, bem como uma emissora regional em Saint-Louis por 10 milhões. Uma subvenção de 15 milhões de francos será alocada para a criação de um Office du cinema [Escritório de Cinema, em tradução livre], permitindo a compra de material de imprensa e fotografia e a instalação de um teletipo conectado à Reuters e avaliado em 10 milhões. A instalação e a equipagem de 28 centros regionais de informação, fundamental na estruturação da educação em larga escala das massas, deverá custar 75 milhões, incluindo caminhões de projeção de cinema. Em quatro anos, a repatriação deste orçamento deve seguir uma curva crescente anual: 1961: 52 milhões, 1963, 128 milhões, 1963, 132 milhões; 1964, 138 milhões. (Paye, 1992, p. 332).

Essa vontade de construir uma política de informação baseada no monopólio das mídias estatais levou os poderes públicos senegaleses a adquirirem o jornal *Paris-Dakar* rebatizado como *Dakar-Matin* e transformado, em 1970, em um jornal diário governamental sob nome de *Le Soleil*. E também de reforçar a *Agence de Presse Sénégalaise*, criada em 1959. Uma vez implantada, em 1972, a televisão acabou por se integrar a este dispositivo ideológico-midiático oficial para consolidar o papel do Estado no setor das mídias, supostamente lhe permitindo controlar a opinião pública nacional.

A Lei n. 73-51, de 4 de dezembro de 1973, transformava o audiovisual público em um mero serviço administrativo, transformando os jornalistas em simples agentes administrativos submetidos às normas que regiam os funcionários do Estado. Os jornalistas das mídias estatais estavam, assim, submetidos ao dever de reserva que, como se sabe, é incompatível com a liberdade de expressão e que fundamenta a liberdade de imprensa. Os jornalistas não tinham outra escolha a não ser se submeterem ou se demitirem – em um contexto midiático nacional marcado pela ausência de empresas de mídia privadas suscetíveis a contratá-los em caso de demissão. A Lei n. 73-51 proibia, em seu artigo 3º, a criação de qualquer veículo audiovisual independente sob pena de um mês a um ano de prisão. O conselho de administração da ORTS e o comitê de direção eram compostos por membros majoritariamente vindos dos diferentes ministérios e da Assembleia Nacional, os jornalistas eram minoritários. O diretor geral da ORTS era nomeado pelo presidente da República a partir de uma proposição do Ministério da Informação, o que o colocava em uma relação de dominação.

4.2 As formas de fidelidade ao regime

As diferentes formas de fidelidade da televisão ao regime socialista fizeram com que esta mídia estatal e o regime levassem, simultaneamente, à ruptura das relações entre as populações e o veículo qualificado de forma abusiva pelo governo como “público”.

4.2.1 A asfixia da pluralidade de expressão

A primeira forma de demonstração de fidelidade da televisão nacional senegalesa ao regime socialista foi a ausência de pluralismo, ilustrada pela exclusão sistemática e deliberada dos partidos de oposição e das vozes anticonformistas. Sob o pretexto de evitar que órgãos públicos de imprensa fossem transformados em lugares permanentes de campanha eleitoral, houve um processo de marginalização dos opositores no que diz respeito ao acesso à televisão, à rádio e ao jornal diário *Le Soleil* por meio da limitação do tempo de fala pelas autoridades e pela ocultação de suas opiniões e ações, de forma a produzir uma informação homogênea e consensual (Diop 1995, pp. 355 – 357). A consequência direta desse ostracismo foi a ausência de polêmicas, de debates contraditórios sobre as grandes decisões que afetavam a nação. Do ponto de vista dos governados, sua exclusão da mídia pública se materializou, sobretudo, pela ausência de visibilidade de suas preocupações, transformando essas mídias em espaços dominados por um jornalismo institucional, de prestação de contas. Esse tipo de sistema, de direção única, dos governantes aos governados, excluía a maior parte da população da comunicação política. Afinal, no lugar de utilizar as mídias como ferramentas de troca de ideias e como meio de estabelecer contato com os cidadãos, os governantes socialistas faziam dela um instrumento de propaganda para transformar os leitores, audiência e telespectadores em receptáculos passivos de suas mensagens

Durante esse período, os líderes políticos conhecidos por sua oposição ao regime socialista como, por exemplo, o historiador e pan-africanista Cheikh Anta Diop e o economista e jurista Abdoulaye Wade, não podiam ser manchete no telejornal e, muito menos, convidados a participar. Artistas anticonformistas, como o cineasta Ousmane Sembène, eram ocultados pela televisão nacional senegalesa pelas mesmas razões.

Devido à sua constante propaganda em favor do regime socialista, a televisão nacional acabou cristalizando todas as frustrações dos partidos de oposição, da sociedade civil independente, de certas comunidades confessionais e de uma parcela significativa do grande público senegalês.

4.2.2 A excessiva encenação do poder

A segunda demonstração de fidelidade ao regime por parte da televisão foi a encenação excessiva do poder, que aparecia pelos menores fatos e gestos. Assim, projetado para ser um reflexo da sociedade senegalesa e um barômetro dela, capaz de permitir que ela se situasse em relação ao restante do mundo, o telejornal das 20 horas acabava se limitando ao chefe de Estado, suas realizações, suas caravanas políticas no interior do país, suas viagens internacionais. Em seguida, vinham, de forma subsidiária, as atividades do primeiro-ministro, dos outros membros do governo, dos grupos religiosos aliados ao poder e que se sentiam obrigados, para continuarem a se beneficiar das boas graças do governo, a citarem novamente o chefe de Estado em todos os seus discursos ou declarações (Sarr & Thiaw, 2002). Como destacava o jornalista Jacques Habib Sycette, essa parcialidade contribuía na construção de uma imagem deformada da sociedade senegalesa:

Existe na televisão nacional, alimentada pelo nosso dinheiro e pelo trabalho ingrato de todos os senegaleses, muita propaganda política, muito da família biológica e política do chefe de Estado, muito apoio a uma confraria religiosa em detrimento a outros grupos confessionais, muito discurso e poucos resultados visíveis, palpáveis, muito proselitismo religioso em um Estado que deve ser imparcial, dar trabalho a todos e de forma igualitária, e, sobretudo, evitar romper os equilíbrios que governam a nação e o país (o acesso para todos a uma cobertura equilibrada de notícias e de informações; remuneração justa do trabalho no campo; equidistância em relação a todas as confissões religiosas). (Sy, 2003, p. 27).

4.2.3 O excesso de zelo dos diretores gerais

A terceira demonstração de fidelidade da televisão em relação ao regime residia no excesso de zelo dos diretores gerais que se sucederam no comando do audiovisual público senegalês. Como suas nomeações podiam ser revogadas em qualquer momento e/ou em

razão de sua grande proximidade política com o Partido Socialista, eles acabavam adotando o papel de guardiões da linha pró-governamental no audiovisual público. Laudatórios zelosos do poder, esses diretores gerais não hesitavam em aparecer diante das câmeras da televisão nacional e comentarem as notícias maquiando o sucesso e os fracassos do governo e, quando necessário, crucificando os opositores políticos. É dessa forma que o ensaísta Mody Niang vai descrever, mais tarde, Babacar Diagne, diretor geral do audiovisual público sob a presidência de d'Abdou Diouf: “Ele era profundamente antioposição e velava pessoalmente para que um tempo congruente fosse dedicado à cobertura da oposição. Contudo, ele falava de forma indecente e invasiva das qualidades do partido no poder” (Diakhité, 2013, p. 56).

Representando os olhos e os ouvidos do Estado nas redações do sistema público de rádio e TV, esses diretores gerais desempenhavam o papel de *gatekeeper*, não no sentido jornalístico do termo, mas no sentido político. De fato, censuravam todos os assuntos e pedidos de cobertura não favoráveis ao governo e que fossem formulados pelos partidos de oposição e pelas forças sociais não alinhadas ao regime. Kadialy Diakhité, que fez toda sua carreira como jornalista no setor audiovisual público do Senegal, testemunhava que:

Os pedidos de reportagem e de cobertura de eventos chegavam pelo correio ou por fax diretamente no escritório do diretor geral. Por telefone, apenas os pedidos urgentes, de caráter imperativo. Diferente da situação ideal, esses pedidos não eram encaminhados aos serviços competentes para serem analisados. Em alguns casos, eles corriam o risco de serem ignorados. A Direção Geral, que visivelmente não queria ser pega de surpresa, buscava, dessa forma, exercer um controle *a priori* mais eficaz, levando em conta, é claro, o que havia sido solicitado. (Diakhité, 2013, p. 5).

Por conta dessa feudalização, era previsível que, na virada dos anos 1980, a TV senegalesa fosse confrontada por uma crise, resultado da rejeição popular.

4.3 A negação da crise do Estado pós-colonial

No início da década de 1980, o Estado pós-colonial senegalês conheceu uma grave crise econômica e financeira, em razão de uma má gestão e foi obrigado a aceitar um programa de ajustes estruturais imposto pelo FMI e pelo Banco Mundial. Como mostram os trabalhos de Momar-Coumba Diop e de Mamadou Diouf (1990, pp. 326-327), a

crise se manifestou primeiro por uma forte deterioração do poder de compra das populações, seguida de um aumento do preço dos bens de consumo. Ela se traduziu, em seguida, por um aumento expressivo do desemprego e do subemprego, como consequência das sucessivas deflações dos setores público e parapúblico. Essa crise multisetorial mergulhou o Senegal em uma profunda morosidade, como descreve este comentário do semanário *Sud Hebdo*:

É a desordem e o medo do amanhã em todo lugar. Sinais dos tempos, mas também um fenômeno social inevitável. Resultado da política econômica adotada, essa forte tendência que afeta as conquistas sociais sem necessariamente abrir novas vias de melhoria, intriga até os mais fleumáticos, quando não nos impõe o dever de investigar e de questionar. (Sud Hebdo, 1988, pp. 4-5).

A crise, de consequências sociais desastrosas, acabou por desacreditar a televisão senegalesa, em razão da enorme diferença entre a situação real do país e as reportagens elogiosas sobre as supostas performances econômicas e pessoais do regime. Enquanto os telespectadores desejavam conhecer as razões da crise, a televisão se contentava em reproduzir o discurso oficial, que invocava, para se distanciar da crise, a “deterioração dos termos de troca Norte-Sul”, a “seca”, ou ainda o “perigo acrídeo”. Em uma reportagem de TV sobre a falência das empresas públicas e parapúblicas e a desagregação dos estabelecimentos bancários não aparece nenhum questionamento sobre papel da gestão estatal. Em vez de explicar aos senegaleses as verdadeiras razões da crise, a televisão continuava a apresentar longos comunicados do conselho ministerial, a agenda de audiências do presidente da República recebendo os embaixadores recém-acreditados ou em fim de missão, as visitas dos chefes de estado estrangeiros ao Senegal. Durante as eleições presidenciais e legislativas de 1988, a cobertura tendenciosa da campanha eleitoral reforçou ainda mais o descrédito da televisão nacional. Para impedir que os opositores mostrassem aos eleitores a origem da crise econômica e social ou que se exprimissem sobre os riscos de fraude eleitoral, a televisão nacional decidiu atribuir 15 minutos por dia à propaganda do Partido Socialista, enquanto os partidos de oposição dispunham apenas de três minutos cada um (Diop & Diouf, 1990, p. 313).

A falta de credibilidade que atingia a televisão foi amplificada pelo aparecimento dos primeiros jornais privados (*Sud Hebdo*, *Walfadjri*, *Le Témoin*, *Le Cafard Libéré*). Dirigidos, em parte, por jornalistas dissidentes do setor público, esses jornais defendiam um

jornalismo independente, baseado na informação e na investigação. Isso permitia, por um lado, que eles se distinguissem da mídia oficial e, por outro, da imprensa de opinião afiliada aos partidos políticos, que haviam emergido em meados da década de 1970. Desde 1987, por exemplo, o *Le Cafard Libéré* questionava diretamente a responsabilidade do regime na degradação do tecido econômico e bancário local, mostrando a existência de um laço de causa e efeito entre a crise econômica e financeira nacional e a gestão clientelista do Estado. Apesar desse novo discurso emitido pelo *Le Cafard Libéré* e por outros jornais privados, o presidente Abdou Diouf foi reeleito, embora tenha saído desacreditado do processo eleitoral. Nesse contexto, os jornais independentes revelaram seus erros de gestão, bem como suas fraudes eleitorais.

Isso evidentemente afetou a imagem da televisão nacional, considerada como um ator do “*hold-up* eleitoral” de 1988. Durante a cobertura organizada pela TV para comentar os primeiros resultados, a oposição não foi convidada, apenas membros do partido do então chefe de Estado Abdou Diouf, intelectuais “neutros” e jornalistas estrangeiros.

4.4 As reformas do setor audiovisual nos anos 1990

Desde o início dos anos 1990, uma série de leis foram adotadas para reformar e democratizar o setor radiotelevisivo senegalês, em resposta à crise de legitimidade do regime: a Lei nº 92-03, de 16 de dezembro de 1991, sobre a criação de uma sociedade nacional chamada “*Radiodiffusion Télévision Sénégalaise*” (RTS, Radiodifusão e Televisão Senegalesa, em tradução livre); e a Lei nº 92-57, de 3 de setembro de 1992, referente ao pluralismo no setor radiotelevisivo. Essas novas leis modificaram as missões conferidas ao setor audiovisual público. Assim, o artigo 2 da lei de 1991 estipulava que:

A Sociedade nacional contribui para satisfazer as necessidades e aspirações da população no que se refere à informação, à cultura, à educação e ao entretenimento. Ela dispõe, no conjunto do território nacional, do monopólio da difusão e da distribuição, direcionado ao público, de programas de rádio e televisão. A associação de emissoras afiliadas ao exercício do monopólio será, caso necessário, objeto de convenções que tratem das obrigações recíprocas das afiliadas e da Sociedade nacional. Essas convenções serão aprovadas por decreto. A Sociedade nacional deve se orientar exclusivamente pelos interesses gerais da coletividade. Ela será conhecida no Senegal pelas emissões produzidas ou coproduzidas, bem como pelos intercâmbios internacionais de produção audiovisual. Ela contribui para reforçar a unidade nacional [...].

Essa lei trazia, portanto, duas mudanças decisivas. A primeira era a passagem de um estatuto de estabelecimento público de caráter administrativo (inteiramente financiada com recursos estatais) ao de estabelecimento comercial que deve buscar as suas próprias modalidades de financiamento. A segunda mudança era a possibilidade aberta aos operadores independentes de lançarem rádios e televisões privadas, desde que assinassem um contrato de convenção com a RTS. Assim, as primeiras rádios comerciais privadas foram criadas em meados dos anos 1990 (*Sud Fm, Walf Fm, Nostalgie* etc.), embora a televisão continuasse como monopólio público.

Além disso, a Lei nº 92-57, de 3 de setembro de 1992, referente ao pluralismo no setor radiotelevisivo, foi adotada, em teoria, com o objetivo de reforçar o pluralismo audiovisual e o acesso das mídias públicas audiovisuais pelos partidos de oposição. Contudo, apesar da lei, esse acesso pela sociedade civil e por qualquer organização política de oposição ao partido no poder continuou bastante limitado.

Em suma, esses dois textos contribuíram pouco para reforçar as missões de serviço público da televisão nacional: ela se manteve sob o bastão político e ideológico do um Estado-Partido, apesar das exigências de que ela se responsabilizasse por garantir sua autonomia financeira (Faye, 2015).

4.5 A influência do modelo organizacional e político francês

O que nos mostra essa evolução é que a história da televisão na África subsaariana francófona, de modo geral, e particularmente da televisão nacional senegalesa, não pode ser estudada sem ter como referência o modelo francês. Quando as antigas colônias francesas criaram suas televisões, após a independência, elas solicitaram assistências técnicas à França. Foi o Office de Radio Télévision Français (ORTF, Escritório de Rádio e Televisão francesa, em tradução livre) por meio do l'Office de Coopération Radiophonique (OCORA, Escritório de Cooperação Radiofônica, em tradução livre) que ficou encarregado dessa missão. Essa assistência técnica cobria uma série de ações: o envio de jornalistas e de engenheiros para a realização de estudos técnicos e a instalação do material necessário; a formação, na França, de jornalistas e técnicos em televisão africanos; a produção dos primeiros filmes e reportagens a serem difundidos (Dioh, 2009, pp. 27-33).

Essa transferência de tecnologia e de competência foi acompanhada pela transferência do modelo da ORTF caracterizado, sob o plano jurídico e administrativo, por um monopólio exclusivo do Estado no setor audiovisual – o que, na França, durou até 1981. Esse monopólio, herança da Segunda Guerra Mundial, foi consequência de um centralismo excessivo e pelo controle do Estado sobre o ORTF, limitado a um simples estabelecimento comercial de caráter administrativo (Regourd, 2013, p. 3). Seus diretores gerais eram nomeados e revogados pelo conselho ministerial, de acordo com a vontade de quem mandava. Seus jornalistas e técnicos eram considerados funcionários, que deviam se manter leais ao Estado francês em detrimento à liberdade de imprensa. O governo francês intervinha mesmo no conteúdo dos telejornais. Em uma entrevista coletiva que ficou famosa, o presidente Georges Pompidou chegou a declarar publicamente, em 2 de junho de 1970, que a televisão era “a voz da França no país e no estrangeiro”:

Nós nunca encontramos o equilíbrio perfeito de nossa informação. Talvez isso seja por causa do governo. Talvez também seja por causa dos jornalistas! Ser jornalista da ORTF não é a mesma coisa que ser jornalista em outro lugar. A ORTF, independente de ser vista ou não, é a voz da França. Ela é assim considerada no estrangeiro e também pelo público. (Pompidou, 1970).

Como as televisões africanas que se inspiraram nesse modelo, a ORTF viu sua legitimidade ser questionada por um vasto movimento de contestação popular por ocasião da chegada ao poder do presidente François Mitterrand (Open Society Institute, 2005, p. 212).

A ORTS e a ORTF apresentam, portanto, semelhanças claras. Nos dois casos, encontra-se o regime jurídico de monopólio estatal do setor de audiovisual, a mesma organização administrativa, as mesmas formas de intrusão governamental no setor, as mesmas regras de nomeação e de revogação dos diretores gerais. Ocorreu também a mesma crise de credibilidade que acabou por suscitar a rejeição dos telespectadores.

5 Conclusão

Nossa questão inicial era discutir por que os telespectadores senegaleses se mostravam insatisfeitos em relação ao funcionamento da televisão nacional, sob o regime socialista (1960 – 2000). Os resultados do presente estudo revelaram o processo que levou à sua desarticulação: embora a televisão nacional senegalesa fosse

supostamente uma mídia pública a serviço dos interesses gerais da sociedade, ela foi, ao longo dos 40 anos de sua existência, um monopólio exclusivo do estado, utilizada em prol do regime socialista. Isso explica as práticas que levarão ao seu afastamento em relação ao povo senegalês: asfixia da expressão plural; marginalização sistemática da oposição política e da sociedade civil; excessiva encenação do poder; hipertrofia das imagens e dos discursos de propaganda veiculados por jornalistas financiados pelo regime; transformação da mídia em aparelho eleitoral permanente; incapacidade de refletir as realidades políticas, econômicas e sociais do país; e ausência de crítica e de debate contraditório. Essas práticas progressivamente transformaram a televisão nacional senegalesa na expressão de um só clã, o do chefe de Estados dos membros do seu governo, dos grupos de pressão aliados ao poder e todo tipo de apoiadores

Compreende-se, assim, os motivos que explicam por quê, antes da queda do Partido Socialista, durante as eleições presidenciais de 2000, os senegaleses estavam convencidos de que a televisão não poderia mudar se não houvesse uma alternância política. Trabalhos posteriores permitirão mostrar que as mudanças esperadas e prometidas pela oposição política também não se concretizaram nas duas últimas décadas, o que mostra a dificuldade de se desvencilhar de um modelo cujas origens se vinculam a um antigo monopólio.

NOTAS

- 1 No *paradigma do individualismo metodológico*, Boudon faz convite a definir todo fenômeno social, independente do que seja, como resultado de ações individuais, ações fundadas nas “boas razões”, atribuídas pelos atores em função de seu contexto, na hora de agirem, na adesão aos sistemas de valores de suas escolhas, ou na emissão de determinados julgamentos (Cf. Morin, 2006).
- 2 Segundo Merton (1965, pp. 102-134), as *funções manifestas* correspondem às funções visíveis, oficiais e oficializadas, mas que podem ser mascaradas por *funções latentes* mais difusas, menos conhecidas. Confundi-las constitui-se no risco assumido pelo sociólogo quando ele estuda as funções de um indivíduo ou de uma instituição, como resultado de eventuais discrepâncias entre os dois tipos de função.

REFERÊNCIAS

- Barry, M. (2013). *Histoire des médias au Sénégal - De la colonisation à nos jours*. Paris: L'Harmattan.
- Bénot, Y. (1969). *Les indépendances africaines - Idéologies et réalités*. Paris: Maspero, 2 tomos.
- Charles, B. (1965). Le socialisme africain – Mythe et réalité. *Revue française de sciences politiques*, 15(5), pp. 856-884. <https://doi.org/10.3406/rfsp.1965.392884>
- Conac, G. (Org.) (1993). *L'Afrique en transition vers le pluralisme politique*. Paris: Economica.
- Cornu, D. (1994). *Journalisme et vérité - Pour une éthique de l'information*. Genève: Labor et Fides.
- Dia, S. (1987). *De la TSF coloniale à l'ORTS: évolution de la place et du rôle de la radiodiffusion au Sénégal (1911-1986)*. Tese de doutorado, Université de Gascogne Bordeaux III..
- Diakhité, K. (2013). *Promesses et désespoir d'un service public*. Paris: L'Harmattan.
- Dioh, T. (2009). *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone – Des origines à nos jours*. Paris: Karthala.
- Diop, A. (1995). *La Communication politique et la démocratie au Sénégal*. Tese de doutorado em Ciências da Informação e Comunicação, Institut Français de Presse, Université de Droit, d'Economie et de Sciences Sociales de Paris Panthéon Assas (Paris II).
- Diop, M.-C. & Diouf, M.(1990). *Le Sénégal sous Abdou Diouf – État et société*. Paris: Karthala.
- Diop, M.-C. (Org.) (1992). *Sénégal-Trajectoire d'un État*. Dakar: CODESRIA.
- Fall, B. M. (2008). L'implantation de la télévision en Afrique de l'Ouest-Sénégal : de l'ORTS à la RTS, un monopole tenace. In M. Silla (Org.), *Le pluralisme télévisuel en Afrique de l'Ouest - Etat des lieux* (pp. 43-52). Dakar: Midi/Occident,.
- Faye, M. (2015). Bilan et perspectives de l'aide de l'état à la presse au Sénégal. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 16/1(1), 19-38. Recuperado de <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2015-1-page-19.htm>.
- Gaye, S. (1989, 2 fev.). Nos divergences, *Sud Hebdo*, n. 38.

Le Bohec, J. (1997). *Les rapports presse-politique - Mise au point d'une typologie idéale*. Paris: L'Harmattan, 254 pp.

Le Cafard Libéré (1988, 28 abr). Sokho se cache. *Le Cafard Libéré* n. 32.

Le Cafard Libéré (1887, 15 set.) 10 milliards CFA – C'est l'ardoise du mollah réélecteur à l'USB. *Le Cafard Libéré* n. 14.

Mahiou, A. (1969). *L'avènement des partis uniques en Afrique noire - L'expérience des États d'expression française*. Paris: LGDJ.

Maurel, C. (2011). La radio et la télévision au service de l'éducation et du développement en Afrique – Analyse de l'action de l'Unesco dans les années 1960-1970. *Africultures*. Recuperado de www.africultures.com/php/?nav=article&no=9977.

Misse, M. & Kiyindou, A. (Orgs.) (2009). *Communication et changement social en Afrique et dans les Caraïbes – Bilan et perspectives*. In Les Enjeux de l'Information et de la Communication. Grenoble: Université Stendhal Grenoble 2. Recuperado de: <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2009-supplement/pdf/Actes%20de%20Douala.pdf>

Merton, R. K. (1965). *Éléments de théorie et de méthode sociologique*. Paris: Plon.

Open Society Institute. (2005). La télévision en Europe : régulation, politiques et indépendances - France. Recuperado de hal-sciencespo.archives-ouvertes.fr/hal-01030806/document.

Paye, M. (1992). La presse et le pouvoir. In M-C. Diop (Org.), *Sénégal – Trajectoires d'un État* (pp. 331-377). Paris: Karthala.

Pompidou, G. (1970). *Conférence de presse de Monsieur Pompidou* de 2 jul. 1970. Vidéo recuperado de www.ina.fr/video/CAF94060379.

Morin, J.-M. (2006). *Boudon, un sociologue classique*. Paris: L'Harmattan.

Regourd, S. (2013). Archéologie du service public audiovisuel : quel passé pour quel futur ?, *Les Enjeux de l'information et de la communication* 14 (2), pp. 27-37. Recuperado de www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2013-2-page-27.htm.

Sarr, I. & Thiaw, I. (2002). La place des griots dans la communication politique au Sénégal (transformation et continuité) In *Bulletin de l'Institut Fondamental d'Afrique Noire* (pp. 111-126). Dakar: IFAN.

Schudson, M. (1991). The Sociology of News Production Revisited. J. Curran & M. Gurevitch (Orgs.), *Mass Media and Democracy* (pp. 141-159). Londres: Edward Arnold.

Sud Hebdo. (1998, 7 jul.). Emploi – 15 000 débauchés *Sud Hebdo*, n. 15, pp. 4-5.

Suret-Canal, J (1992). L'Union des Jeunes de Thiès, une composante méconnue de l'éveil politique. In H. d'Almeida-Topor (Org.), *Les jeunes en Afrique - La politique et la ville* (pp. 46-66). Paris: L'Harmattan.

Sy, J. H. (2003). *Crise de l'audiovisuel au Sénégal*. Dakar: Aide Transparence.

Tocqueville, A. (1992), *De la démocratie en Amérique (1840)*. Paris: Les Editions Gallimard (Tomo 2: pp. 506-1193).

Unesco (1974). Les moyens d'information dans un contexte africain - Evaluation du projet-pilote du Sénégal. *Les cahiers de la série Etudes et documents d'information*, n. 69. Paris: Unesco.

MOR FAYE. Doutor, sociólogo da mídia e autor de vários trabalhos sobre a imprensa na África Francófona, o autor ocupa o cargo de Maître Assistant (Lecturer) no Sociologue des médias et auteur de nombreux travaux sur la presse en Afrique francophone, Docteur Mor Faye est Maître Assistant na UFR (Unidade de Formação e de pesquisa) das Civilizações, Religiões, Artes e Comunicação (CRAC), Université Gaston Berger de Saint-Louis (Senegal). E-mail mor.faye@ugb.edu.sn.

RECEBIDO EM: 27/11/2017 | ACEITO EM: 05/06/2018

DOS PARADOXOS COTIDIANOS À PONTUAÇÃO RÍTMICA DAS NOTÍCIAS:

por um modelo teórico-conceitual
pendular¹

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

MARCOS PAULO DA SILVA

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande – MS – Brasil
ORCID: 0000-0003-2868-4865

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1134

RESUMO – A partir de uma leitura crítica da bibliografia sobre noticiabilidade construída nas últimas décadas, propõe-se um modelo teórico-conceitual – uma metáfora pendular – para a relação entre dois processos sociais complexos: a seleção noticiosa e a construção cultural da regularidade cotidiana. A construção da narração noticiosa pode ser considerada a partir da correlação de dois processos enraizados no plano simbólico: a caracterização dos *paradoxos cotidianos* como parâmetros de noticiabilidade e a consolidação de um modo jornalístico de narração da realidade que possa “dissolver” (metaforicamente) os aspectos mais dissonantes por trás da imediatividade dos fatos. Compreende-se que a disseminação da narração noticiosa encontra suporte em um padrão cultural ocidental de regularidade que se estabelece na experiência cotidiana moderna (Martín-Barbero, 2003). Resulta-se, por conseguinte, em um processo circular que envolve a transcodificação e a disseminação de parâmetros de racionalidade que servem de guia para a sociabilidade moderna (Sodré, 2009).

Palavras-chave: Jornalismo. Seleção noticiosa. Narração noticiosa.

FROM EVERYDAY PARADOXES TO NEWS RHYTHMIC SCORE: for a theoretical-conceptual pendulum model

ABSTRACT – From a critical view to the newsworthiness bibliography built in the last decades, the paper proposes a theoretical model – a pendulum metaphor – for the relation between two complex social procedures: news selection and cultural construction of everyday regularity. The construction of news narrative may be considered by the correlation of two processes rooted in the symbolic plan: the characterization of everyday paradoxes as newsworthiness criteria and the social consolidation of a mode of journalistic storytelling that can “dissolve” (in a metaphoric way) those most dissonant aspects for beyond the immediacy and concreteness of the facts. In other words, it is understood that the spread of news narrative finds support in the western pattern of regularity that sets the daily experience in modernity (Martín-Barbero, 2003). It results, therefore, in a circular process that involves the trans-codification and the dissemination of rationality parameters that guide the modern sociability (Sodré, 2009).

Key words: Journalism. News selection. News narration.

DE LOS PARADOXOS COTIDIANOS A LA PUNTUACIÓN RÍTMICA DE LAS NOTICIAS: por un modelo teórico-conceptual pendular

RESUMEN – A partir de una lectura crítica de la bibliografía sobre noticiabilidad en las últimas décadas, propone un modelo teórico-conceptual – una metáfora pendular – para la relación entre dos procesos sociales complejos: la selección noticiosa y la construcción cultural de la regularidad cotidiana. La construcción de la narración noticiosa puede ser considerada a partir de dos procesos arraigados en el plano simbólico: la caracterización de las paradojas cotidianas como parámetros de noticiabilidad y la consolidación de un modo periodístico de narración que pueda “disolver” (metafóricamente) los aspectos más disonantes detrás de la inmediatez de los hechos. Se comprende que la diseminación de la narración noticiosa encuentra soporte en un patrón cultural occidental de regularidad que se establece en la experiencia cotidiana moderna (Martín-Barbero, 2003). Es el resultado un proceso circular de transcodificación y diseminación de parámetros de racionalidad que sirven de guía a la sociabilidad moderna (Sodré, 2009).

Palabras clave: Periodismo. Selección noticiosa. Narración noticiosa.

1 Para situar o debate

A partir de uma leitura crítica da bibliografia sobre noticiabilidade construída nas últimas décadas, este artigo propõe reflexões a respeito da relação existente entre a ordenação simbólica da vida cotidiana e a ressignificação dos *paradoxos cotidianos* pelo modo particular de narrar o mundo pelo jornalismo². Eis a tese em questão: da mesma forma como Herbert Gans (2004)³ sugere o envolvimento de duas etapas básicas – a disponibilidade e a adequação – na dinâmica de seleção noticiosa, a construção da narrativa jornalística, numa leitura ampliada para o fenômeno, também pode ser dimensionada pela abrangência que estabelece de dois processos complementares enraizados no plano simbólico: a caracterização dos *paradoxos cotidianos* a partir dos critérios de noticiabilidade (numa compreensão da palavra “*paradoxo*” baseada em sua etimologia grega como algo que está além – prefixo *para* – da *doxa*) e a instituição de uma narração que possa ressignificar (numa metáfora do “dissolver” no plano simbólico) seus aspectos mais dissonantes para além da imediatez dos fatos (no plano fenomênico). A constituição é dessa forma pois a disseminação da narrativa noticiosa encontra respaldo em padrões culturais de regularidade e de racionalidade que configuram a experiência cotidiana na modernidade (Martín-Barbero, 2003)⁴. Trata-se, portanto, de um processo circular que envolve – de um lado – a transcodificação e –

de outro – a disseminação pelo modo de narrar do jornalismo (padrão estético-expressivo) dos parâmetros de racionalidade instrumental (padrão cultural) que pautam a sociabilidade moderna em seus mais diversos contratos simbólicos de organização da vida cotidiana.

Entende-se, assim, que o significado ordinário da vida moderna encontra sua ressonância exatamente no sentido corriqueiro e contraditório da cotidianidade: a reordenação instantânea do mundo, o comentário dos absurdos do dia, o sentar para conversar sobre os acontecimentos cotidianos, entre outros. A narração noticiosa, nessa conjuntura, estabelece-se como um modo de narrar típico da forma cotidiana de vida na modernidade – regular, racional e instrumental (Adorno & Horkheimer, 1985) –, contribuindo para a propagação de um traço cultural de ordenamento dos sentidos mais paradoxais contidos na experiência do dia a dia; ou seja, constitui uma forma de narrar o mundo que ganha propósito com o rompimento das expectativas ordinárias da *doxa*, traduzida em senso comum (ou seja, traduzida no conglomerado de sentidos comumente partilhados e que concedem sentido à vida cotidiana).

De que maneira, entretanto, as relações entre a prática jornalística e a construção cultural da regularidade cotidiana se operacionalizam no plano da narração? A resposta não é simples e envolve uma série de componentes simbólicos e recursos narrativos que transpassam o plano do conteúdo e recaem sobre a própria dimensão estético-expressiva da narração noticiosa. Em síntese, no interior da tese que sustenta este debate, os acontecimentos dotados de noticiabilidade são compreendidos como elementos rompedores de um ordenamento simbólico instituído no plano do senso comum ao passo em que a narração jornalística, por meio dos padrões culturais de regularidade e de racionalidade instrumental que transcodifica, é tomada como uma instância atenuadora dessas “bifurcações”⁵ presentes na vida cotidiana.

Nesse contexto, como forma de sistematização do debate, uma metáfora de natureza rítmica ganha corpo e encontra legitimidade na constituição de um modelo interpretativo para a tríade entre o jornalismo, a racionalidade e o senso comum (a *doxa*). Isto é, uma vez considerada a premissa teórica de que tanto a seleção dos acontecimentos noticiosos quanto a disseminação da narração jornalística constituem processos intrinsecamente relacionados a um padrão cultural de regularidade, poucas metáforas fazem-se mais adequadas do que um instrumento utilizado historicamente para demarcar o ritmo do modo de produção capitalista: o pêndulo, mecanismo que assegura a introdução da ideia de

regularidade – oriunda da concepção circular de tempo – no interior da linearidade proporcionada pelas rotinas produtivas do modo de produção capitalista. É sobre a construção de um modelo teórico-conceitual com base nessa analogia rítmica que a discussão se inclina a partir de agora.

2 Uma metáfora pendular: jornalismo, senso comum e *paradoxos cotidianos*

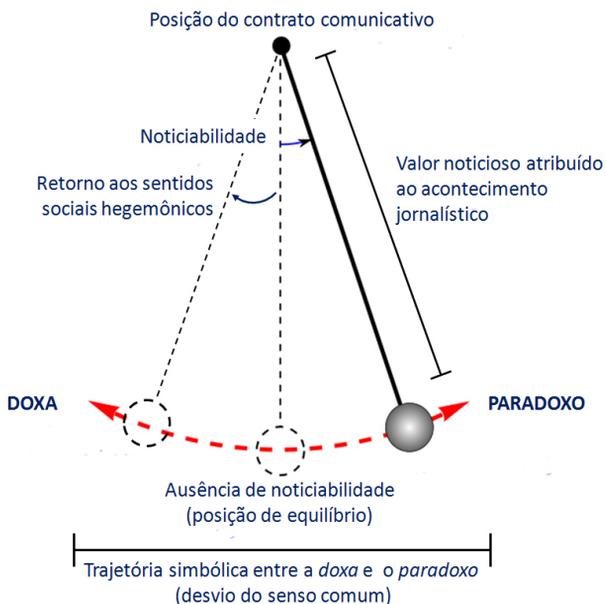
As analogias e as metáforas sempre constituíram ao longo da história das ciências mecanismos didáticos de ilustração de modelos teóricos. A própria concepção de “revolução”, importada da teoria social por Thomas Kuhn (2009), por exemplo, consiste em uma imagem ilustrativa com significados próprios, muito embora análogos, no universo epistemológico da história das ciências tateado pelo autor. De modo mais específico, no terreno do jornalismo, as metáforas sempre percorreram as tradições teóricas que se voltaram a explicar esta atividade social, bem como o próprio vocabulário partilhado no interior do *habitus* profissional do campo (Bourdieu, 1997). David White (1950), na primeira metade do século XX, inspirado no modelo cunhado pelo sociólogo Kurt Lewin, mostra-se um caso significativo ao colocar em evidência uma série de analogias em sua teoria do *gatekeeping*⁶. Os dinamarqueses Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge (1965), por seu turno, no escopo particular da seleção noticiosa, valem-se de outra analogia suficientemente emblemática: o *dial* de uma estação radiofônica⁷. Entretanto, a metáfora da “pirâmide invertida”, oriunda do modelo noticioso informativo e desconstruída no terreno teórico-conceitual por Genro Filho (2012)⁸, talvez tenha se tornado a mais relevante das analogias voltadas a um modelo teórico explicativo da prática jornalística.

Com o passar das décadas e o refinamento dos estudos teóricos do jornalismo, todavia, novas e mais complexas analogias foram introduzidas nas leituras do campo (o exemplo de Genro Filho em *O Segredo da Pirâmide* é substancial nesse sentido). No contexto da tese de fundo que ampara o presente debate, mostra-se salutar o foco em modelos teóricos voltados a explicitar as relações entre o jornalismo e as concepções de senso comum (em um sentido ampliado da expressão) e de vida cotidiana. Reconhece-se, nesse cenário, a validade da analogia proposta por Muniz Sodré entre a prática jornalística e a pontuação rítmica de uma composição musical. Detalha o autor: “os microspectos do fato, como as notas,

fluem ritmicamente dentro de uma ‘métrica’, que é a temporalidade marcada como ‘o cotidiano’” (Sodré, 2009, p. 92). Por sua vez, essa pontuação rítmica possui intervalos cíclicos diferenciados, o que leva toda notícia a ter “um ciclo cuja duração varia, na prática, de acordo com o valor jornalisticamente atribuído ao fato” (Sodré, 2009, p. 94).

A relação metafórica proposta por Sodré possibilita a elaboração de uma nova metáfora, de analogia cinética, baseada num movimento pendular instituído no plano simbólico; em outros termos, ao passo em que depende dos *paradoxos cotidianos* (traduzidos em eventos dotados de valores noticiosos) para construir sua estrutura de narração, a atividade jornalística também se estabelece como uma prática cultural significativa para a consolidação da regularidade cotidiana. Ou seja, ao transcodificar e, ao mesmo tempo, disseminar padrões culturais de racionalidade, frutos da experiência moderna, o jornalismo – atividade social inscrita na *doxa* (Barthes, 1988), no senso comum (Sodré, 2009) – colabora para um processo de atenuação dos sentidos paradoxais da vida cotidiana, racionalizando-os e devolvendo-os à ordem simbólica consensual (Silva, 2018). O modelo gráfico a seguir (Figura 1) metaforiza os argumentos da tese:

Figura 1 – Modelo gráfico para a relação entre jornalismo, *doxa* e *paradoxo*



Fonte: Silva (2018)

A priori, compreende-se que a ideia de noticiabilidade, concepção cara à presente discussão, possui natureza complexa. Quando observada por uma ótica histórica, o conceito é compreendido a partir de padrões de “desvio”, isto é, parte-se do entendimento de que um acontecimento para se tornar noticiável deve violar uma norma moral ou probabilística – pressuposto sistematizado em estudos de diferentes períodos históricos, a exemplo da tese seiscentista *De Relationibus Novellis*, do erudito alemão Tobias Peucer (2000), bem como, séculos depois, da tipologia de inspiração matemática elaborada pelos pesquisadores dinamarqueses Johan Galtung & Mari Holmboe Ruge (1965), entre outros. Com o passar do tempo, entretanto, o conceito de noticiabilidade passa por uma série de refinamentos que permitem atrelar a ele novas diferenciações. O sociólogo norte-americano Herbert Gans (2004), por exemplo, vincula a eventual existência de critérios norteadores da atividade noticiosa aos valores de natureza ideológica que são partilhados pelos jornalistas. No contexto europeu, Mauro Wolf (2003) e Nelson Traquina (2008) destacam que os valores envolvidos na seleção das notícias estão presentes no decorrer de toda a dinâmica de produção noticiosa: da escolha dos eventos noticiáveis à construção de sua narrativa. Já Pamela Shoemaker (1996), além dos diferentes aspectos de “desvio” (probabilístico, normativo e de mudança social), incorpora à concepção de noticiabilidade outras dimensões que remetem à concepção de “significância social” (o significado político, o significado cultural, o significado econômico e o significado público), também adicionando a elas a noção de “complexidade” (a combinação complexa das referidas dimensões de desvio e de significância social como características de um determinado acontecimento) (Shoemaker & Cohen, 2006).

A despeito desses aprimoramentos teórico-conceituais, no entanto, busca-se no interior da presente reflexão um entendimento do conceito de notícia como uma “narrativa híbrida” que permeia ao mesmo passo a singularidade dos acontecimentos jornalísticos e os parâmetros simbólicos da vida cotidiana (Faro, 2011). Dessa forma, a concepção de noticiabilidade passa a ser compreendida em paralelo à ideia de *paradoxo cotidiano*. De modo mais específico, isto é, nos termos do modelo gráfico do pêndulo noticioso apresentado acima, a noticiabilidade passa a configurar a “amplitude” do ângulo que determina a distância entre a *doxa* e seu desvio *paradoxal*. Por conseguinte, pode-se deduzir que quanto mais *paradoxal* (desviante da regularidade do senso comum) um evento se apresenta, mais

aspectos de noticiabilidade ele eventualmente terá. Já a ausência da noticiabilidade é representada graficamente como a não existência de qualquer desvio da regularidade cotidiana.

A ideia de noticiabilidade, entretanto, estabelece-se sempre em relação ao ponto metaforizado no modelo gráfico como a “posição do contrato comunicativo”. Em termos literais, entende-se que sempre que um pêndulo é fixado em uma determinada superfície, seu movimento é influenciado por seu ponto de contato, ou seja, pelos materiais da base de fixação, pelo atrito gerado por estes e pelas condições externas, como as condições de pressão atmosférica, por exemplo. No plano analítico, todavia, o pêndulo constitui uma metáfora cinética para um movimento que se estabelece no terreno eminentemente simbólico. Nesse interim, entende-se as concepções de *doxa* e, conseqüentemente, de *paradoxo* representam construções substancialmente socioculturais (Bourdieu, 1977; Barthes, 1988; Sodré, 2009), o que, em outros termos, leva a crer que os parâmetros que caracterizam as circunstâncias de “senso comum” (sentidos socialmente compartilhados) em um determinado grupo social ou recorte sócio-histórico podem não necessariamente ser os mesmos em outros grupos ou situações sociais. Tais relações vinculam-se também ao conceito de “contrato comunicativo” e ao local de operacionalização que este institui no sistema social (o ponto de fixação, para valer-se da analogia do pêndulo). Nos termos de Patrick Charaudeau (2003), a passagem de um acontecimento bruto e interpretado pelo enunciador a um acontecimento construído como notícia e intercambiado pelo enunciatário rege-se por processos complementares de transformação (entre algo a significar no plano fenomênico a algo significado no plano simbólico) e de transação (entre os dois polos da cadeia comunicativa – enunciadores e enunciatários), sempre em consonância com a transição dinâmica também estabelecida entre os planos macro e microsociais. Para valer-se da metáfora mencionada, a posição de fixação do pêndulo nos sistemas semiodiscursivo e social reveste-se de pertinência na compreensão das concepções de *doxa* e de *paradoxo* então instituídas e, em última instância, do diálogo entre a narração noticiosa e a construção cultural da regularidade cotidiana.

Também no interior da metáfora pendular, a ideia de “valor noticioso atribuído ao acontecimento jornalístico” passa a constituir o “comprimento” do pêndulo. Em combinação com a amplitude do ângulo que ilustra a “noticiabilidade”, resulta graficamente na

caracterização da “trajetória simbólica entre a *doxa* e o *paradoxo*”. No plano simbólico, porém, remete ao fato de que todo evento dotado de certo grau de noticiabilidade recebe, em geral, um valor noticioso que determina seu posicionamento nas “páginas” da mídia. Tal valoração, embora emaranhada no universo simbólico, pode ser traduzida em três aspectos verificáveis no plano empírico: 1) a proeminência jornalística do acontecimento (o volume de itens noticiosos, a dimensão em área/tempo que eles ocupam e suas posições hierárquicas nos veículos de comunicação); 2) as fontes utilizadas (o volume de especialistas citados, o espaço destinado a eles na concessão de um sentido explicativo ao acontecimento noticioso e o grau de racionalidade e factibilidade imbricado nas opiniões desses “*experts*”); e 3) os eventos atributivos (Koch, 1990) relacionados ao acontecimento em pauta (o volume de eventos secundários que reverberam a complexidade do *paradoxo* para além de seus significados dissonantes iniciais – o que é denominado no vocabulário jornalístico de *suítes*). Não se trata, entretanto, de uma mera questão quantitativa. Embora possa ser quantificado em determinadas ocasiões, o capital que se coloca em jogo no estabelecimento desse valor noticioso é essencialmente simbólico. Daí a pertinência de sua compreensão em sintonia com um quadro teórico-conceitual bourdieusiano (Bourdieu, 1997).

Em diálogo estreito com os itens anteriormente explorados, por sua vez, a ideia de “retorno aos sentidos sociais hegemônicos” remete – em decalque no plano simbólico – aos processos de atribuição de sentidos explicativos aos *paradoxos cotidianos* presentes na pauta jornalística. São elas: 1) o reconhecimento do factual como dimensão temporal apropriada para a resolução dos problemas cotidianos (Sodré, 2009); 2) a segmentação da realidade pelo jornalismo em unidades funcionais e independentes (páginas, sessões, cadernos, colunas, *posts*, etc); 3) a legitimação das fontes jornalísticas (a autorização de vozes no espaço público jornalístico) com base em um pano de fundo hegemônico emaranhado na vida cotidiana (Gans, 2004; Sigal, 1973); e 4) o estabelecimento de diferentes níveis de produção de sentido a partir de eventos secundários que ajudam a diluir o caráter *paradoxal* do acontecimento noticioso original (Koch, 1990). Trata-se, em suma, de um processo de atenuação dos sentidos que são dissonantes da *doxa* e do retorno que tal movimento simbólico proporciona à regularidade cotidiana. Graficamente, diz respeito a um ângulo idêntico – porém oposto – àquele metaforizado

no pêndulo pela concepção de noticiabilidade. Nesse cenário, auxilia na elucidação da dinâmica que leva um determinado acontecimento a deixar as páginas da mídia e ser substituído por outro ao incorporar um sentido explicativo hegemônico e ser destituído de sua condição de *paradoxo* (o assunto se torna “velho”, “batido”, “desinteressante”, entre outros termos do jargão jornalístico).

Finalmente, entende-se que o movimento simbólico entre a *doxa* e seu desvio *paradoxal* consiste metaforicamente no deslocamento total realizado pelo pêndulo (na analogia gráfica, trata-se da “trajetória simbólica entre a *doxa* e o *paradoxo*”). Em outras palavras, remete ao desvio que um acontecimento institui na regularidade do senso comum e a seu retorno a partir da atribuição pela narração noticiosa de um sentido explicativo. Instituída pela combinação entre o grau de noticiabilidade de um evento (o ângulo do pêndulo no modelo gráfico) e o valor noticioso por ele recebido (o comprimento da haste), essa trajetória, embora simbólica, condiz com a própria duração prática da cobertura jornalística. Em termos metafóricos, a trajetória do pêndulo pode ser completada independentemente do decalque que o *paradoxo cotidiano* institui no plano pragmático. Assim, ao produzir potenciais efeitos de sentido para além de seus efeitos de realidade (Gomes, 2009), um acontecimento jornalístico pode atingir um novo estatuto simbólico sem que se altere, evidentemente, seu estado no plano fenomênico. Um acidente aéreo, por exemplo, pode ter seus sentidos *paradoxais* atenuados a partir do desvelamento de suas causas e assim deixar as páginas da mídia, mas essa atenuação não alterará em nada, por óbvio, seus efeitos de realidade – destroços, mortes, etc. – no plano pragmático. De todo modo, esses mesmos efeitos de sentido proporcionados pelas notícias passarão a constituir novos efeitos de realidade. A trajetória entre *doxa* e *paradoxo* (e vice-versa), portanto, consiste no movimento rítmico que proporciona o sentido de ordenamento típico do padrão cultural moderno de regularidade cotidiana.

Compreende-se que a pertinência da metáfora do pêndulo localiza-se justamente na ilustração que permite das duas etapas do processo de construção da narração noticiosa: a caracterização dos *paradoxos cotidianos* como eventos noticiáveis e a atenuação destes pelos recursos narrativos do jornalismo. Recorre-se assim, uma vez mais, às palavras de Gomes: “através das notícias o mundo deixa de ser o complexo das coisas e pessoas que formam o meu círculo existencial para tornar-se, para além deste, um horizonte” (2009, p. 15).

Tal horizonte – ou cenário de reordenação simbólica do mundo –, contudo, depende de um “acordo tácito entre consumidores de notícia e jornalismo” que “finda por estabelecer o limite entre o que existe e é digno de menção e o que não existe ou não merece atenção” (Gomes, 2009, p. 15). Constitui-se, portanto, uma espécie de contrato instituído no plano discursivo, segundo o qual “sem sujeitos de percepção, inexistente acontecimento” (Sodré, 2009, p. 34). Reveste-se de essencialidade, dessa forma, uma importante ressalva: embora se reconheça a relação estabelecida no plano simbólico entre a atividade jornalística e a atenuação dos *paradoxos cotidianos*, tal relação depende de negociações discursivas entre as peculiaridades do veículo que pauta a notícia e sua comunidade de sentido. As concepções de *paradoxo* e ordem consensual (componentes do movimento pendular instituído pelo jornalismo), nesse panorama, não se projetam na realidade fenomênica de forma constante ou inequívoca, mas são culturalmente construídas a partir diferentes variáveis socioculturais e distintos contratos comunicativos (Silva, 2018). Ainda assim, eis que ao se mencionar, neste contexto não se desconsideram as bases contemporâneas do modelo de “jornalismo pós-industrial” (Anderson, Bell & Shirky, 2013), marcado por uma implosão dos ciclos temporais de produção e de recepção das notícias a partir da incorporação dos computadores e das redes digitais de comunicação nas rotinas produtivas das redações e do declínio dos jornais como principal fonte de informação em detrimento de sites e redes sociais – aspecto que será tratado adiante.

3 Os limites do funcionalismo e as diferenças para uma abordagem culturalista mais ampla

Em termos de analogias rítmicas, a compreensão em torno da expressão francesa *pot-pourri*, comum no terreno musical, remete a um cenário peculiar: trata-se da combinação – muitas vezes aleatória – de elementos rítmicos ou temáticos que são diferentes entre si, não necessariamente complementares (ou que não necessariamente remetam a um fio condutor coerente). Não é por acaso, portanto, que Douglas Kellner (2001, p. 131), no centro de um debate epistemológico, passa a valer-se da expressão para alertar a respeito do risco que determinadas abordagens acadêmicas, uma vez amparadas em elevados graus de “ecletismo”, possam recair: a

passagem de um multiperspectivismo crítico – este, bastante salutar – para uma espécie “*pot-pourri* teórico”.

Nesse sentido, o modelo gráfico em questão, construído sobre uma metáfora pendular, não escapa de tal crivo crítico em busca de sua coerência teórico-metodológica. Pois bem, o pêndulo – ou, mais especificamente, seu mecanismo de oscilação isocrônica identificado por Galileu Galilei no final do século XVI – insere-se historicamente no funcionamento de diversos instrumentos responsáveis por pontuar com precisão a regularidade que caracteriza a sociabilidade moderna. Os exemplos variam desde os clássicos relógios pendulares criados em meados do século XVII – instrumentos de considerável importância na formulação de um novo padrão de tempo que integra o processo histórico denominado por Martín-Barbero (2003) de “longo processo de enculturação” – até os antigos metrônomos – equipamentos inventados no início do século XIX e que são essenciais na introdução de um ritmo constante e mensurável no campo musical.

Todo esse cenário, ao lado do próprio deslocamento metodológico sugerido por Martín-Barbero (2003) dos “meios” para as “matrizes culturais”, inspira no contexto desta discussão um novo deslocamento de matiz também analítica no entendimento do modo jornalístico de narrar a realidade: da ideia de “mecanicismo” como abordagem teórico-metodológica total⁹ para, então, sua compreensão como um padrão cultural caracterizador de uma forma de sociabilidade marcada pela valorização de uma racionalidade tipicamente instrumental e operacional do cotidiano.

Neste caso, a metáfora rítmica do pêndulo configura-se uma analogia assumidamente mecânica, mas não constitui, entretanto, o resultado de uma perspectiva teórico-metodológica mecanicista, uma vez que se baseia em uma abordagem essencialmente culturalista. O que a metáfora pretende explicar no interior dessa perspectiva teórica é justamente a dinâmica pela qual as notícias (envolvendo os processos de seleção, construção e circulação) estão intrinsecamente incorporadas à vida cotidiana como mais um dentre muitos modos de expressão que se difundem com base na racionalidade operacional moderna. Não se trata, portanto, da compreensão do jornalismo como um sistema orgânico, com funções reparadoras do sistema social – como poderia sugerir um ponto de vista funcionalista –, mas de uma sistemática multifacetada de produção de sentidos.

Em tempo, o funcionalismo tem suas raízes fundadas na tradição sociológica do “organicismo” no início do século XIX e

configura uma das mais antigas e difundidas correntes teóricas no mundo ocidental. Com premissas inspiradas nas obras de autores como Auguste Comte e, posteriormente, Herbert Spencer e Émile Durkheim, essa linha de pensamento recorre à valorização de taxonomias sociais – ou “tipos ideais” – para vislumbrar o estudo da sociedade como um “organismo social” (Tunder, 1982, p. 35). Outros expoentes como Robert Merton também posicionam o funcionalismo como uma linha interpretativa direcionada às consequências das partes no organismo social total a partir de variáveis sociológicas mensuráveis. O conceito de “função”, nesse cenário, diz respeito ao desempenho de “medidas de efetividade” instituídas para o “bom funcionamento do sistema” (Hage, 1972, pp. 192 – 193).

As limitações oriundas das dimensões orgânica (teórica) e quantitativa (metodológica), dentre outras variadas características originais do vértice funcionalista, colocam essa corrente de pensamento em posição de crivo crítico frente a outras abordagens que paulatinamente ganham espaço nas ciências sociais e particularmente no campo do jornalismo. Nessa direção, Adelmo Genro Filho (2012) mostra-se categórico ao apontar as superações e as precariedades do funcionalismo para a compreensão da prática jornalística. O autor delinea o conceito de “conhecimento” como uma forma de apreensão da realidade atravessada por uma série de contradições intrínsecas – o que coloca em xeque a concepção de um eventual “papel orgânico” desempenhado pelo jornalismo como forma de conhecimento da realidade.

O reconhecimento da pertinência das críticas de Genro Filho (2012) deposita ainda mais ênfase na necessidade de uma interpretação que não se confunda e que possa ultrapassar os limites do mecanicismo de natureza funcionalista. Por essa razão, a representação gráfica do pêndulo como elemento didático para a compreensão da comunicação noticiosa institui-se não como uma simples analogia mecânica que pressupõe sua sobreposição direta à complexidade dos fenômenos sociais, mas, pelo contrário, como uma metáfora que ilustra um movimento estabelecido substancialmente no plano simbólico. Trata-se, assim, de uma típica relação de produção de sentido sobre a opacidade da realidade objetiva.

Uma interpretação pertinente nesse sentido vem das análises de Stuart Hall. É salutar, aliás, que o teórico jamaicano-britânico se valha do próprio substantivo “função” para refletir a respeito da correlação entre mídia e ideologia, sem que sua perspectiva analítica recaia, no

entanto, em qualquer instância de ordem funcionalista. A utilização do termo, neste caso, serve ironicamente de recurso semântico para uma discussão de natureza eminentemente culturalista. De acordo com Hall (1977, p. 340), a primeira “função” desempenhada pela mídia consiste “na construção seletiva de imaginário e conhecimento social” por meio dos quais as pessoas possam perceber “visões de mundo e realidades vividas” para além de seus contextos imediatos. Já a segunda “função” reflete a concepção de “pluralidade” ao disseminar um inventário de léxicos, estilos de vida e ideologias por meio de um constante processo de objetivação do mundo. Neste ponto, o “*social knowledge*” difundido seletivamente pela mídia passa a ser “ranqueado e rearranjado” a partir de “classificações normativas e valorativas” ratificadas na cultura. Em suma, trata-se do caminho pavimentado pelos meios de comunicação para que as pessoas não apenas “saibam a respeito do que acontece no mundo”, mas também “façam sentido dele” (Hall, 1977, p. 341). Finalmente, a terceira “função” diagnosticada pelo autor remete às dinâmicas simultâneas de “organização, orquestração e alinhamento de vozes” que a mídia configura – posto que no bojo de um cenário hegemônico “algum grau de integração e coesão” deve ser socialmente reconhecido.

A descrição dessas “funções” da mídia trabalhadas por Stuart Hall, um dos principais expoentes da corrente teórica dos Estudos Culturais, marca uma evidente distinção daquelas funções propagadas pela abordagem funcionalista tradicional – casos das noções de “disfunção narcotizante” e de “reparo social” (*social repair function*). Tais formulações teórico-conceituais – e suas inúmeras nuances funcionalistas –, todavia, ancoram-se em um paradigma que se faz hegemônico durante um período de tempo representativo na visão de ciência no mundo ocidental – daí o reconhecimento necessário de sua força e capilaridade.

Mostra-se sintomático, desse modo, que até mesmo autores cujos referenciais estão amparados em outros modelos teóricos e metodológicos acabem por resvalar no funcionalismo em suas análises da atividade noticiosa. Na conjuntura da tese aqui proposta, contudo, embora se assuma uma visão de múltiplas perspectivas, defende-se uma postura metodológica que se diferencia de um mero agregado aleatório de pontos de vista teóricos (o *pot-pourri*, nos termos de Douglas Kellner). Portanto, mesmo que se recorra a uma metáfora de inspiração mecânica e rítmica (um pêndulo), as concepções trabalhadas de “racionalidade instrumental” e de “regularidade

cotidiana” passam longe de ser interpretadas como conseqüências funcionais da prática jornalística a partir de supostas “desordens” sociais que possam ser “reparadas” no interior de um sistema orgânico. Muito além disso, entende-se a atividade noticiosa como uma prática social disseminadora de um sentido de racionalização dos *paradoxos cotidianos* justamente pelo fato de transcodificar um padrão cultural hegemônico de racionalidade emaranhado na vida cotidiana.

É dessa maneira que, nos sentidos metafóricos de um movimento ritmado, tal como discute Sodré (2009), a vida cotidiana se faz capaz de conceder significados à sociedade moderna e transforma a narração noticiosa em um de seus mais eloquentes modos de expressão. A própria estética da expressão jornalística, assim, ao tensionar o conteúdo de suas mensagens, engendra-se nesse movimento regular de modo a ratificar os sentidos *doxais* de uma sociabilidade operacional e instrumentalizadora de seus símbolos mais dissonantes. Aporta-se, por conseguinte, numa espécie de “reordenação instantânea do mundo”.

4 Da banca de jornal ao “mercado de peixes”: a substituição de um *paradoxo* por outro no cenário da regularidade cotidiana

É clássico o axioma de que jornal do dia anterior possui sua utilidade mais enfática no ato de embrulhar peixe – uma das mais sedimentadas expressões que caracterizam o discurso histórico de autolegitimação da prática jornalística. A despeito da ironia fina que representa aos estudos historiográficos, todavia, o axioma reveste-se também de significação – numa leitura ampliada no contexto da tese aqui apresentada – ao servir de ilustração recheada de didatismo para o processo simbólico de substituição de um *paradoxo cotidiano* por outro no bojo da regularidade que se institui como padrão cultural hegemônico no terreno da vida cotidiana.

O debate conduzido por Adelmo Genro Filho (2012) em *O Segredo da Pirâmide*, no seio de sua complexidade, possibilita a interlocução com tal entendimento. No cerne da subjetividade que caracteriza a construção social dos fatos jornalísticos, existe sempre uma faceta de objetividade concreta que não pode ser desconsiderada. A afirmação do teórico brasileiro ratifica sua reflexão mais abrangente segundo a qual um acontecimento singular no plano fenomênico necessita necessariamente de uma inscrição subjetiva

numa particularidade contextual para que faça sentido enquanto dimensão do conhecimento. Argumenta o autor:

Aqui entra em jogo não apenas o problema de uma linguagem adequada, mas, principalmente, o enfoque epistemológico que vai presidir essa linguagem e permitir sua eficácia. Há um grau mínimo de conhecimento objetivo que deve ser proporcionado pela significação do singular (pelo singular-significante), que exige um mínimo de contextualização do particular, para que a notícia se realize efetivamente como forma de conhecimento. A partir dessa relação minimamente harmônica entre o singular e o particular, a notícia poderá – dependendo de sua abordagem ideológica – tornar-se uma apreensão crítica da realidade. (Genro Filho, 2012, p. 202).

Nessa conjuntura, prossegue o teórico, “sempre que um fato se torna notícia jornalística, ele é apreendido pelo ângulo da sua singularidade, mas abrindo um determinado leque de relações que formam o seu contexto particular” (Genro Filho, 2012, p. 201). É sobre essa relação contextual que se assoma à frente da imediaticidade dos acontecimentos noticiosos que a linha reflexiva do presente estudo encontra seu cume como meio de sistematizar o debate teórico-conceitual. O contexto aqui referido, no entanto, diz respeito a um padrão estético-expressivo vinculado à face da narração noticiosa que produz intercâmbio com os padrões culturais amplos e aderentes que conformam a experiência cotidiana moderna.

Projetando essa linha reflexiva para o campo específico da comunicação noticiosa, encontra-se ressonância no processo de encadeamento dos fatos cotidianos pela cultura massiva (Nora, 1979) de modo que um acontecimento possa substituir o outro num movimento simbólico pautado pela regularidade. Ou ainda, a exemplo da discussão conduzida por Franco Moretti (2003), remete à possibilidade cotidiana de virar a página de um jornal sem que o enunciatório se depare com grandes sustos devido à racionalidade incorporada à maneira noticiosa de refratar a realidade. Assim, os *paradoxos* do “ontem”, uma vez racionalizados e atenuados, são substituídos pelas novidades do “hoje” (ou do “agora”), sendo relegados a um espaço simbólico que endereça à inutilidade imediata (a desvalorização) e ao passado (ao metafórico “mercado de peixes”).

Nesse cenário, da mesma forma como a sociedade moderna que, numa ótica mais abrangente, lida com seus entraves cotidianos de forma a resolvê-los num sentido racional de “domesticação do

acaso”¹⁰, o jornalismo transcodifica esse padrão de racionalidade instrumental para além dos limites de seu conteúdo e estende-o para sua própria dimensão estético-expressiva: como no vaivém metafórico de um movimento pendular, identifica esses *paradoxos cotidianos* como eventos dotados de noticiabilidade para, na sequência – e a partir de contratos comunicativos específicos –, explicitá-los e devolvê-los aos sentidos *doxais* culturalmente pavimentados (Silva, 2018).

5 Considerações finais e novas perspectivas

No interior de uma perspectiva teórico-conceitual que leva em consideração a metáfora de uma pontuação rítmica do cotidiano para a problematização do processo cultural de disseminação da narração noticiosa, o clássico questionamento em torno do “porquê” um acontecimento se torna notícia – típico dos estudos teóricos em jornalismo – não esgota a complexidade do fenômeno da noticiabilidade. Pelo contrário, a ênfase na pergunta pode remeter a uma modalidade de paralaxe que eclipsa um processo simbólico mais amplo e multifacetado, enraizado em padrões culturais pavimentados na vida cotidiana, que se traduz numa espécie de “diluição” pelas peculiaridades da narração jornalística dos sentidos mais *paradoxais* de um determinado acontecimento noticioso. Acima de tudo, portanto, faz-se essencial o reconhecimento da existência de um processo simbólico de substituição de um *paradoxo* por outro no bojo da regularidade cotidiana, bem como do reconhecimento desta como pontuação rítmica para a legitimação das notícias como bens simbólicos de destaque na cultura ocidental.

Alguns pressupostos merecem destaque no cerne desta linha de raciocínio. Primeiramente, adota-se como válida a premissa de que a sociedade se organiza em torno de um complexo de sentidos socialmente compartilhados traduzidos na ideia de *doxa* – ou senso comum no sentido aristotélico –, dimensão fundamental para a concessão de significados à vida cotidiana. Nesse interim, entendida etimologicamente como algo insólito à natureza da *doxa*, a noção de *paradoxo* configura uma instância simbólica passível de rompimento com tal ordem socialmente partilhada. É pela natureza desviante, portanto, que as questões consideradas *paradoxais* recebem relevo na experiência cotidiana.

Por sua vez, a estrutura do senso comum está também relacionada à concepção gramsciana de hegemonia, dimensão pela qual os aspectos ideológicos dominantes da sociedade disseminam-se nas práticas ordinárias da vida cotidiana (Hall, 1977). Dentre tais aspectos hegemônicos encontra-se em destaque a ideia de uma racionalidade essencialmente instrumental (Adorno & Horkheimer, 1985), parâmetro – ou padrão cultural – pelo qual se atrelam à sociabilidade moderna o domínio e o acesso controlado aos elementos que rompem com a ordem do senso comum – são, por isso, *paradoxais* e passíveis de uma significação (explicação) calcada na racionalidade. Esse processo eminentemente simbólico decalca-se profundamente na natureza da narrativa noticiosa, considerada uma das pedras de toque da experiência cotidiana moderna. Nesse âmbito, ocorre a caracterização dos *paradoxos cotidianos* como elementos que, por um lado, são passíveis de configurarem notícia e, por outro, são merecedores de uma explicação nos sentidos e procedimentos próprios da racionalidade instrumental – traduzida em racionalidade jornalística.

No núcleo desse aspecto que concede orientação ao *ethos* do jornalismo moderno, a narrativa noticiosa constitui, então, uma prática cultural particular cuja produção de sentido resulta na “diluição” – identificação, singularização e posterior esclarecimento – dos *paradoxos* que rompem com a ordem simbólica instituída na vida cotidiana pela via do senso comum. Encontra ressonância nessa chave-explicativa a maneira como a narração noticiosa se vale dos sentidos mais *paradoxais* de seus critérios de noticiabilidade. Na construção estético-expressiva da narração jornalística, por exemplo, elementos gráficos e seções analíticas específicas – os famosos elementos-clichês traduzidos na ideia de “entenda o caso” – apresentam como chamariz um traço simbólico comum: o retorno por meio de uma explicação culturalmente aceita aos sentidos consensuais outrora intactos. Semelhantemente, “*experts*” de diferentes áreas – atores sociais legitimados como fontes de informação – atribuem seus argumentos supostamente ancorados na objetividade jornalística e/ou na racionalidade científica para a “captura” dos sentidos *paradoxais* que abalam a regularidade cotidiana e, na sequência, devolvê-los aos significados *doxais* respaldados pela sociedade.

Entende-se que a própria concatenação dos fatos jornalísticos em cadernos temáticos e seções noticiosas específicas – segmentados

em simetrias temporais particulares (diários, hebdomadários, quinzenários, etc.) – auxilia na disseminação, no plano estético-expressivo da narração jornalística, de um sentido peculiar de regularidade e de ordenamento cotidiano. Tal caracterização, contudo, possui complexidade e somente penetra nos meandros da cultura jornalística por meio da concepção de *habitus* profissional (Bourdieu, 1997), instância simbólica que deve ser também entendida como espaço privilegiado de emergência dos aspectos hegemônicos da sociedade (Martín-Barbero, 2003, pp. 123-124).

Além disso, por constituir uma construção cultural complexa, a ideia de senso comum não pode ser observada como uma concepção universal – posição que, por analogia, projeta-se também ao conceito de *paradoxo*. Dessa maneira, da mesma forma como a caracterização de um *paradoxo cotidiano* atrela-se a um determinado recorte sociocultural ou temporal e pode não ser a mesma em outro contexto, a prática simbólica de esclarecer os sentidos *paradoxais* da sociedade também não será a mesma em instâncias distintas. Ou seja, no âmbito da prática jornalística, o que constitui um evento noticiável em determinado cenário, pode, em outro contexto, sequer merecer atenção. Portanto, como lembra Patrick Charaudeau (2003), antes de manifestar o mundo, a narrativa jornalística manifesta uma relação. A chave-explicativa repousa, aqui, na concepção de “contrato de comunicação”.

Entende-se que todos esses processos encontram sentido na vida cotidiana, dimensão que possui no senso comum e no ritmo da regularidade, respectivamente, sua forma intrínseca de conhecimento e sua dimensão temporal fundamental. Nesse contexto, o movimento rítmico do qual, ao mesmo passo, o jornalismo é parte ativa e passiva, agente e paciente, garante à lida ordinária com os *paradoxos* cotidianos um sentido próprio de regularidade – uma espécie de “vaivém” simbólico, como num pêndulo – típico do modo racional de sociabilidade que instrumentalmente dissolve seus imprevistos rotineiros. Em suma, a concepção de noticiabilidade passa a ser entendida a partir da ideia de *paradoxo* e sua operacionalização somente encontra significação na regularidade da vida cotidiana. Trata-se de um movimento simbólico de natureza complexa e culturalmente decifrado no qual os conceitos acima debatidos aparecem dialeticamente envolvidos.

Finalmente, não se desconsidera aqui o processo de hegemonização de novos padrões culturais na lógica de

reconfiguração do capitalismo de base industrial num cenário de modernidade tardia. Assim, se o chamado jornalismo industrial se calca (transcodifica e dissemina) em efeitos de sentido oriundos de um padrão cultural de regularidade e de racionalidade, o denominado “jornalismo pós-industrial” (Anderson, Bell & Shirky, 2013), que ressignifica elementos do jornalismo tradicional em um contexto de capilaridade do capitalismo cognitivo, passa a valer-se de novos elementos no plano simbólico (longe de invalidar, necessariamente, a hipótese anterior).

Nesse contexto, adiante dos sentidos reguladores do cotidiano, o “fetiche da velocidade”, nos termos de Sylvia Moretzsohn (2002), é elevado a um paroxismo. Em vez de ciclos mensais, semanais ou diários, o “jornalismo pós-industrial” passa a atender às predicções da instantaneidade. Por seu turno, essa implosão dos ciclos produtivos da notícia – alinhada à implosão de outras esferas da produção de bens simbólicos e não simbólicos no seio do capitalismo cognitivo – pode ser verificada mesmo em redações voltadas primordialmente às mídias tradicionais, uma vez que são raros os veículos jornalísticos que se abstêm de uma presença no ciberespaço, em redes sociais ou em aplicativos para mídias móveis. Identifica-se, assim, como expediente comum o fato de que as notícias em grande parte dos jornais contemporâneos sejam publicadas antes na plataforma online e ganhem, no dia seguinte, uma versão de papel calcada no modelo industrial. Nessa conjuntura, na internet e nas redes sociais, a notícia pode deixar de ter um ciclo puramente regular e diário, pois pode recircular e se ressignificar (Zago, 2011) ou ainda propiciar uma espécie de “desritualização do consumo” (Peter & Broersma, 2013) – o que, na perspectiva deste artigo, remete a um processo mais amplo e complexo de transmutação de padrões culturais pavimentados na vida cotidiana, tema de outro debate.

NOTAS

- 1 Uma versão prévia e resumida do artigo foi apresentada no XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte – MG, 5 a 8 de junho de 2018. Incorporou-se ao texto os comentários de Marcelo Träsel, Sílvia Lisboa e Giulia Reis, da Universidade Federal do Rio

Grande do Sul (UFRGS), a quem se estendem agradecimentos pela leitura crítica. Destaca-se que o núcleo central da tese e os argumentos em torno do modelo gráfico apresentado no artigo são debatidos em capítulo publicado pela Editora Peter Lang na obra *Media Scholarship in a Transitional Age* (ver: Silva, 2018). Não se trata, todavia, de tradução, daí a compreensão de que o âmbito da *Brazilian Journalism Research* constitua um espaço qualificado para a interlocução sobre a tese colocada e seu consequente aprofundamento.

- 2 Entende-se como o “modo particular de narrar o mundo pelo jornalismo” a narração de fatos presentes na vida cotidiana tal como estabelecida nas reflexões de Sodré (2009).
- 3 O livro *Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, de Herbert J. Gans, foi originalmente publicado em 1979 e tornou-se uma das referências para os estudos sobre jornalismo no contexto norte-americano. Utiliza-se neste estudo a edição ampliada comemorativa ao 25º aniversário da publicação original. Ver: Gans (2004).
- 4 Compreende-se a introdução histórica das ideias de regularidade e de racionalidade no modo ocidental moderno de estruturação da vida cotidiana com base nas reflexões de Jesús Martín-Barbero (2003) no capítulo “O longo processo de enculturação”, da obra *Dos Meios às Mediações*, no qual o autor volta-se às rupturas modernas nos “modos de saber” e no “sentido de tempo”.
- 5 O termo é aqui adaptado a partir das reflexões de Franco Moretti (2003) sobre o campo literário. O autor utiliza a ideia de “bifurcação” em sua análise dos romances europeus da segunda metade do século XIX. Conceitualmente, no campo literário, as “bifurcações” podem ser entendidas como possíveis desdobramentos da trama, ou seja, os ápices e pontos de clímax encontrados no decorrer da narrativa – o beijo, a morte, a prisão, a sanção, etc. Elas se operacionalizam no plano narrativo em oposição aos “enchimentos”. Por sua vez, como o próprio nome sugere, os enchimentos consistem naquilo que acontece entre uma mudança e outra – trata-se, portanto, dos espaços de preenchimento da narrativa entre as bifurcações.
- 6 A ideia do sociólogo Kurt Lewin de utilizar as metáforas de “*gates*” e “*gatekeepers*” (literalmente “portões” e “porteiros”, em inglês) é originalmente aplicada em um estudo sobre hábitos alimentares de famílias norte-americanas no período pós-Primeira

Guerra Mundial. Essa simples metáfora ganha corpo no campo do jornalismo a partir do momento em que David White (1950), um ex-assistente de pesquisa de Lewin, decide adaptar o modelo para analisar o processo de seleção do conteúdo noticioso. Ver: Shoemaker & Vos (2009).

- 7 A partir de uma pesquisa sobre a cobertura de crises internacionais em jornais europeus, Johan Galtung & Mari Holmboe Ruge (1965) colocam-se como os primeiros teóricos a formalizar no ambiente acadêmico a existência de parâmetros orientadores da seleção de notícias. Na prática, os pesquisadores dinamarqueses partem do entendimento de que a comunicação noticiosa estrutura-se como uma cadeia, iniciando-se a partir dos acontecimentos caóticos do mundo e encerrada na imagem pessoal produzida pelo receptor. Optam, entretanto, por focar a etapa inicial do processo: a percepção, a seleção e a construção de uma imagem dos acontecimentos pelos meios de comunicação. Na tentativa de sistematização de uma lista de fatores que caracterizam a noticiabilidade, buscam recurso na metáfora: a comparação do mundo com um enorme conjunto de estações de radiodifusoras, cada uma das quais a emitir o seu sinal ou o seu programa no seu próprio comprimento de onda. Da comparação com a estrutura radiofônica, os autores ressaltam a necessidade da seleção (tal qual no *dial* de um aparelho de rádio) para que a informação espalhada pelo mundo se torne compreensível.
- 8 A obra *O Segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*, de Adelmo Genro Filho, foi publicada originalmente em 1987. O texto se tornou referencial no Brasil por oferecer uma compreensão inventiva do jornalismo como forma de conhecimento, instituindo reflexões sobre a atividade noticiosa com base nas categorias marxistas de singular, particular e universal.
- 9 Conforme demonstram inúmeras aproximações e análises oriundas das teorias funcionalistas.
- 10 “Os homens tapam os orifícios nas barragens de suas crenças mais necessárias com o primeiro tipo de barro que encontram”, metáforiza Clifford Geertz (2007, p. 122).

REFERÊNCIAS

- Adorno, T. W., Horkheimer, M. (1985). *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Anderson, C. W., Bell, E., Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, 5 (3), pp. 30-89.
- Barthes, R. (1988). *O rumor da língua*. São Paulo: Brasiliense.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información: la construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Faro, J. S. (2011). À flor da pele: narrativas híbridas, cotidiano e comunicação. *Revista Intexto*, v. 2, n. 25, pp. 117-127. Recuperado de seer.ufrgs.br/intexto/article/view/23750.
- Galtung, J., Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2 (1), pp. 64-90. doi.org/10.1177/002234336500200104.
- Gans, H. J. (2004) *Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Evanston, Illinois: Northwestern University Press.
- Genro Filho, A. (2012). *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Série Jornalismo a Rigor. v. 6. Florianópolis: Insular.
- Geertz, C. J. (2007). O Senso comum como um sistema cultural. In: C. J. Geertz, *O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. 9ª ed. pp. 111-141. Petrópolis (RJ): Vozes.
- Gomes, W. (2009). *Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teorias do jornalismo*. Série Jornalismo a Rigor. v. 1. Florianópolis: Insular.
- Hage, J. (1972). *Techniques and problems of theory construction in sociology*. Nova Iorque, Londres, Sidney e Toronto: Wiley-Interscience Publications.
- Hall, S. (1977). Culture, the media and the ideological effect. In: J. Curran, M. Gurevitch, J. Woollacott (Orgs.), *Mass media and society* (pp. 315-348). Londres: Edward Arnold Editor e Open University Press.

Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: Edusc.

Koch, T. (1990). *The news as myth: fact and context in journalism*. Nova Iorque: Greenwood Press.

Kuhn, T. S. (2009). *A estrutura das revoluções científicas*. 9ª. ed. São Paulo: Editora Perspectiva.

Martín-Barbero, J. (2003). *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Moretti, F. (2003). O Século sério. *Revista Novos Estudos*. Cebrap, n. 65.

Moretzsohn, S. (2002). *Jornalismo em “tempo real”*: O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan.

Nora, P. (1979), O retorno do fato. In J. Le Goff & P. Nora (Orgs.), *História: novos problemas*. pp. 179 – 193. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora.

Peters, C., Broersma, M. (2013). *Rethinking Journalism: Trust and participation in a transformed news landscape*. Nova Iorque: Routledge.

Peucer, T. (2000). Os relatos jornalísticos. *Revista Comunicação & Sociedade*. Universidade Metodista de São Paulo, n. 33.

Shoemaker, P. J., Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping theory*. Nova Iorque e Londres: Routledge.

Shoemaker, P. J. (1996). Hardwired for news: Using biological and cultural evolution to explain the surveillance function. *Journal of Communication*,46(3),pp.32-47.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01487.x

Shoemaker, P. J., Cohen, A. (2006). *News around the world: Practitioners, Content, and the Public*. Nova Iorque: Routledge.

Sigal, L. V. (1974). *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking* (2ª ed). Lexington, MA: D.C. Heath and Company.

Silva, M. P. (2018). Journalism, Rationality and Common Sense: A Theoretical Model for Relations between News Selection and Cultural Construction of Everyday Regularity. In: C. M. Liebler, T. P. Vos, (Org.), *Media Scholarship in a Transitional Age* (pp. 59-78). Nova Iorque, Berna e Berlim: Peter Lang.

Sodré, M. (2009). *A narração do fato*: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes.

Traquina, N. (2008). *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística/uma comunidade interpretativa internacional*. Florianópolis: Insular.

Tunder, J. H. (1982). *The structure of sociological theory*. Homewood-Illinois and Georgetown-Ontario: Dorsey Press.

White, D. M. (1950). The gatekeeper: a case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27 (4), pp. 383-390.

Wolf, M. (2003). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.

Zago, G. (2012). Circulação jornalística potencializada: o Twitter como espaço para filtro e comentário de notícias por interagentes. *Comunicação e Sociedade* 34 (1), pp. 249-271. [dx.doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v34n1p249-271](https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v34n1p249-271)

MARCOS PAULO DA SILVA. Professor do Mestrado em Comunicação e do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Mato Grosso do Sul, Brasil. Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), com estágio de doutoranda-sanduíche na Syracuse University (Nova Iorque, Estados Unidos). E-mail: marcos.paulo@ufms.br

RECEBIDO EM: 24/06/2018 | ACEITO EM: 12/12/2018

QUE CRIME É NOTÍCIA?

Uma análise de matrizes discursivas que perpassam a reportagem investigativa no Brasil

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

SEANE MELO

Universidade Federal Fluminense, Niterói – RJ, Brasil
ORCID: 0000-0001-9513-3946

MARCO ROXO

Universidade Federal Fluminense, Niterói – RJ, Brasil
ORCID: 0000-0001-5398-622X

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1138

RESUMO – Neste artigo tentamos identificar matrizes discursivas que perpassam a noção de “jornalismo investigativo” no Brasil, desde o período de ditadura militar até os dias atuais, para observar deslocamentos de sentido nos atos de nomeação da prática. Assim, tentamos reconstituir duas abordagens do investigativo: uma matriz policial, predominante até o período ditatorial, que se caracterizava pela exploração de temáticas populares e enfatizava a coragem dos jornalistas; e uma matriz política, caracterizada pela predominância de investigações de corrupção e pela atuação de instituições como a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), dedicadas à crescente profissionalização do jornalismo.

Palavras-chave: Matrizes discursivas. Jornalismo investigativo. Jornalismo policial. Corrupção.

WHAT CRIME IS NEWS? An analysis of discursive matrices that permeate investigative reporting in Brazil

ABSTRACT – In this paper, we try to identify discursive matrices that permeate the notion of “investigative journalism” in Brazil from the military dictatorship period until the present day, in order to observe displacements of meaning in the acts of naming the practice. Thus, we tried to reconstitute two approaches of the investigative: a police matrix, predominant until the dictatorial period, that was characterized by the exploration of popular themes and emphasized the courage of the journalists; and a political matrix characterized by the predominance of investigations of corruption and the performance of institutions such as Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), dedicated to the growing professionalization of journalism.

Key words: Discursive matrices. Investigative journalism. Police reporting. Corruption

¿QUÉ CRIMEN ES NOTICIA? Un análisis de matrices discursivas que atraviesan el reportaje investigativo en Brasil

RESUMEN – En este artículo buscamos identificar matrices discursivas que atraviesan la noción de “periodismo de investigación” en Brasil, desde el período de la dictadura militar hasta los días actuales, para observar desplazamientos de sentido en los actos de nombramiento de la práctica. De esa manera, intentamos reconstituir dos enfoques del investigador: una matriz policial, predominante hasta el período dictatorial, que se caracterizaba por la explotación de temáticas populares y enfatizaba el coraje de los periodistas; y una matriz política, caracterizada por el predominio de investigaciones acerca de corrupción y por la actuación de instituciones como Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), dedicadas a la creciente profesionalización del periodismo.

Palabras clave: Matrices discursivas. Periodismo de investigación. Periodismo policial. Corrupción.

1 Introdução

Neste artigo tentamos identificar as matrizes discursivas que perpassam a noção de “jornalismo investigativo” no Brasil, desde o período de ditadura militar (1964 a 1985) até os dias atuais. O nosso argumento é de que a noção, nas décadas de 1960 e 1970, estava associada sobretudo ao jornalismo policial e a grandes reportagens que diziam respeito à “realidade” política e social do país. Ao passo que, com a redemocratização, principalmente a partir dos anos 1990, a matriz discursiva que ganha força está relacionada à investigação de corrupção na administração pública.

Em levantamento anterior (Melo, 2016), foi possível constatar pelo menos três apropriações do discurso do “jornalismo investigativo” na bibliografia sobre o jornalismo brasileiro a partir da análise de trabalhos teóricos: ora aparecia como sinônimo de grande reportagem, ora estava identificado com o jornalismo policial, ora se referia quase exclusivamente aos escândalos políticos (Correia, 2012; Dines, 1986; Faro, 1999; Lopes & Proença, 2003; Sequeira, 2005; e outros). Deste levantamento, as duas últimas apropriações apareciam com maior frequência e eram mais delimitadas, por isso a opção em retomar esse recorte para nova análise. Porém, não se trata apenas de reforçar este tipo de levantamento, mas sim da tentativa de evidenciar o papel da Associação Brasileira de Jornalismo

Investigativo (Abraji) na organização e sistematização deste tipo de prática jornalística no século atual, visando a ocupar um lugar de autoridade. Essa é a importância do tema.

Cabe notar que, na época do levantamento, optamos pelo uso do termo “apropriações” para tratar das distintas significações da categoria “investigativo” entre autores da década de 1980 até os anos 2000, mas, atualmente, vemos a necessidade de revisar este termo e substituí-lo pela noção de matriz discursiva, entendida como modo de abordagem da realidade, que implica o uso de determinadas categorias de nomeação e interpretação (Sader, 1988). O ganho que a noção oferece ao trabalho diz respeito sobretudo ao entendimento de que os sujeitos não são completamente livres para produzir seus discursos, mas recorrem a matrizes constituídas.

Neste artigo empregaremos como metodologia o trabalho de reconstituição de matrizes discursivas, segundo o qual é necessário, primeiramente, reconhecer características do lugar social de onde as matrizes são emitidas (natureza interna e forma particular de estabelecer suas relações); bem como reconstituir o molde, isto é, os atos de linguagem envolvidos, os principais enunciados e outros elementos expressos na organização argumentativa da matriz. Este trabalho, portanto, será realizado a partir da análise dos próprios discursos (autorreferenciais) sobre jornalismo investigativo, em uma tentativa de entender os significados dados às experiências jornalísticas atreladas a estas práticas, seus valores, predicados e formas de nomeação dos agentes associados a elas (Sader, 1988, p. 145).

Nossa seleção de fontes se iniciou com a análise de trabalhos teóricos nacionais sobre jornalismo investigativo que se propunham a apresentar uma definição da categoria (Lopes & Proença, 2003; Sequeira, 2005; Fortes, 2012; Nascimento, 2010; Bucci, 2014; Christofolletti & Karam, 2011), após a identificação das matrizes, buscamos memórias e declarações de agentes citados nas discussões de jornalismo policial, político e investigativo. Cabe ressaltar que, quando falamos de “jornalismo investigativo”, não estamos adotando nenhum entendimento em particular ou nos filiando a uma definição. O recorte de fontes foi feito com base na autointitulação e no uso da expressão, ou seja, procuramos agentes que se autointitulavam jornalistas investigativos, que empregavam a expressão para qualificar seu trabalho ou que caracterizavam a sua prática da mesma forma que os autores de referência caracterizavam o jornalismo investigativo.

Um dos aspectos que se destaca nos relatos sobre a memória do jornalismo praticado dentro da primeira matriz é a questão da coragem pessoal dos repórteres, uma vez que essas práticas jornalísticas envolviam tensas relações com a polícia, com os criminosos e com os órgãos de repressão da ditadura militar. Já com relação à segunda matriz, observamos, a partir da criação da *Abraji*, em 2002, uma tentativa de disciplinarização da prática jornalística investigativa, que abriu espaço para o crescimento da compreensão do jornalismo investigativo como publicização de casos de corrupção. Temos como objetivo, ainda, iniciar uma reflexão sobre o crescimento desta segunda matriz discursiva como fruto de uma agenda internacional e observar as instituições envolvidas nesse circuito.

2 A Matriz Policial

O noticiário de crimes tem relação com o deslocamento das práticas jornalísticas para o cotidiano das cidades e a transformação do repórter no seu principal agente (Schudson, 1978) no fim do século XIX. A posterior naturalização do jornalismo orientado por “fatos” e não por “causas” tendeu a ignorar os laços históricos que se estabeleceram entre o jornalismo, a literatura e a política (Chalaby, 1996) e fundamentou as bases da formação de uma cultura profissional independente entre os jornalistas. Esse movimento, no entanto, seguiu nuances distintas em diferentes formações histórico-culturais sendo mais intenso nos Estados Unidos, mas tendo fortes resistências na França, onde o jornalismo ainda permaneceu por um bom tempo sendo visto como um primeiro estágio de uma carreira literária (ibidem).

O caso francês lembra um pouco o brasileiro. Relatos autobiográficos, como os do escritor Coelho Neto (1921, p. 241) destacaram os lamentos de José do Patrocínio, editor da *Gazeta da Tarde* sobre o desprezo dos literatos pela reportagem. “Mas, os meninos não querem compreender assim, entendem que o noticiário é humilhante e fazem cara quando se lhes pede uma notícia”. Segundo Broca (2004, p. 288), nem todos os literatos conseguiam se adaptar à situação de repórter e acabavam protestando contra o “abastardamento da inteligência”. Rodrigues (2000, p. 24) afirma que repórteres como João do Rio se perpetuaram na memória fazendo da reportagem uma “crônica do cotidiano”, num tipo de situação que

tinha como referência o jornalismo francês do século XIX, quando autores como Emile Zola e Victor Hugo inspiravam jovens repórteres a retratar com detalhes às condições de vida do proletariado e do submundo parisiense nos jornais burgueses (Chalaby, 1996).

Para reconstituir a matriz discursiva que chamamos de matriz policial e que representa um jornalismo mais atrelado às temáticas populares, é necessário chamar a atenção para dois aspectos da história do jornalismo brasileiro. O primeiro trata de um processo inicial de industrialização da imprensa no Brasil. A formação de jornais orientados por temáticas populares somente tomou forma nos anos 1950 com a emergência do populismo como fenômeno político de massas (1945 – 1964). De um lado, a ampliação do seu “universo cultural” se deu através dos meios de comunicação (Montes, 1981; Goldstein, 2017) sendo sua ideologia (o trabalhismo) associada à capacidade de difusão do rádio (Gomes, 1988). Mas sua dimensão mística e sensacionalista ganhou relevo através do lançamento de impressos. *O Dia* (1951), *Última Hora* (1951) e *Luta Democrática* (1954) foram empreendimentos de sucesso por estarem centrados na tríade crime, sexo e sindicato. Os êxitos destes jornais nos mercados político e de massas aproximaram seus leitores do “mundo cão”, transformando-os em eleitores sensíveis às plataformas políticas dos seus proprietários (Siqueira, 2002; Sarmiento, 2008).

O segundo diz respeito a quem praticava a reportagem policial, pois os anos 1950 também se caracterizam pela adaptação dos jornais cariocas ao estilo narrativo e à deontologia do modelo de jornalismo objetivo praticado nos Estados Unidos. Quem eram os repórteres policiais das décadas anteriores? Podemos ter uma pista nos relatos autobiográficos do escritor Nelson Rodrigues (1977, p. 203). Para ele, “o jornal era mais emoção do que informação” no período anterior ao *copy desk*, isto é, anterior à criação da função editorial de revisão e padronização da linguagem nos jornais. Entre os jornalistas “havia uma volúpia autoral inenarrável” e “quem redigia um atropelamento se sentia um estilista” (Rodrigues, 1977, p. 64). Portanto, um dos males da forte sistematização discursiva imposta aos jornais pelas regras da objetividade jornalística e decorrente da implantação do *copy desk* era a limitação da liberdade criativa e narrativa dos homens de imprensa. Nos relatos de Nelson Rodrigues percebemos também existir na imprensa os “grandes jornalistas” e uma “massa de analfabetos”, uma espécie de subproletariado das letras compondo de forma não problemática o universo das redações (p. 210).

É preciso chamar a atenção para a reação de um grupo de jornalistas contra a *tiranía* do *copy desk* e dos rigores implantados no novo jornalismo de classe média, cujos adeptos eram classificados por Nelson Rodrigues como os idiotas da objetividade (Ribeiro, 2007, p. 231). Esse tipo de reação não comportava a defesa, pelo menos explícita, de um jornalismo de estilo popular que as reformas queriam aniquilar (Roxo, 2016). Mas, ao contrário, esboçava a defesa da genialidade e da expressão subjetiva que a rigorosa sistematização discursiva implantada ameaçava.

Foi dentro deste cenário que a grande reportagem policial se desenvolveu. De um lado, a aproximação da reportagem com os valores e práticas do modelo de jornalismo objetivo pode ter engendrado o prestígio social do trabalho de investigação jornalística na defesa de valores impulsionados por uma “indignação honesta” como a dos *muckrakers* norte-americanos (Ettema & Glasser, 1998, p. 61), nos quais os jornalistas brasileiros pareciam começar a se inspirar.

No entanto, isso não impedia que os agentes pertencentes a esses dois extremos da comunidade jornalística buscassem prestígio social mediante o uso de recursos como qualidade narrativa, visibilidade social, proximidade com as fontes e a coragem do correspondente de guerra (Neveu, 2005, p. 28). Daí a valorização e popularização de repórteres como David Nasser¹, Edmar Morel², Joel Silveira³ e outros, disputados a “peso de ouro” pelas empresas, que ganharam notoriedade através de furos de reportagem desvendando assassinatos, adultérios, casos de corrupção etc. (Ribeiro, 2007, p. 319).

Fundamental dentro desse contexto foi a criação do Prêmio Esso de Jornalismo (Prêmio ExxonMobil de Jornalismo a partir de 2015) em 1956, como forma de fortalecer o senso de identidade e profissionalismo entre os repórteres e impulsionar o exercício da grande reportagem. O prêmio patrocinado pela multinacional de petróleo e gás norte-americana ExxonMobil se consolidou como a mais importante distinção conferida a profissionais de imprensa no Brasil, com 60 edições realizadas. Foi no bojo desse processo que o repórter Octávio Ribeiro, conhecido como Pena Branca, se tornou conhecido do público. Famoso entre os pares, ele ganhou notoriedade por meio de um conjunto de entrevistas para o semanário alternativo *Pasquim*, em 1976.

Devido ao sucesso e à repercussão provocados pelos relatos das aventuras do repórter em becos, ruelas das favelas cariocas e com suas descrições das formas de vidas desses lugares, em 1977

a editora Codecri publicou seu livro, *Barra Pesada*. A capa da obra é uma foto do cadáver de José da Rosa Miranda, o Mineirinho, criminoso que, no fim da década de 1950, era considerado pela polícia carioca o bandido número um da cidade do Rio de Janeiro. Nela, Mineirinho se encontra deitado de costas no chão, braços esticados, tornando visível o tiro que recebeu na testa, bem como o único dente que ornamentava a sua arcada dentária.

Pena Branca era estagiário do jornal *Última Hora* quando entrevistou Mineirinho no morro da Mangueira, em 1959. Apesar da fama do criminoso, a polícia não sabia seu paradeiro, o que deu extremo valor jornalístico à entrevista, considerada como um verdadeiro furo de reportagem e prova da coragem e iniciativa individual⁴ do jornalista (Ribeiro, 1977).

É preciso destacar também a forma peculiar com que o jornalista contava memórias para os entrevistadores. Desconfiado que os jornais não tinham a menor ideia do real paradeiro do criminoso, Pena Branca foi procurá-lo inicialmente no morro do Juramento, apelidado por ele de “montanha pesada”, já que, em função de sua geografia, escondia vários criminosos. Questionado sobre a receptividade de estranhos no morro, Pena Branca revelou sua tática para ser bem recebido no local:

Tem que fazer amizade no pé da montanha, senão você morre lá em cima. O papo começa com a garotada esfarrapada – olheiros dos marginais. A boa política é distribuir balas, refrigerantes, pipas, bolas de gude, figurinhas, notas de um cruzeiro para as crianças. Vencida a primeira barreira – elas já não avisam que tem sujeira no morro – você parte para outro obstáculo: as tendinhas. É bom ser generoso com seus freqüentadores, pagando marafo para os parasitas, cervejas para as mundanas. Mundo desconfiado interroga o visitante até saber sua origem: polícia, vagabundo ou otário. Se o raio x for positivo, o cara tem livre acesso nas vielas. Em caso de dúvidas dos moradores, o visitante tem que escapar rápido, pois pode sofrer uma desagradável traição. (Ribeiro, 1977, p. 18).

Encantado com o estilo de falar e de escrever do repórter, o cartunista Jaguar afirmou que Pena Branca/Octávio Ribeiro foi, por muitos anos, vítima dos “tecnocratas do copy desk” que “tosavam impiedosamente adjetivos, reticências e exclamações” para adaptar o jornalismo daqui ao estilo “fleugmático do jornalismo ianque”. O jornalismo objetivo era idêntico a deixar “uma carne embaixo da torneira até tirar todo gosto e tempero”. Pena Branca – visto por seus pares como praticante da verdadeira reportagem, “aquela que

o povão verdadeiramente curte” como “nessas histórias de violência, de caçadas, homens e bichos” – atuou também como uma espécie de professor como editor de Polícia de *O Jornal*, sendo responsável pela formação de jornalistas investigativos como Tim Lopes⁵, cujo assassinato brutal inspirou a criação da Abraji em 2002.

A escolha de Pena Branca nos ajuda a configurar a matriz policial por três aspectos. O primeiro diz respeito ao contexto no qual esse tipo de reportagem passou a caracterizar o jornalismo “popular” no Rio de Janeiro. Pena Branca iniciou sua trajetória no *Última Hora*, fundado em 1951, mesmo ano de *O Dia* e um pouco antes do *Luta Democrática* (1954). Estes três jornais foram empreendimentos de sucesso por estarem centrados na tríade crime, sexo e sindicato e por aproximarem seus leitores ao noticiário de crimes, transformando-os em leitores fiéis e eleitores sensíveis às plataformas políticas de seus proprietários (Siqueira, 2002). Assim, a referência de Pena Branca era Amado Ribeiro, que Israel Pinheiro, chefe de reportagem do *Última Hora* nos anos 1960, descreveu como um dos maiores repórteres que conheceu por suas reportagens sobre o Esquadrão da Morte (Dias, 1992).

O segundo trata da correlação desse universo com a televisão. Os anos 1960 viram emergir uma série de programas oriundos do rádio que tinham por referência a reportagem policial e o mundo cão⁶, caracterizando a primeira fase da televisão no Brasil. Isto ganhou outra magnitude nas décadas posteriores com a emergência de novas emissoras de TV sobre o espólio das antigas, entre as quais irá se destacar o Sistema Brasileiro de Televisão, SBT, cujo programa *O Povo na TV* estava atrelado à nova emergência dos programas de auditório combinado com as reportagens de rua na TV com ênfase no noticiário policial (Mira, 1995). Essa lógica marcará a criação, em 1991, do telejornal *Aqui Agora* que explorava um formato ágil, dinâmico e cru, com reportagens pouco editadas e feitas em plano sequência, permitindo que os jornalistas narrassem e fossem participantes dos fatos. Esse modelo de programa centrado nas reportagens policiais de rua notabilizou jornalistas como Gil Gomes (Roxo, 2010), Marcelo Rezende, José Luiz Datena e Wagner Montes (Sacramento & Roxo, 2013).

O terceiro é que Pena Branca inspirou a criação do personagem Waldomiro Pena, também repórter de polícia, do seriado *Plantão de Polícia*, da Rede Globo, sucesso nos 1980. O seu criador, Aguinaldo Silva, transitou da reportagem policial para a teledramaturgia. Silva ganhou prêmios escrevendo sobre o lado corrupto da polícia carioca e se notabilizou na imprensa alternativa tratando de tipos marginais

como prostitutas e travestis. O importante aqui é o fato dele inserir o seriado e dentro dele a reportagem policial no bojo de um processo de modernização do jornalismo em que Waldomiro Pena representava um ethos profissional cuja referência principal era a rua, as formas de vida de seus tipos sociais, como meliantes, prostitutas, favelados, etc. e valores, a malandragem e o jeitinho usados por estes agentes como armas importantes para a sobrevivência (Roxo, 2014). Essa lógica transparece em trabalhos posteriores como o de Caco Barcellos⁷, que deixa clara sua reverência a Pena Branca e o seu conhecimento deste tipo de ambiente (becos, morros, vielas de favela, etc.) no livro *Rota 66* (1992). Algo distinto das atuais reportagens centradas na mineração de dados, transparência e combate a corrupção, cuja modulação é aparentemente avessa a valores representativos da singularidade cultural brasileira.

Pode-se dizer que Pena Branca representa um tipo jornalista de origem popular formado de forma autodidata, que não se intimidava com o risco envolvido nas suas atividades profissionais. Essa mudança no perfil dos agentes que atuavam no jornalismo, para além das mudanças na indústria e no mercado de notícia, também está relacionada com o contexto brasileiro de regulamentação profissional, iniciada na década de 1930 e consagrada com a obrigatoriedade do diploma superior específico em 1969. A partir do conceito de *cidadania regulada* – segundo o qual “são cidadãos todos aqueles membros da comunidade que se encontram localizados em qualquer uma das ocupações *reconhecidas e definidas* em lei” (Santos, 1979, p. 75, grifos do autor) –, pode-se entender porque as instituições de classe brasileiras, como a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), trabalharam ao lado do Estado para regulamentar e organizar a profissão. No entanto, além de se estabelecerem como cidadãos, a regulamentação profissional também foi uma forma de obter inserção política. “O processo de formação das profissões e a imposição dos critérios legais constituíram-se como uma forma de ter acesso ao Estado e, de modo geral, à esfera política que está na base de todo esse processo” (Petrarca, 2010, p. 83).

Recentemente, a ideia de que esse tipo de repórter tinha consciência do “papel social do jornalismo” (Beraba, 2007, orelha) se tornou um tipo de discurso de defesa do jornalismo investigativo nos tempos atuais. Isso visa a legitimar as tentativas da Abraji de sistematizar o exercício dessa prática

bem como sustentar a importância da mesma como uma das instâncias da *accountability*⁸ na dinâmica política atual. É o que veremos a seguir.

3 Matriz Política

Em livro publicado em 2000 pela Columbia University Press, o argentino Silvio Waisbord reconstrói um panorama inédito em amplitude do jornalismo investigativo, ou, como prefere, do jornalismo cão de guarda (*watchdog journalism*, no original) na América do Sul. Segundo este trabalho – focado em reportagens investigativas publicadas após o fim das ditaduras militares na Argentina, Colômbia, Brasil e Peru –, algumas características importantes desse jornalismo cão de guarda, identificado com mais frequência a partir dos anos 1990, são delineadas, a saber: (1) a existência e predominância da prática em grandes empresas jornalísticas, não mais restrita à imprensa alternativa; e (2) a predominância de reportagens sobre políticos e agentes públicos envolvidos em corrupção e violação dos direitos humanos. Assim, nas palavras do autor, com o crescimento da reportagem investigativa na América do Sul, “Despite dissimilar editorial positions and journalistic styles, news organizations typically put the spotlight on government malfeasance” (Waisbord, 2000, p. 52).

Escolhemos iniciar a reconstrução dessa matriz, que denominamos genericamente de “matriz política”, com a referência ao teórico argentino pois, na obra desse autor, os principais enunciados da matriz aparecem de forma mais explícita e sistematizada. A partir dele, podemos identificar coincidências entre essas ideias e discursos e práticas de jornalistas e instituições brasileiras.

No livro de Fortes (2012), por exemplo, o jornalista – que fez carreira em Brasília, como repórter/correspondente dos jornais *Correio Braziliense* (DF), *O Estado de S. Paulo* (SP), *Zero Hora* (RS), *Jornal do Brasil* (RJ) e *O Globo* (RJ), das revistas *Época* (SP) e *Carta Capital* (SP), e ainda como produtor de conteúdo da agência digital do Partido dos Trabalhadores (PT)⁹ –, defende que durante a ditadura não houve jornalismo investigativo no país devido à censura e repressão, acrescentando adiante que “Pode-se dizer que o *impeachment* de Collor é o marco zero do jornalismo investigativo no Brasil”¹⁰ (Fortes, 2012, p. 10).

Não há consenso de fato quanto ao marco zero da reportagem investigativa no país (Melo, 2015; Nascimento, 2010), no entanto é importante pontuar essas tentativas de estabelecimento de marcos inaugurais pois elas indicam reelaborações de experiências. A partir dos anos 2000, os discursos sobre o jornalismo investigativo enfatizam a relação da prática com a democracia, apoiados no argumento de que é nesse tipo de regime que se pode alcançar a autonomia necessária para o exercício profissional do jornalismo investigativo¹¹. Por essa lógica, então, as reportagens que recebem o selo investigativo tendem a ser trabalhos publicados após a redemocratização do país.

Outro lugar onde podemos procurar por essas reelaborações de experiências são nos exemplos de reportagens investigativas mencionados pelos jornalistas. Fortes (2012), por exemplo, ao discutir os meios empregados para adquirir informações, cita um livro-reportagem de sua autoria, *Cayman: o dossiê do mundo*¹² e uma reportagem, publicada em 12 de fevereiro de 2003, pela *ISTOÉ*, que denunciava um esquema na Secretaria de Segurança Pública da Bahia montado pelo político brasileiro Antônio Carlos Magalhães¹³ para monitorar os telefones de seus desafetos. De forma semelhante, outros autores (Sequeira, 2005; Lopes & Proença, 2003), mesmo que defendam uma definição ampla de jornalismo investigativo capaz de incluir temáticas diversas, parecem não notar a predominância de casos de corrupção nos próprios exemplos de reportagens investigativas escolhidos.

Esse entendimento de reportagem investigativa como sinônimo de reportagem de política fica mais evidente na pesquisa de Nascimento (2010). Ao eleger filtros para seu *corpus* de análise, a partir do qual deveria diferenciar jornalismo investigativo de “jornalismo sobre investigações”, o pesquisador define como recorte temporal todos os anos eleitorais pós-redemocratização e, em seguida, aplica critérios como local de produção, editoria, presença de informações exclusivas e de denúncias. Sobre o local, o autor explica que foram utilizadas somente “reportagens produzidas pelas sucursais das revistas em Brasília. A separação foi feita porque as reportagens que tratam de *irregularidades de autoridades* são, em sua maioria, feitas pelas sucursais brasileiras das revistas” (Nascimento, 2010, versão digital, grifos nossos).

Um fato marcante que coincide com o fortalecimento dessa matriz discursiva diz respeito aos agentes e instituições

do campo jornalístico. Em setembro de 2002, após um congresso intitulado “Jornalismo Investigativo: Ética, Técnica e Perigos”, realizado no Rio de Janeiro por ocasião da morte de Tim Lopes, o jornalista Marcelo Beraba – que trabalhou para *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Folha de S. Paulo* e *Jornal da Globo* (TV) – enviou um e-mail para 44 profissionais do jornalismo, convidando-os para formar a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji). No site da instituição é possível ter a acesso a um trecho do e-mail:

Durante o Seminário, vários de nós voltamos a nos perguntar por que não temos ainda no Brasil uma instituição formada e mantida por jornalistas, independente, voltada para a troca de informações entre nós, para a formação profissional, para o aprofundamento dos conhecimentos e uso de ferramentas na área do jornalismo investigativo, para a formação de uma literatura e bancos de dados, para a promoção de seminários, congressos e oficinas de aperfeiçoamento profissional. (“Sobre a Abraji”, n.d., parágrafo 1).

O trecho, selecionado pela própria Abraji para iniciar sua apresentação, enfatiza a formação, aperfeiçoamento e crescimento profissional. Da mesma forma, em seu estatuto social, a associação estabelece como objetivos o “aprimoramento profissional dos jornalistas e a difusão dos conceitos e técnicas da reportagem investigativa”. É importante pontuar a ênfase na formação profissional no contexto de criação da Abraji, pois há uma relação entre a crescente profissionalização e o fortalecimento dos discursos de matriz política no jornalismo.

Essa relação fica mais clara quando a instituição especifica suas atividades. Além de promoção e organização de cursos e seminários, intercâmbio de informações, estímulo ao jornalismo investigativo e apoio ao uso de recursos de computador¹⁴, consta ainda a defesa da “democracia, do livre exercício do jornalismo investigativo e da liberdade de expressão. Entre suas prioridades estão, (*sic*) a defesa da transparência nos negócios públicos e a garantia de livre acesso às informações dos órgãos públicos” (Abraji, 2016, p. 01).

É possível defender que “os negócios públicos” têm sido tema recorrente ao longo da atuação da instituição a partir de uma visada, por exemplo, nos cursos online oferecidos desde 2015: Jornalismo de Dados, Indicadores educacionais, Investigação de Corrupção, Lei de Acesso a Informações, Investigação de Empresas e Investigação

de Patrimônio¹⁵. A maior parte dos cursos citados oferece expertise para investigações em bancos de dados públicos, fontes que indicam caminhos para investigação, principalmente, de políticas e contratos públicos. A ênfase também aparece na programação último evento, o 12º Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo, promovido pela Abraji¹⁶ em 2017, onde encontramos um eixo temático bem específico, “Corrupção e jurídico”, entre outros mais abrangentes, como Acesso a informações; Boas histórias, boas reportagens; Cursos; Fazer jornalístico, etc. Ainda que só 3 painéis – “Por dentro da Lava Jato: entrevista com delegado da PF”, “Dicas e técnicas de investigação de empresas” e “Sessão especial: Desafios no combate à corrupção: a operação Lava Jato”, que contou com a participação do, à época, Procurador-Geral da República, Rodrigo Janot – tenham sido categorizados dessa forma, menções a escândalos políticos e investigação de dados, orçamentos e finanças públicos aparecem no título de 17 painéis (de um total de 85). Merece menção ainda o painel de encerramento “A democracia morre na escuridão: a relevância do jornalismo investigativo em tempos estranhos”, ministrado pelo editor-chefe do *Washington Post*, Martin Baron, e mediado por Rosental Alves.

É interessante ainda lançar um olhar para a trajetória profissional da atual diretoria (2016 – 2017) da Abraji. Com base em pequenas biografias disponíveis no site da instituição sobre cada um dos dez dirigentes, é possível notar que seis¹⁷ deles, incluindo o diretor, Thiago Herdy, e o vice-diretor, Vladimir Neto, destacam a atuação na cobertura de política. No texto de outro dirigente, Fábio Oliva, esse fato é ainda mais curioso, além de jornalista e advogado, ele também se define como “ativista da luta anticorrupção”.

Além da trajetória social dos agentes da Abraji e de seus discursos, acreditamos que uma importante chave interpretativa para a compreensão da emergência dessa matriz política diz respeito à influência norte-americana na profissionalização do jornalismo investigativo no Brasil. Isso pode ser melhor observado, por exemplo, a partir das relações da associação com o jornalista Rosental Calmon Alves. Segundo perfil produzido pela própria Abraji, por ocasião do 6º Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo (2011), durante o qual foi homenageado, Rosental se tornou diretor do Knight Center for Journalism in the Americas, em 2002, após receber um financiamento de 2 milhões

de dólares da Knight Foundation, fundação cujo objetivo é promover excelência no jornalismo e o sucesso das comunidades nas quais trabalha. Sobre a instituição dirigida por Rosental, consta no texto da Abraji:

Um das principais atividades do centro é um programa inovador de ensino à distância com cursos ministrados em inglês, espanhol e português. O centro ajudou a criar uma nova geração de organizações de jornalismo independentes e autossuficientes na América Latina. No Brasil, o apoio do Knight Center culminou com a criação da Abraji. (Abraji, 2011, p. 01).

Além da Abraji, fundações como o Fopea (Foro de Periodismo Argentino) e o Fopep (Foro de Periodistas Paraguayos) também contaram com o incentivo do jornalista para a fundação.

Esperamos ter chamado atenção para três aspectos marcantes do que denominamos de “matriz política”, a saber: a proximidade com discursos de defesa ou promoção da democracia, a relação com propostas e movimentos de profissionalização ou “modernização” do jornalismo e a ênfase na investigação da administração pública como principal agenda profissional. Acreditamos que é necessário enfatizar esses aspectos pois, além de constituírem os moldes ou principais enunciados desta matriz, com frequência esses aspectos são naturalizados na compreensão do jornalismo moderno, herdeiro da influência norte-americana.

Podemos afirmar que, pelo menos desde 1950, as bases que sustentam a relação próxima entre jornalismo e investigação de corrupção ganham força no Brasil com a modernização da imprensa carioca (Ribeiro, 2007). O alicerce da “matriz política” pode ser encontrado mesmo na definição de jornalismo de Beltrão (1992) inicialmente publicada em 1960, segundo a qual “jornalismo é a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum” (Beltrão, 1992, p. 67). No entanto, da mesma forma que o noticiário político pode servir ao intuito de orientar a opinião pública, as tradicionais reportagens policiais também poderiam reivindicar esse lugar. De forma que o que nos interessa pontuar é o crescimento da relevância dada ao jornalismo político, especialmente aquele cuja agenda está voltada para a investigação de corrupção em detrimento de reportagens investigativas interessadas na “realidade social” ou em outras coberturas de cunho popular.

Tumber & Waisbord (2004) notam que, frequentemente, o estudo dos escândalos políticos é sobreposto pelo estudo dos motivos de corrupção. Por essa mesma linha de raciocínio, se admite que a intensa cobertura de escândalos é consequência do aumento da própria prática litigiosa (fala-se de uma “economia do crime global”), já que “scandals are ‘corruption revealed’” (Lowi *apud* Tumber & Waisbord, 2004, p. 1032)¹⁸.

Nossa opção é partir por outra linha de análise, uma que se interessa em investigar as próprias condições de publicização dos escândalos, isto é, que se questiona sobre como se constroem escândalos, recusando a ideia de que eles sejam construídos juntamente com o desvio. Em nosso entendimento, uma das chaves para fazer esta indagação está na análise da crescente profissionalização do jornalismo investigativo.

Em artigo recente, Albuquerque (2017) aponta, a partir da situação brasileira pós-golpe de 2016¹⁹, a necessidade de uma abordagem pós-colonial para a relação entre imprensa e política no Brasil. Segundo o autor, o modelo ocidental do quarto poder – segundo o qual a liberdade de imprensa naturalmente age em prol da *accountability*, protegendo o interesse comum dos cidadãos de governos corruptos – não deve ser tomado como uma norma universal. Sua análise indica que há uma reinterpretação de valores ocidentais em sociedades pós-coloniais, realizada por elites que se sentem incumbidas da missão de civilizar a população, incluindo a própria imprensa *mainstream*, coincidentemente, a mesma que mais ganha prêmios por reportagens investigativas (Melo, 2015).

Sem fugir ao nosso objetivo de reconstituição de matrizes discursivas, a referência ao trabalho de Albuquerque é providencial por indicar a possibilidade de pensarmos mais profundamente as influências internacionais por trás do fortalecimento da “matriz política” no jornalismo investigativo brasileiro, que, como vimos, anteriormente se vinculava mais à editoria de polícia e era praticado por jornalistas portadores de diferentes capitais culturais.

Assim, observando o entrelaçamento de relações entre instituições, como a já mencionada Knight Foundation, além da Open Society Foundations, Fundação Ford, Porticus, Oak Foundation (financiadoras de iniciativas de jornalismo investigativo no Brasil como Agência Pública e Escola de Dados) ou até mesmo do Google News Lab e Facebook Journalism Project (patrocinadoras do último

congresso da Abraji), acreditamos que existe um caminho de análise da passagem de uma matriz discursiva para outra que envolve a participação desses agentes. Por este caminho, é preciso procurar entender que democracia se procura defender e promover – algo que aparece na missão de quase todas essas instituições – e como cursos, aperfeiçoamentos e treinamentos de jornalistas podem ter contribuído para uma guinada discursiva que passa da exaltação da coragem e faro do jornalista para a afirmação de expertise com análise de dados e fontes.

4 Considerações finais

A Abraji publicou duas coletâneas – *10 reportagens que abalaram a ditadura* (2005) e *50 anos de crimes* (2007) – organizadas pelo jornalista Fernando Molica, visando a “contar um pouco da nossa história e da evolução do jornalismo”. Essas publicações ajudam a consagrar as matrizes anteriores, uma vez que se concentram nas reportagens políticas e policiais e, de certa forma, afirmam a Abraji como um importante espaço de articulação dos diversos significados associados ao termo “jornalismo investigativo” no Brasil. O interessante é não haver nenhuma dicotomia de valores entre os papéis de “observador neutro da realidade”, orientado pelo paradigma da objetividade, e o do de “cão de guarda”, que expressa a defesa de valores morais, como no jornalismo norte-americano.

Porém, se não se pode falar em dicotomia, neste artigo tentamos mostrar que pelo menos se pode notar mudanças significativas entre as matrizes. Os temas privilegiados por cada uma – notícias sobre crimes como assassinatos, tráfico, violência sexual, violência policial e o apelo à mítica da “rua” como espaço privilegiado do exercício da reportagem no caso da matriz policial, e notícias sobre corrupção do governo no caso da matriz política – são sintomas de uma mudança mais estrutural no perfil dos jornalistas, ou melhor, na profissionalização do jornalismo brasileiro. A mudança mais evidente nesse perfil se manifesta em relação a posse ou não de diploma em jornalismo, mas, posteriormente, também procuraremos mostrar as mudanças em relação à origem social dos diferentes jornalistas.

Cabe ressaltar que o entendimento do jornalismo como

profissão vai além da instituição do diploma, mas também envolve narrativas e práticas que respaldam a autoridade jornalística. Assim, compreendemos a atuação da Abraji como uma sistematização do saber-fazer do jornalismo investigativo, que elege narrativas (liberdade de expressão, defesa da democracia, luta contra a corrupção) e práticas para reafirmar a autoridade do jornalismo brasileiro.

Ainda, a ideia de “evolução do jornalismo” aponta para a pertinência de um tipo de agenda pela qual o jornalismo brasileiro é associado a uma “cruzada moral” como nos momentos anteriores ao golpe civil militar de 1964 (Goldstein, 2017). Assim, o que nos chama atenção é a orientação atual das pautas do jornalismo investigativo pela noção de transparência, que resulta no grande foco dado ao controle de gastos públicos. Este foco não representa um problema em si, porém, defendemos que é preciso questionar se esta orientação não está se sobrepondo às pautas orientadas para uma agenda política com eixo na consagração da soberania popular, numa certa satanização dos valores que consagraram a singularidade cultural brasileira e na redução das desigualdades sociais como forma de afirmar cidadania plena a todos os indivíduos e, em caso afirmativo, quais as consequências disso para a nossa democracia.

NOTES

- 1 Entre os anos 1950 e os 1970, David Nasser foi um dos repórteres mais famosos do país. Trabalhou, entre 1943 e 1974, na revista *O Cruzeiro*, carro-chefe das publicações do império de Assis Chateaubriand, um dos mais importantes empresários do ramo jornalístico no Brasil (Carvalho, 2001).
- 2 Foi autor de grandes reportagens e vários livros, um dos quais sobre a Revolta da Chibata, publicado em 1959. Começou a trabalhar cedo, em uma casa comercial. Em seguida, trabalhou nos jornais *O Ceará* e *A Rua*, como corretor de anúncios, auxiliar de revisor e auxiliar de repórter. Em 1932, mudou-se para o Rio de Janeiro, onde trabalhou no *Jornal do Brasil*, na sessão de anúncios fúnebres. Trabalhou nos jornais *O Globo*, *A Tarde*, *Diário da Noite* e na revista *O Cruzeiro*, de 1938 a 1947 (Carvalho, 2001).

- 3 Joel Silveira se tornou famoso por sua mordacidade e pela cobertura de fatos que marcaram a vida política do país. Sua primeira matéria de destaque saiu em 1943, na revista carioca *Diretrizes*, de Samuel Wainer. Trabalhou posteriormente com Assis Chateaubriand nos *Diários Associados*, em que atuou como correspondente na Itália durante a Segunda Guerra. (Silveira, 1998).
- 4 Ver o prefácio escrito por Mino Carta em Ribeiro (1977).
- 5 Tim Lopes (Arcanjo Antonino Lopes do Nascimento) era um jornalista investigativo brasileiro e produtor para a Rede Globo. Em 2002, foi morto enquanto estava trabalhando numa reportagem em uma favela do Rio de Janeiro (Souza, 2002).
- 6 Entre eles *002 Contra o Crime e Polícia às suas Ordens* (Excelsior, 1965-1966); *Patrulha da Cidade* (Tupi, 1965); *Plantão Policial Canal 13* (TV Rio, 1965-1966); e *A Cidade Contra o Crime, Longras 004 e O Homem do Sapato Branco* (TV Globo, 1966-1968) deram suporte a esta programação (Wanderley, 1995, p. 82).
- 7 O repórter e escritor Caco Barcellos trabalha para a Rede Globo de televisão desde 1982. Em mais de 40 anos de carreira, se notabilizou por reportagens investigativas, como a que fez para o *Globo Repórter* sobre os desaparecidos políticos da ditadura militar brasileira. Barcellos também é famoso por apresentar e dirigir o programa televisivo *Profissão Repórter*, desde 2006, que tem como proposta mostrar os bastidores das notícias.
- 8 “A questão da accountability é fundamental para a qualificação da democracia moderna”, preconiza Rousiley Maia (2006, p. 2), ditando, em grande medida, o que se discute em termos de visibilidade midiática e suas implicações para o bom funcionamento da democracia. Ainda de acordo com a autora, o regime de *accountability* (Arato, 2002) reforça a norma democrática e, nesse contexto, faz referência ao imperativo democrático de que os representantes devem considerar os desejos e as necessidades dos cidadãos na condução dos negócios públicos (Maia, 2006, p. 5).
- 9 Recuperado de www.portaldosjornalistas.com.br/jornalista/leandro-fortes/.
- 10 Fortes compara o *impeachment* do presidente brasileiro Collor com o famoso escândalo político norte-americano Watergate, que culminou com a renúncia do presidente Nixon. Collor foi acusado

por fraudes financeiras e por envolvimento em um esquema de lavagem de dinheiro no exterior comandado pelo tesoureiro da sua campanha, Paulo César “PC” Farias. O paralelo que se faz entre o escândalo brasileiro e o norte-americano é devido ao afastamento dos dois presidentes após as denúncias.

- 11 No estatuto social da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo consta, entre suas atividades, a defesa da democracia, do livre exercício do jornalismo investigativo e da liberdade de expressão.
- 12 Segundo a *Folha de S. Paulo*, “o dossiê Cayman é um conjunto de papéis com autenticidade não comprovada que atestam a existência de uma empresa em nome de integrantes do PSDB em paraísos fiscais. [...] Cópias desse suposto dossiê foram espalhadas e vendidas a candidatos da oposição durante as eleições de 1998” (Folha Online, 2003, on-line).
- 13 Antônio Carlos Magalhães foi filiado à União Democrática Nacional (UDN), Aliança Renovadora Nacional (ARENA), Partido Democrático Social (PDS) e, finalmente, ao Partido da Frente Liberal/Democratas (PFL/DEM), sua última agremiação. Foi governador do estado da Bahia por três vezes (duas vezes nomeado pelo Regime Militar Brasileiro), além de ter sido presidente do Senado de 1997 até 2001.
- 14 Acreditamos que a Abraji faz referência ao que, em 2002, se conhecia como reportagem com auxílio do computador (RAC), mas que, desde o WikiLeaks, é mais comumente conhecido como jornalismo de dados (Gray, Bounegro & Chambers, 2012).
- 15 Recuperado de cursos.abraji.org.br/course/index.php
- 16 Infelizmente, não é possível traçar um quadro comparativo da programação dos 12 Congressos Internacionais de Jornalismo Investigativo promovidos pela Abraji até 2017, pois a maior parte dessas informações não está mais disponível online.
- 17 A saber: Thiago Herdy, Vladimir Neto, Fábio Oliva, Alana Rizzo, Daniel Bramatti e Maiá Menezes.
- 18 Lowi, T. (1988). Foreword. In A. S. Markovits & M. Silverstein (Eds.), *The politics of scandal: Power and process in liberal democracies* (pp. vii-xii). New York: Holmes & Meier.

19 No dia 31 de agosto de 2016, o Senado brasileiro aprovou o *impeachment* da presidente eleita Dilma Rousseff, por suposto crime de responsabilidade fiscal, por 61 votos a 20. Na ciência política brasileiro, o episódio é nomeado de “golpe parlamentar”, modelo “no qual a aparência de normalidade das instituições políticas é mantida, ao mesmo tempo em que se recorre a brechas constitucionais para derrubar mandatários eleitos pelo voto popular” (Albuquerque & Paula, 2017).

REFERÊNCIAS

Abraji (s.d.). Sobre a Abraji. *Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo*. Recuperado de abraji.org.br/institucional/#sobre-abraji.

Abraji (2016, Out.). *Estatuto Social da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo*. Recuperado de abraji.org.br/static/arquivos/transparencia/EstatutoSocial_Abraji_2016.pdf.

Abraji (2011, Jul.). *Rosental Calmon Alves: uma vida dedicada ao jornalismo*. Recuperado de livrozilla.com/doc/1675267/rosental-calmon-alves-uma-vida-dedicada-ao-jornalismo.

Albuquerque, A. (2017). Protecting democracy or conspiring against it? Media and politics in Latin America: a glimpse from Brazil. *Journalism*. doi.org/10.1177/1464884917738376

Albuquerque, A. & Paula, C. (2017). Accountability Contra Democracia: A Comunicação Política depois do Golpe. Anais do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política – Compolítica. Recuperado de compolitica.org/novo/artigo/accountability-contrademocracia-a-comunicacao-politica-depois-do-golpe

Arato, A. (2002). Representação, Soberania Popular e Accountability. *Lua Nova*, 55-56, pp. 85-103. dx.doi.org/10.1590/S0102-64452002000100004.

Barcellos, C. (1997). *Rota 66*. São Paulo: Globo.

Beltrão, L. (1992). *Iniciação à filosofia do jornalismo*. São Paulo: Edusp.

Beraba, M. (2007). Apresentação. In: MOLICA, F. (Org.). *50 anos de crimes: reportagens policiais*. Rio de Janeiro: Record.

Broca, B. (2004). *A Vida Literária no Brasil – 1900* (5ª ed.). Rio de Janeiro: José Olympio.

Bucci, E. (2014). Para não esquecer Watergate. In: Bernstein, C.; Woodward, B. *Todos os homens do presidente*. São Paulo: Três Estrelas.

Carvalho, L. M. (2001). *Cobras criadas*: David Nasser e 'O Cruzeiro'. São Paulo: Senac.

Chalaby, J. K. (1996). Journalism as an Anglo-American Invention: A Comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s. *European Journal of Communication*, 11(3). pp. 303-326. doi.org/10.1177/0267323196011003002

Coelho Neto, H. (1921). *A Conquista*. Porto: Liv. Chardron.

Correia, Eduardo Luiz. (2012). *História e ficção na narrativa de um escândalo midiático*. (Tese de Doutorado). Recuperado de Repositório Institucional da UnB, repositorio.unb.br/handle/10482/11218

Christofoletti, R. & Karam, F. J. (2011). *Jornalismo investigativo e pesquisa científica*. Florianópolis: Insular.

Dias, M. (1992). *Malditos repórteres de polícia*. Niterói, RJ: Muiraquitã.

Dines, A. (1986). *O papel do jornal: uma releitura* (4ª ed). São Paulo: Summus.

Ettema, James S. & Glasser, Theodore. (1998). *Custodians of conscience: investigative journalism and public virtue*. Nova York: Columbia University Press.

Faro, J. S. (1999). *Revista Realidade, 1966-1968: tempo de reportagem na imprensa brasileira*. Canoas: Ed. da ULBRA/AGE.

Folha Online (2003, Maio 23). Saiba mais sobre o dossiê Cayman. *Folha Online*. Recuperado de www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u49472.shtml

Fortes, L. (2012). *Jornalismo Investigativo*. São Paulo: Contexto.

Gomes, A. C. (1988). *A Invenção do Trabalhismo*. São Paulo: Vértice.

Goldstein, A. (2017). La Prensa Brasileña y sus "Cruzadas Morales": Un Análisis de los Casos del Segundo Gobierno de Getúlio Vargas y el Primer Gobierno de Lula da Silva. *Revista Dados*, 60 (2), pp. 395-435. dx.doi.org/10.1590/001152582017124

Gray, J., Bounegro, L., & Chambers, L. (2012). *The data journalism handbook*. Pequim: O'Reilly Media.

Lopes, D. F. & Proença, J. (2003). *Jornalismo investigativo*. São Paulo: Publisher Brasil.

Maia, R. C. (2006). Mídia e diferentes dimensões da Accountability. *E-Compós*, 7. doi.org/10.30962/ec.v7i0.113

Melo, S. A. (2015). *Discursos e práticas: um estudo do jornalismo investigativo no Brasil* (Dissertação de Mestrado). Recuperado de Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP, www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-19092016-155529/pt-br.php

Melo, S. A. (2016). Da grande reportagem ao escândalo político: os percursos do jornalismo investigativo no Brasil. *Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM*, 4(2), pp. 176-185. Recuperado de revistas eletrônicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/391

Mira, M. C. (1995). *Circo eletrônico – Silvio Santos e o SBT*. São Paulo: Olho D'Água/Loyola.

Montes, M.C. (1981). O discurso populista ou caminhos cruzados. In J. M. de Melo (Ed.), *Populismo e comunicação*, pp. 61-75. São Paulo: Cortez.

Nascimento, S. (2010). *Os novos escribas: o fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial.

Neveu, E. (2005). *Sociologia do Jornalismo*. Porto: Porto Editora.

Petrarca, Fernanda R. (2010). Construção do estado, esfera pública e profissionalização do jornalismo no Brasil. *Revista de Sociologia e Política*, 18(35), pp. 81-94. dx.doi.org/10.1590/S0104-44782010000100006

Ribeiro, A. P. Goulart (2007). *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-papers.

Ribeiro, O. (1977). *Barra pesada*. Rio de Janeiro: Codecri/O pasquim.

Rodrigues, A. E. M. (2000). *João do Rio: a cidade e o poeta*. Rio de Janeiro: FGV.

Rodrigues, N. (1977). *O Reacionário*. Memórias e Confissões. Rio de Janeiro: Record.

Roxo, M. (2010). A volta do Mundo Cão na TV. In A. P. G. Ribeiro, I. Sacramento & M. Roxo (Orgs.), *História da Televisão no Brasil*, pp. 177-196. São Paulo: Contexto.

Roxo, M. (2014). Bunda de Malandro Velho não se ajeita em Calça Lee: O Seriado Plantão de Polícia, a Malandragem e a Modernização dos jornais. In A. P. G. Ribeiro, Igor S. & Marco Roxo (Orgs.), *Televisão, História e Gêneros*, pp. 236-270. Rio de Janeiro: Multifoco.

Roxo, M. (2016). *Jornalistas pra quê? Militância sindical e o drama da identidade profissional*. Curitiba: Appris.

Sacramento, I. & Roxo, M. (2013). O Populismo e Neopopulismo no Jornalismo Televisivo Brasileiro. In Anais do XXII Encontro Nacional da COMPÓS. Salvador: Compós. Recuperado de www.compos.org.br/data/biblioteca_2072.pdf

Sader, E. (1988). *Quando novos personagens entraram em cena: experiências, falas e lutas dos trabalhadores da Grande São Paulo (1970-1980)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Santos, W. G. dos. (1979). *Cidadania e justiça: a política social na ordem brasileira*. Rio de Janeiro: Campus.

Sarmento, C. E. (2008). *O Espelho Partido da MetrÓpole*. Rio de Janeiro: FAPERJ/FOLHA SECA.

Schudson, M. (1978). *Discovering the news: a Social History of American newspapers*. Nova York: Basic Books.

Sequeira, C. (2005). *Jornalismo investigativo: o fato por trás da notícia*. São Paulo: Summus Editorial.

Silveira, J. (1998). *Na fogueira: memórias*. Rio de Janeiro: Mauad

Siqueira, Carla. (2002). *Sexo, crime e sindicato: sensacionalismo e populismo nos jornais Última Hora, O Dia e Luta Democrática durante o segundo governo Vargas (1951-1954)*. (Tese de Doutorado). <https://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.8552>

Souza, P. (2002). *Narcoditadura: O Caso Tim Lopes, Crime Organizado e Jornalismo Investigativo no Brasil*. São Paulo: Labortexto Editorial.

Tumber, H. & Waisbord, S. R. (2004). Introduction: Political scandals and media across democracies, volume II. *American Behavioral Scientist*, 47 (9), pp. 1143-1152.

Waisbord, S. (2000). *Watchdog journalism in South America: news, accountability, and democracy*. New York: Columbia University Press. <https://doi.org/10.1177/0002764203262340>

Wanderley, S. (1995). *A construção do silêncio: a Rede Globo nos projetos de controle social e cidadania (décadas 1970/1980)*. (Dissertação de Mestrado não publicada). Universidade Federal Fluminense, Niterói (Brasil).

SEANE MELO. Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF). Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: seanemelo@gmail.com.

MARCO ROXO. Professor adjunto da Universidade Federal Fluminense (UFF) e Doutor em Comunicação pela mesma instituição. Atualmente é presidente da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e Bolsista de Produtividade Nível 2 do CNPq. E-mail: marcos-roxo@uol.com.br.

RECEBIDO EM: 19/07/2018 | ACEITO EM: 14/10/2018

GÊNERO E NÚMEROS:

o uso de dados na cobertura do Dia Internacional da Mulher nos sites de três grandes jornais brasileiros

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

ANA CAROLINA ARAÚJO
Universidade Federal da Bahia, Salvador – BA – Brasil
ORCID: 0000-0002-3758-0083

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1061

RESUMO – Na última década, o jornalismo de dados evoluiu ao lado das tecnologias de informação e comunicação, espalhando-se cada vez mais pelo ambiente do jornalismo profissional. A proposta deste artigo é compreender se e como o jornalismo impresso tradicional tem reagido às novas ferramentas tecnológicas disponíveis para a prática da reportagem e à crescente disponibilidade de dados abertos, sejam eles de origem pública ou privada. Para investigar estas questões, foram utilizadas como material de análise reportagens publicadas nos sites de três grandes jornais brasileiros – *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *O Estado de São Paulo* – durante a cobertura do Dia Internacional da Mulher em 2017. Os resultados indicam que a presença dos dados ainda ocorre na menor parte do material analisado, que o uso das técnicas digitais de visualização é incipiente e a oferta de dados brutos no processo de produção da notícia não existe. Por outro lado, foi possível perceber que o uso de dados e estatísticas sem indicação ou checagem de fontes é bastante frequente no *corpus* estudado.

Palavras-chave: Jornalismo de dados. Jornalismo guiado por dados. Jornalismo digital. Dia Internacional da Mulher.

GENDER AND NUMBERS:

Using data from International Women's Day coverage on the sites of three major Brazilian newspapers

ABSTRACT – In the last decade, data journalism has evolved alongside information and communication technologies, spreading more and more into the professional journalism environment. The purpose of this article is to understand if and how traditional press has reacted to the new technological tools available for the practice of reporting and the increasing availability of open data, whether public or private. To investigate these

issues, articles published on the websites of three major Brazilian newspapers – *Folha de S. Paulo*, *O Globo* and *O Estado de São Paulo* – were used to analyse the coverage of International Women's Day in 2017. The results indicate that the presence of data is still scarce in the biggest part of the material, that the use of digital visualization techniques is incipient and the raw data supply in the news production process does not exist. On the other hand, it was possible to perceive that the use of data and statistics without reference or source checking is quite frequent in the *corpus*.

Key words: Data Journalism. Data-driven Journalism. Digital Journalism. International Women's Day.

GÊNERO Y NÚMEROS:

El uso de datos en la cobertura del Día Internacional de la Mujer en los sitios de tres grandes periódicos brasileños

RESUMEN – En la última década, el periodismo de datos creció al lado de las tecnologías de información y comunicación, tomando el campo del periodismo profesional. La propuesta de este documento es comprender si y cómo el periodismo impreso tradicional ha reaccionado a las nuevas herramientas tecnológicas disponibles para la práctica del reportaje y la creciente disponibilidad de datos abiertos, ya sean de origen público o privado. Para esta investigación se analizarán reportajes publicados en los sitios de tres grandes periódicos brasileños – *Folha de S. Paulo*, *O Globo* y *O Estado de São Paulo* – durante la cobertura del Día Internacional de la Mujer en 2017. Los resultados indicaron bajo uso de datos, uso incipiente de visualizaciones digitales y ninguna oferta de datos brutos. El uso de datos y estadísticas sin referencias o chequeo de las fuentes fueron frecuentes.

Palabras clave: Periodismo de datos. Periodismo guiado por datos. Periodismo digital. Día Internacional de la Mujer.

1 Introdução

Era novembro de 2008 quando o cientista da computação Joe Hellerstein vaticinou, em um texto num blog sobre inovação tecnológica, que a humanidade estaria vivendo a primeira fase de sua quarta revolução industrial: a “revolução industrial dos dados”. Segundo ele, o processo era incipiente porque a maior parte da informação digital disponível então ainda era “manufaturada” em forma de textos na web e dados de formulários. O texto abordava o início da produção de dados digitais em escala massiva a partir de logs de softwares, GPS, e outros em processos automatizados, acompanhado do aumento da capacidade de armazenamento dos discos rígidos e *flashdrives* a um custo relativamente baixo. O último passo dessa revolução seria a “comoditização” dos softwares de análise de dados e automatização generalizada de processos acessíveis a uma ampla classe de usuários,

conduzindo a um volume de dados que rapidamente superaria a produtividade coletiva de autores de conteúdo em todo no mundo. Se a ideia era essa, a virada já aconteceu. Estamos na era do *big data*¹, uma quantidade imensurável de dados é gerada a cada segundo ao redor do mundo, há discos rígidos de uso doméstico com capacidade de 10 terabytes (sem falar do armazenamento em nuvem), e os dados se tornaram *commodities*.

Dois anos depois da análise de Hellerstein, em 2010, o fundador da Web, Tim Berners-Lee², afirmou que o jornalismo guiado por dados (JGD) era o futuro, e que os jornalistas precisariam, mais do que habilidades gerais com dados, saber como se aprofundar neles, analisar e encontrar o que de importante escondiam (Arthur, 2010). Desde então, aquilo que se convencionou chamar de jornalismo de dados – ou jornalismo guiado por dados (JGD), como alguns autores preferem chamar por motivos que serão discutidos mais à frente – passou a atrair o interesse pelas conexões entre notícias e tecnologia.

Esta pesquisa se baseia nos temas de que trataram Hellerstein e Berners-Lee: a intersecção entre a massa de dados que se produz e oferece a quem tenha nela interesse, e as possibilidades dos usos desses dados como combustível para a produção de notícias. Nossa tentativa é utilizar um recorte de produção jornalística como substrato para a análise do uso dos dados oferecidos na produção de narrativas noticiosas neles baseadas.

Mais do que uma definição sobre se o que se encontrou é ou não jornalismo de dados, a proposta é saber se os dados são utilizados com a finalidade de aprofundar a compreensão sobre um tema, se ela aparece como acessório ou se a digitalização da vida contemporânea está sendo ignorada no processo de produção de notícias. Para isso, serão examinados o uso de dados como elemento da apuração e sua extensão, o nível da análise envolvida, a origem dos dados, o acesso às fontes dos dados e a oferta de visualizações customizadas.

Sendo essa uma pesquisa exploratória para a nomeação do problema e apuração da metodologia de análise para uma pesquisa maior, optou-se por um *corpus* pequeno. Tomamos como referência a cobertura do Dia Internacional da Mulher, com base na observação empírica de que anualmente, da véspera ao dia seguinte da efeméride, a cobertura sobre um mesmo tema cresce, além de haver a divulgação de dados públicos e pesquisas sobre o assunto. Assim, utilizamos como objeto de análise a cobertura, factual ou não, do 8 de março, pelos sites de três dos maiores jornais do Brasil³: *Folha*

de S. Paulo, *O Globo* e *Estado de S. Paulo* (que daqui por diante será referido apenas como Estadão, uma vez que este é o nome dado ao seu portal de notícias na internet).

Sobre isso, é importante reforçar que esta pesquisa poderia ser realizada a partir dos mais diversos conjuntos de matérias jornalísticas que tratassem sobre qualquer tema. Entretanto, compreendendo que entre os potenciais benefícios do uso de dados no jornalismo está a possibilidade de tratar determinados temas enquanto agendas públicas, e não de forma episódica, julgamos que o tema das mulheres proporcionaria um importante substrato de estudo.

2 O potencial dos dados abertos

A disponibilidade de tecnologias e ferramentas para a prática de reportagens apoiadas em dados em todo o seu processo de produção – pauta, apuração, arquitetura da informação, visualização e publicação – não significa, necessariamente, que estes recursos serão utilizados. E, ainda, caso haja a opção pelo caminho dos dados, tampouco significa que eles estarão disponíveis, serão utilizados de modo apropriado e resultarão em material jornalístico de boa qualidade.

O movimento dos dados abertos extrapola o campo das mídias. Na verdade, este se adequou à transformação mundial que nasceu no mercado, como dispositivo de controle e *accountability*, e alcançou governos de diferentes níveis, consolidando o paradigma da Era da Informação (Castells, 1999). O processo se apoia num tripé: abertura, participação e colaboração, (White House, 2009, parágrafo 4) considerando que, através da transparência, compartilhamento e trabalho coletivo, o potencial destes conjuntos de dados poderia se realizar. Promover o acesso a tais dados de forma compreensível enquanto informação e conhecimento seria uma forma de democratizá-los. Vale frisar que o foco do movimento está na publicização de dados públicos, ou gerados com financiamento público, uma vez que o uso de recursos públicos deveria beneficiar a sociedade como um todo. No caso dos dados de empresas privadas, é preciso considerar a propriedade de seus criadores (Kitchin, 2014).

No Brasil, o arcabouço legal que permitiu a abertura de dados públicos inclui as leis complementares nº 101 (2000) – normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal – e nº 131 (2009) – acrescenta dispositivos à LC 101,

com foco na oferta de informações de execução fiscal em tempo real, a lei federal nº 12.527 (2011) – regulamenta o direito constitucional de acesso dos cidadãos às informações públicas – e pela instrução normativa nº 4 (2012), da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação (SLTI) do Ministério do Planejamento, que instituiu a Infraestrutura Nacional de Dados Abertos (INDA). Esse aparato colabora para a intensificação do ciclo de produção, divulgação e consumo dos dados. Num fluxo contínuo, a população, por sua própria presença na sociedade e uso dos serviços públicos, gera dados massivos que são coletados, armazenados e estruturados pelos governos, que em tese, divulga esse material. No cenário aqui analisado, jornalistas usufruem desta abertura de dados para oferecer à população compreensões e interpretações dessas massas de dados, transformando-os de dados brutos em informação concreta e acessível a grupos não especializados.

A lei federal no 12.527, também conhecida como Lei de Acesso à informação (LAI), moveu a transparência ativa prevista na Constituição Federal de 1988 para o campo prático, obrigando órgãos públicos a publicarem dados e informações sobre a instituição e serviços por ela prestados. Exigindo que estes dados fossem divulgados em formatos digitais abertos e não proprietários, foi instaurada a primeira etapa da abertura de dados no Brasil. O marco dessa mudança foi a entrada para a Parceria para o Governo Aberto (Open Government Partnership) como um dos países fundadores em 2011, acompanhado de sete países, que hoje se somam a outros 59, formalmente comprometidos a difundir e incentivar a transparência dos governos, o acesso à informação pública e a participação social. Assim, o Brasil alcançou o cenário de abertura governamental predominante ao redor do mundo (Prado, Ribeiro & Diniz, 2012, p. 16).

A oferta dessas bases de dados complexas e abrangentes abre portas para grandes empreitadas jornalísticas, descoberta de escândalos de corrupção, entendimento de surtos de doenças endêmicas, etc. Mas, é importante pensar que o manejo das bases de dados guarda também grande potencial para a cobertura rotineira da mídia jornalística, como transporte público municipal, saneamento básico e compras governamentais. É possível, portanto, que o maior potencial do uso de dados no jornalismo não esteja nas equipes especializadas, mas no seu uso no cotidiano das redações, como forma de aprofundar e contextualizar questões de interesse público. Mas, como já dito acima: isso tem acontecido?

3 A evolução do uso dos dados no jornalismo

A discussão deste trabalho exige a problematização do próprio conceito em debate, a saber, o jornalismo de dados. Se considerarmos o mero uso de dados na produção de material noticioso como característica central desta linha, a discussão se esvaziará, visto que praticamente qualquer prática jornalística poderia ser assim classificada. O uso de dados numéricos no jornalismo se consolidou a partir do final do século XIX como consequência de uma transformação mais ampla, que foi a “substituição de paradigmas religiosos por explicações científicas [...] [que] atingiram em status de ‘reveladoras de realidade’” (Sponholz, 2009, p. 58). Em todo o campo das ciências sociais, coletar, classificar e analisar dados se tornou um caminho quase indiscutível para alcançar a realidade, o fato.

O uso de dados como forma de aprimorar os procedimentos jornalísticos visando à operacionalização da objetividade não é novo. Remete ao século XX, quando foram formulados os conceitos do jornalismo de precisão por Philip Meyer (1973) e, mais tarde, de reportagem assistida por computador – RAC (Cox, 2000; Gray, Bounegru & Chambers, 2012; Coddington, 2014). É ao longo dos anos 1980 que ambos são disseminados ao redor do mundo, chegando ao Brasil na década seguinte. Esses conjuntos de práticas foram criados para permitir a coleta, o processamento e a extração de significado dos conjuntos de dados disponíveis. Era a transição de uma realidade de poucas bases de dados privadas e, em geral, inacessíveis, para, a partir de um movimento de busca global por transparência e abertura, uma infinidade de bases de dados abertas e acessíveis, principalmente através da web a partir dos anos 2000. A abundância levantou fortes expectativas, especialmente nas empresas jornalísticas, de que estear seu processo produtivo em dados era uma nova forma de afastar a inexistência da narrativa jornalística (Alexandre, 2014, p. 48; Charbonneaux & Gkouskou-Giannakou, 2015, p. 268). O entusiasmo em torno dos dados levou empresas jornalísticas tradicionais à busca por profissionais com a literacia para o trabalho com dados, e ao investimento na formação das equipes existentes (Bertocchi, 2013, Grandin, 2014; Renó & Renó, 2016). Paralelamente, e como parte do processo de transformação do mercado, surgiram também novos produtos que dedicam um investimento especial às reportagens com dados, como a ProPublica nos Estados Unidos, e o Nexso Jornal e a Agência Pública, no Brasil.

De acordo com Megan Knight (2015, p.55), a expressão “*data journalism*” apareceu pela primeira vez num texto de Simon Rogers, no jornal inglês The Guardian. No blog “Guardian Insider”, o jornalista relatou a adoção de um aplicativo para gerar visualização de dados brutos em mapas dinâmicos. Para explicar que jornalistas e desenvolvedores estavam trabalhando juntos para oferecer uma nova leitura dos dados, ele disse: “Isso é jornalismo de dados” (Rogers, 2008, parágrafo 7). Em um vídeo publicado em 2013 (Rogers, 2013), o mesmo autor afirma que em 1821 o jornal vazou uma planilha de custos das escolas locais e reivindica para o Guardian a invenção do jornalismo de dados. Não era a primeira vez que redações manejavam dados, mas a forma, com certeza, era nova.

Uma revisão da literatura mostra que o primeiro registro do uso de dados no jornalismo é de 1952, quando a emissora de TV CBS usou programas de computador para tentar prever os resultados das eleições presidenciais norte-americanas (Gray, Bounegru & Chambers, 2012, p. 9). Contudo, o primeiro registro sistematizado reunindo jornalismo e uso de dados veio mais à frente, com Philip Meyer, que em 1967 decidiu utilizar métodos das ciências sociais com a pretensão de melhorar a qualidade da sua apuração jornalística, trabalho que resultou na publicação de Precision Journalism, em 1973. Mirando a objetividade sob um olhar bastante positivista, o autor entendia que o método científico seria capaz de produzir um jornalismo melhor do que aquele baseado em *press releases* e declarações de fontes. Anos depois, Meyer colocou o próprio conceito em perspectiva, pesquisando as novas técnicas de análise e processamento de dados apresentadas em The New Precision Journalism (1991). Numa declaração a Bounegru em 2012, mais de 40 anos após propor o jornalismo de precisão, Meyer parece cético: “Quando a informação era escarça, a maior parte de nossos esforços se concentrava em caçá-la e reuni-la. Agora que a informação é abundante, processá-la é mais importante” (Gray, Bounegru & Chambers, 2012, p. 6).

Na década de 1990, a pesquisa sobre o uso e processamento de dados quantitativos no jornalismo foi reunida sob o termo reportagem assistida por computador (RAC). Há indicadores de que o trabalho de Meyer tenha sido, dentro e fora da academia, um dos maiores impulsionadores da consolidação do termo e da prática da RAC, definida por Cox (2000, p.

3) como um conceito amplo que abarca diferentes usos dos computadores no processo de produção das notícias, podendo envolver pesquisa online e bases de dados. A literatura acerca do seu uso e aperfeiçoamento nas redações associa a prática à popularização dos microcomputadores e arquivos digitais, bem como da internet (Machado, 2005, p. 301; Flew, Spurgeon, Daniel & Swift, 2012, p. 157; Crucianelli, 2013; Coddington, 2014, p. 2; Cushion, Lewis & Callaghan, 2016, p. 3).

O uso do computador e das ferramentas web, bem como a oferta de dados abertos, cresceram de forma imensurável na segunda metade do século passado e, exponencialmente, a partir dos anos 2000 (Kitchin, 2014, p. 79; Zuiderwijk, Janssen & Dwivedi, 2015, p. 341).

No campo do jornalismo, o destaque para esse salto ocorreu em 2010, quando o mundo voltou os olhos para a liberação de milhares de registros da Guerra do Afeganistão e da Guerra do Iraque pelo site Wikileaks⁵. Através do trabalho do fundador do site, o jornalista Julien Assange, e da equipe do *The Guardian*, deu-se acesso a milhares de dados riquíssimos, mas desanimadoramente complexos. A solução encontrada foi o desenvolvimento de um navegador personalizado para buscar palavras-chave, permitindo o acesso concreto ao conhecimento contido na *big data* (Rogers, 2014; Hewett, 2015). Tendo a “revolução industrial dos dados” prevista por Hellerstein em 2008 – na qual o volume de dados gerado por processos automatizados e inteligentes superaria sem chance de retorno sua produção “manufaturada” – se tornado uma realidade, o jornalismo se apropriou dela rapidamente. Assim, definir se os dados se tornaram uma nova categoria de fontes ou um novo conjunto de ferramentas para a prática jornalística parece necessário. Para o jornalismo de dados, uma coisa não se separa da outra, e o papel dos profissionais da área é criar conexões entre dados a princípio incompreensíveis (Bradshaw & Rohumaa, 2011; Bradshaw, 2014). Os cidadãos já não dependem da imprensa para ter acesso aos dados, o que nem sempre acontece com o significado que carregam. Neste cenário, o instituto do “furo jornalístico” como símbolo de excelência de um campo profissional cai por terra. O debate não é necessariamente sobre quem dá a notícia primeiro, mas cada vez mais sobre quem pode fazer as conexões de que os demais não foram capazes, quem enxerga o que os outros não viram através de suas competências jornalísticas e do domínio da técnica.

Para continuar a discussão com o aprofundamento adequado, decidimos analisar brevemente os termos e conceitos usados para designar o conjunto de práticas que, até aqui, tratamos genericamente como jornalismo de dados. Embora alguns jornalistas e professores da área defendam que o jornalismo de dados (JD) é apenas um novo nome para a reportagem assistida por computador (RAC), entendemos que há diferenças em seus objetivos e no produto final. Esta última pode ser definida como uma evolução do jornalismo de precisão (Meyer, 1973), bastante apoiada em metodologias das ciências sociais (*survey*, análise de conteúdo, análise estatística, etc.) para a construção da reportagem investigativa (Coddington, 2014, p. 4). No JD o produto noticioso parte da própria base de dados, dotada de informação em abundância, para a construção de uma narrativa de cunho analítico. Nas palavras de Stray (2011, p. 19), seria o ato de obter, selecionar e reportar dados de interesse público. O foco, mais do que aprimorar a coleta de informações, está na abertura de dados ao público através do seu processamento e visualização, cruzando conhecimento de diferentes campos, especialmente jornalismo, programação e design.

Na tentativa de esvaziar a ideia de que todo jornalismo poderia ser considerado “de dados”, Parasie & Dagiral (2013, p. 854) lançam mão do termo “jornalismo guiado por dados” (JGD) como uma prática mais atualizada, capaz de melhorar a contribuição democrática do jornalismo de três formas: fortalecendo a objetividade jornalística, facilitando a manutenção da *accountability* dos governos pelas empresas jornalísticas e aumentando a participação política dos cidadãos por meio de sua produção e análise de dados. O termo é referencial para Träsel, que em sua tese de doutorado definiu o JGD como “a aplicação da computação e dos saberes das ciências sociais na interpretação de dados, com o objetivo de ampliar a função da imprensa como defensora do interesse público” (Träsel, 2014, p. 90).

Seguindo pelo mesmo caminho está o conceito de jornalismo computacional proposto por Hamilton & Turner (2009, p. 2), que seria a combinação de algoritmos, dados e conhecimento de ciências sociais usados para suplementar a função de *accountability* do jornalismo, unindo a RAC e o JD. Numa perspectiva que nos parece mais adequada, Diakopoulos (2011, parágrafo 2) o descreve como uma vertente tecnologicamente orientada do jornalismo, visando

à aplicação do pensamento computacional às práticas de coleta, produção de sentido e apresentação de informações, usando, por exemplo, processos de automação.

É possível perceber a ausência de uma delimitação clara entre os conceitos apresentados acima. Ao contrário, sob o olhar de alguns autores eles se sobrepõem em vários aspectos (Coddington, 2014; Lima Júnior, 2012; Mancini & Vasconcellos, 2016). A fim de propor alguma harmonia entre eles, indicamos que estas práticas do jornalismo de dados se enquadram nas extensões do paradigma jornalismo digital em base de dados (JDBD), modelo teórico formulado por Barbosa & Torres (2013) para o melhor entendimento sobre o papel das bases de dados no jornalismo contemporâneo. Este modelo, segundo afirmam os autores, expande-se em sucessivas apropriações, tendo em conta a consolidação das bases de dados no contexto atual como estruturantes da atividade jornalística e como agentes singulares no processo de convergência de meios de comunicação, verificando-se assim a sua preponderância (p. 153).

Desta maneira, entendemos o jornalismo guiado por dados como uma das vertentes, um dos aspectos compreendidos pelo Paradigma JDBD (Barbosa & Torres, 2013), uma vez que está no escopo de abrangência do seu conceito, sintetizado como sendo:

[...] o modelo que tem as bases de dados como definidoras da estrutura e da organização, bem como da composição e da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística, de acordo com funcionalidades e categorias específicas, que também vão permitir a criação, a manutenção, a atualização, a disponibilização, a publicação e a circulação de cibermeios dinâmicos em multiplataformas. (Barbosa & Torres, 2013, p. 154).

A metodologia de análise utilizada foi desenvolvida a partir de alguns dos trabalhos já citados, como será descrito adiante.

4 Metodologia

O crescimento da oferta de informação através da internet tem sido abordado por diferentes autores a partir da expectativa de transformação social e política dos Estados democráticos (Marques, 2008, p. 50; Pinho, 2008, p. 476; Rothberg, 2008, p. 151; Silva, 2009, p. 41; Bragatto, 2011, p. 133), estando esta abordagem

repetidamente ligada à preservação dos direitos civis, políticos e sociais, a partir de uma mediação do jornalismo. Os meios digitais e, especificamente, a oferta e o uso de bases de dados cada vez mais robustas e intercomunicáveis (massas de dados/*big data* e dados abertos/*open data*), conforme previsto por Berners-Lee (2010), alargaram o campo de trabalho jornalístico, fornecendo o auxílio de um grande volume de dados para sustentar a discussão dos assuntos de interesse público, aí inclusos os campos da saúde, educação, segurança pública, desenvolvimento econômico, diversidade étnica, religiosa e sexual, etc.

A ideia deste trabalho é entender se e de que modo esse aparato de recursos informativos está sendo usado pelo jornalismo. Para esta análise, escolhemos as pautas ligadas a mulher, considerando o recorrente aumento das publicações sobre o tema nas proximidades do 8 de março, Dia Internacional da Mulher. O *corpus* da pesquisa inclui as matérias sobre mulheres publicadas na véspera, na data e no dia seguinte (7, 8 e 9 de março de 2017) por três dos maiores sites jornalísticos de referência do Brasil: *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *Estadão*. Os dados são do Instituto Verificador de Comunicação (IVC)⁶, que investiga a circulação total de cada um, incluindo exemplares impressos e acessos digitais. Vale ressaltar que as três publicações escolhidas figuravam, na ocasião da coleta de dados (10 mar. 2017), no primeiro, terceiro e quarto lugar no ranking do IVC, respectivamente. O segundo lugar era ocupado pelo mineiro *Super Notícia*, diário gratuito do grupo O Tempo, que não possui mecanismo de busca em seu site e por isso não pôde ser incluído nesta pesquisa.

Ao todo foram levantadas 129 matérias para observação, registro e discussão de resultados: 38 do *Estadão*, 41 da *Folha de S. Paulo* e 49 de *O Globo*. Para refinar os dados, foram consideradas apenas as matérias produzidas pelas redações dos veículos, seguindo sua linha editorial e cultura organizacional, desconsiderando material de agências de notícias e de blogs hospedados nos domínios investigados.

A análise reúne variáveis testadas em três diferentes pesquisas, além de quatro critérios propostos pela primeira vez nesta pesquisa, todas reunidas em uma planilha eletrônica. Foram realizadas navegações nos arquivos digitais de cada uma das publicações, selecionando para observação todas as matérias publicadas no período designado que contivessem a palavra mulher

no título ou no corpo do texto. Foi feito o download de todo o conteúdo em arquivos individuais em formato PDF, para garantir que o material pudesse ser usado ao longo de toda a investigação, independentemente de mudanças nos portais de notícias visitados. Após a coleta, cada matéria foi detalhadamente examinada para o preenchimento do instrumento.

O primeiro conjunto de variáveis é uma adaptação da tipologia proposta por Megan Knight (2015, p. 59) ao analisar matérias com dados publicadas em jornais britânicos, a fim de observar suportes e formatos do jornalismo de dados enquanto práxis da mídia tradicional (N=106). A autora classificou as matérias coletadas nas categorias grupo de mídia (aqui substituída por veículo), editoria, categoria de uso dos dados e origem dos dados.

A essas categorias foram somadas as de Cushion, Lewis & Callaghan (2016, p. 7), que analisaram uma extensa base de dados de uma pesquisa encomendada pela BBC Trust sobre a relação entre jornalismo e dados na cobertura jornalística do Reino Unido, incluindo aí programas de rádio e televisão, além de mídia online (N=4.285). Daí foram selecionadas as seguintes variáveis: uso de dados, fonte dos dados e problematização dos dados.

A fim de aprimorar a análise foram adotadas mais três categorias, desta vez destacadas do Paradigma JDBD (Barbosa & Torres, 2013, p. 155): inter-relacionamento/hiperlinkagem, visualização e convergência. Considerando aspectos específicos da prática jornalística, achamos por bem incluir três categorias ausentes de toda a bibliografia revisitada durante o desenho desta pesquisa: diversidade de fonte (uma; duas; três ou mais fontes de dados), acesso às fontes de dados numéricos (não cita a fonte dos dados; cita a fontes dos dados; cita a fonte dos dados e oferece link de acesso) e oferta dos dados brutos utilizados. A seguir, será feita a descrição de cada variável analisada, bem como apresentados os operadores de classificação:

Quadro 1 – Categorias de operadores de análise

Categoria	Operadores
Veículo – empresa responsável pela notícia	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Folha de S. Paulo</i> 2. <i>O Globo</i> 3. <i>Estadão</i>
Editoria – enquadramento temático da notícia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brasil 2. Cidade 3. Comportamento 4. Cultura 5. Economia 6. Esporte 7. Infográficos 8. Internacional 9. Mulher 10. Opinião 11. Política 12. Saúde 13. Sociedade
Uso de dados – indicar a presença de qualquer dado numérico e seu grau de aprofundamento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Não há 2. Referência vaga, sem suporte empírico 3. Referência curta, mas clara 4. Referência detalhada, com contexto
Tipo do uso dos dados – quando verificado, classificar o uso de dados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mapa estático 2. Mapa dinâmico 3. Gráfico ou quadro 4. Infográfico 5. Lista 6. Olho/destaque numérico 7. Tabela 8. Análise textual dos dados 9. Linha do tempo 10. Citação dos dados
Diversidade de fontes – quantas fontes de dados foram utilizadas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uma fonte 2. Duas fontes 3. Três fontes 4. Quatro fontes;
Acesso às fontes – checar a possibilidade de acesso à fonte original dos dados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Não cita a fonte dos dados 2. Cita a fontes dos dados 3. Cita a fonte dos dados e oferece link de acesso
Oferta de dados brutos – checar a oferta dos dados brutos utilizados na análise	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sim 2. Não

Fonte dos dados – informar a partir de quem os dados foram inseridos na matéria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jornalista 2. Entrevistado
Origem dos dados – por quem foram produzidos os dados citados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Governo 2. Instituições públicas ou privadas 3. Fonte desconhecida
Problematização dos dados – verificar se o jornalista contrapõe os dados informados com informações contrárias, questionando um ponto de vista	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sim 2. Não
Inter-relacionamento/ hiperlinkagem – informar se há incorporação de páginas web para oferecer contexto e favorecer a análise crítica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Não há links 2. Há links internos (para a base de dados do próprio site) 3. Há links externos (para outras bases de dados)
Visualização – indicar a presença de modo de visualização exclusivamente digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presente 2. Ausente
Convergência – considerando a produção convergente de conteúdo nas redações, registrar se e quantos formatos ou suportes foram utilizados na matéria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Um suporte 2. Dois suportes 3. Três suportes 4. Não ocorreu

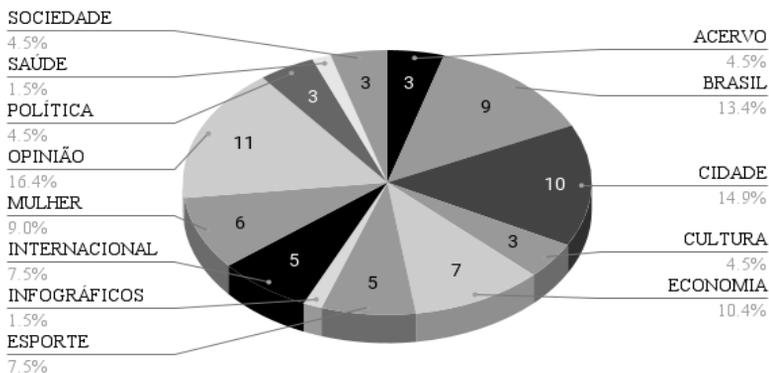
Fonte: Knight (2015), Cushion, Lewis & Callaghan (2016), Barbosa (2007) e a autora.

A etapa seguinte será a apresentação dos resultados coletados e discussão dos dados.

5 Resultados e discussão

Foram encontradas 129 matérias, tratando de temas ligados à mulher entre os dias 7 e 9 de março de 2017, nos sites dos jornais Estadão (38), O Globo (49) e Folha de S. Paulo (42), então submetidas à análise de acordo com os critérios apresentados na seção anterior.

Gráfico 1 – Matérias que fazem alguma referência a dados, por editoria



Fonte: elaboração própria.

Conforme o Gráfico 1, descartadas as matérias que não utilizam dados (62 matérias ou 48,1% do total da amostra), a editoria de Opinião é a que mais usa o recurso, seguida por Cidade e Brasil. Há algumas matérias sobre saúde e violência contra a mulher em diferentes editorias que não apresentam qualquer dado ou estatística. Ao contrário do que poderia dizer o senso comum, a editoria de economia só aparece em quarto lugar. A editoria Folha Mulher, que de acordo com o site do jornal foi criada para ampliar a cobertura sobre as questões de gênero, teve apenas quatro das 42 matérias temáticas do jornal no período.

A segunda categoria de análise tratou sobre o uso de dados numéricos e seu grau de aprofundamento. Conforme o gráfico acima, quase a metade das matérias continha uma informação curta, porém clara, em relação aos dados, como abaixo:

“Menos de 10% do Congresso são formados por mulheres, número muito menor do que em muitos países da América Latina, infinitamente menor do que em países desenvolvidos”. (Costa, 2017, on-line).

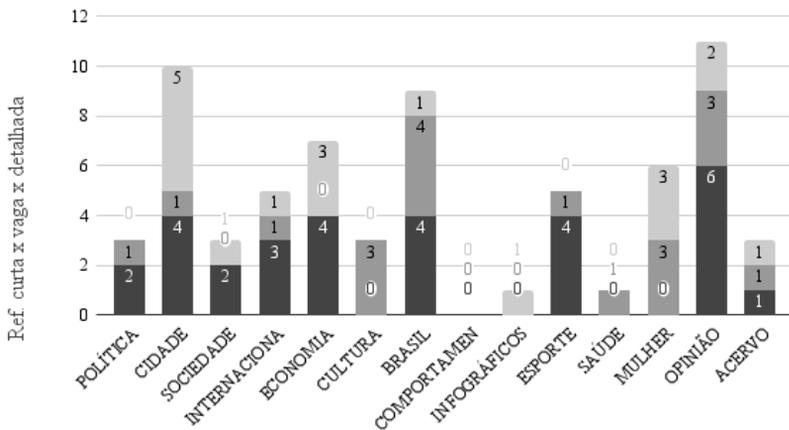
Por outro lado, a menor parte da amostra continha dados explicados detalhadamente, com informações contextuais que favorecessem a compreensão do leitor, como neste caso:

“E, a cada 12 minutos em 2016, uma mulher sofreu agressão física no Rio. Os números, divulgados ontem, Dia Internacional da Mulher, pela Polícia Militar e pela Secretaria estadual de Segurança, respectivamente, dão um quadro da gravidade da violência de gênero no estado”. (Galdo, 2017, on-line).

O achado mais interessante é intermediário entre estas categorias. Considerando técnica jornalística, é estranho pensar que 28,4% das matérias utilizavam referências vagas e sem qualquer referência à fonte ou base de dados para referendar a citação, como aqui:

“A despeito de todas as mulheres estarem potencialmente submetidas à proibição penal do aborto, a criminalização afeta desproporcionalmente mulheres negras e indígenas, pobres, de baixa escolaridade e que vivem distante de centros urbanos”. (Cardoso, 2017, on-line).

Gráfico 2 – Aprofundamento da referência, por editoria



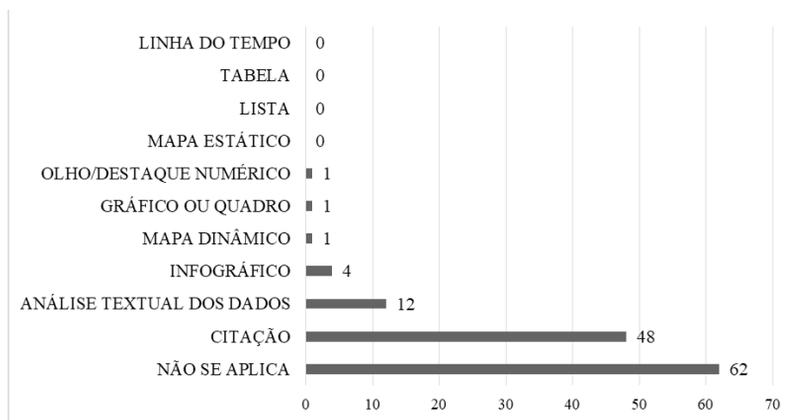
Fonte: elaboração própria.

Quando essa variação de aprofundamento é dividida por editoria, nota-se que a maior parte dos dados sem suporte é utilizado em Brasil e Opinião. Já a maioria das matérias com referência detalhada e contextualizada está na editoria de Cidade, seguida por Economia e Mulher, que dividem a segunda posição. Embora a metodologia utilizada não permita essa avaliação, entendemos ser premente a busca de explicação para este achado, incluindo a disponibilidade de dados sobre certos temas e a rotina produtiva das equipes envolvidas.

Em relação aos tipos de usos de dados, a Gráfico 3 indica que, excluídas as matérias que não os utilizam, mais de 70% das ocorrências são citações simples. Em seguida aparece a análise textual, que foi encontrada em 12 casos. Os recursos visuais foram

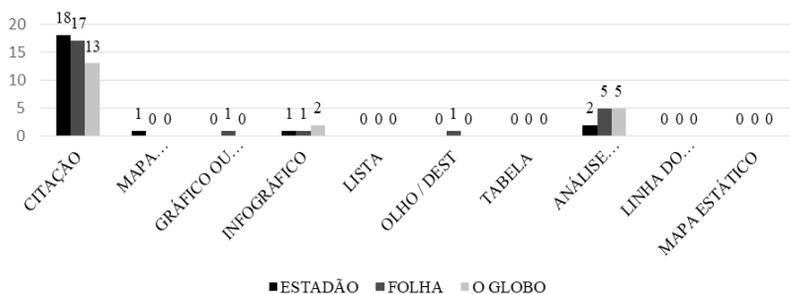
pouco utilizados, com ausência de mapas e linhas do tempo. Mesmo considerando os diferentes veículos, a citação simples segue predominante. É interessante destacar que o Estadão, apesar de ter sido o jornal com mais matérias sobre o tema, foi o que menos utilizou dados.

Gráfico 3 – Tipos de usos de dados



Fonte: elaboração própria.

Gráfico 4 – Tipo de uso dos dados por veículo



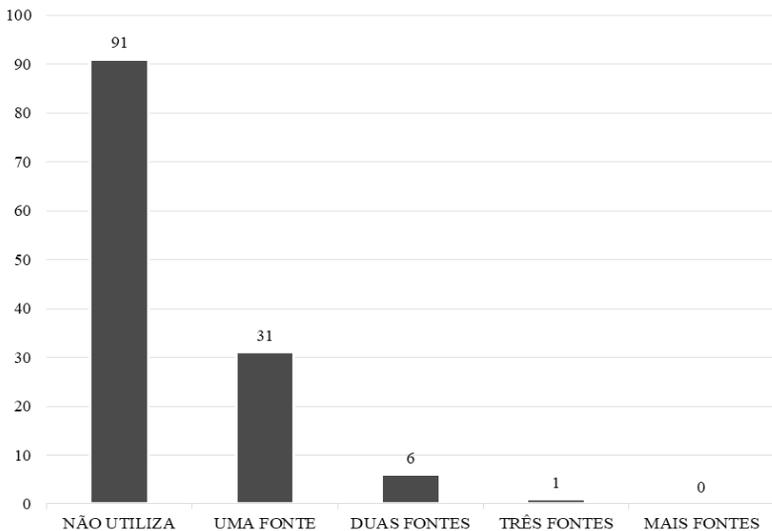
Fonte: elaboração própria.

Considerando que o jornalismo digital, comparado ao suporte impresso, seria menos atingido pela limitação de espaço, bem como o caráter informativo do material aqui analisado, resolvemos analisar a diversidade das fontes de dados utilizadas na construção do texto.

Vale ressaltar que diversidade de fontes aqui se refere a fontes de dados numéricos, não à quantidade de pessoas entrevistadas no processo de reportagem. De acordo com os resultados levantados, a diversidade foi bastante limitada, conforme o Gráfico 5.

Entre as matérias que usam dados, mais de 80% trazem apenas uma fonte, 15% duas fontes e somente uma matéria confrontou três fontes de dados. Um resultado atípico revela que em 24 das 67 matérias da amostra usam referências numéricas (35,8%), os dados foram usados sem a indicação da fonte, contrariando os princípios básicos de apuração e verificação no jornalismo. No total da amostra, apenas uma reportagem da *Folha* sobre violência contra a mulher fornecia um link para o site que era a fonte da informação. Também não foi encontrada nenhuma ocorrência de oferta de dados brutos utilizados na produção da reportagem, como indicam manuais de boas práticas do jornalismo de dados, a exemplo do *The Data Journalism Handbook* (2012).

Gráfico 5 – Diversidade de fontes



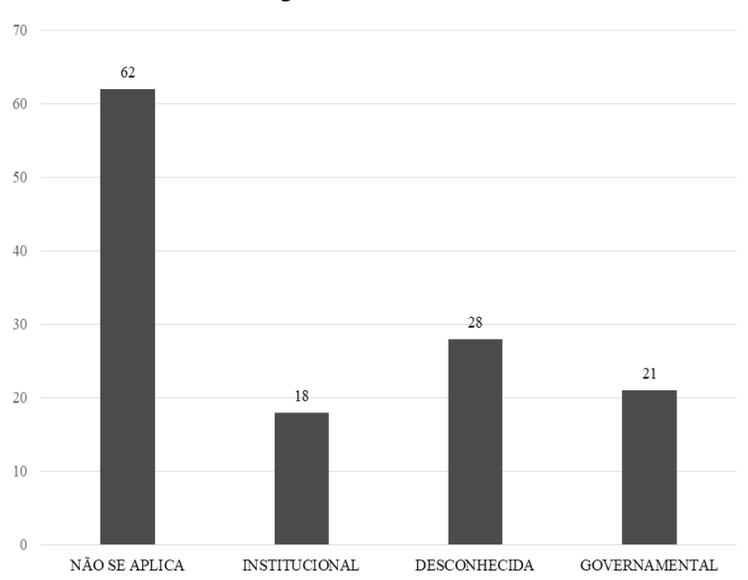
Fonte: elaboração própria.

Em seguida foi analisada a fonte dos dados nas matérias, a fim de registrar se fora o jornalista ou algum entrevistado a lançar mão de dados para conferir validade ao próprio discurso. O número de jornalistas que invocaram dados foi quase duas vezes maior do que o

número de entrevistados que o fizeram. Como já dito, não é possível definir a causa deste resultado a partir da metodologia utilizada, mas sugerimos dois caminhos dedutivos: primeiro, parece que os jornalistas sentem maior necessidade de legitimação dos discursos a partir dos números, visto que a escolha das fontes como tal já pressupõe alguma autorização; em segundo lugar, podemos considerar que os jornalistas acham suficientes as declarações de seus entrevistados, não cobrando deles dados que sustentem suas falas.

Ainda tratando sobre as características dos dados, foi levantada a origem das informações citadas pelos autores dos textos e por suas fontes, que poderiam variar entre fontes governamentais, fontes institucionais (empresas, sindicatos, associações, organizações sem fins lucrativos, etc.) ou fontes desconhecidas (quando um dado era citado sem indicação de quem o produzira ou divulgara), como pode ser visto no Gráfico 6 a seguir. A maior parte dos dados citados em textos publicados pelos três jornais é proveniente de fonte desconhecida, ou seja, predominam afirmações que podem não ter sustentação na realidade, reiterando a pouca atenção dada à checagem durante o processo de apuração. É preciso considerar três ângulos desta ocorrência. No primeiro, os jornalistas citam dados sem revelar suas fontes, o que pode nos fazer perguntar até mesmo se elas existem.

Gráfico 6 – Origem dos dados



Fonte: elaboração própria.

No segundo, os entrevistados citam dados sem referência alguma e não são questionados pelos repórteres, que inclusive publicam tal informação. Isso aconteceu em 65% das vezes em que as fontes utilizaram dados em suas declarações. E por fim, produtos com essa falha de checagem e verificação passaram incólumes por todo o processo produtivo da notícia, passando pelo processo de edição e fechamento, e isso aconteceu muitas vezes.

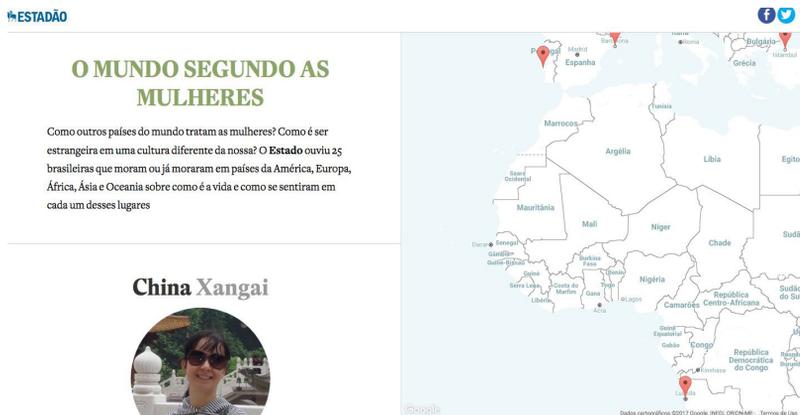
Acerca da categoria problematização de dados, verificou-se que em nenhuma das matérias analisadas houve presença de dados colocados pelo jornalista e pela fonte simultaneamente. Em outras palavras, em nenhuma das 17 vezes em que as fontes lançaram mão de dados em seus discursos, independentemente da origem destes dados, os jornalistas complementaram seus textos com outros dados que confirmassem ou refutassem os pontos de vista apresentados, cumprindo seu papel de questionar posições e oferecer contexto e variedade de perspectivas sobre um tema ou acontecimento.

A categoria de inter-relacionamento/hiperlinkagem foi adotada do modelo de Barbosa (2008) não apenas para verificar o uso da ferramenta disponível, mas considerando o recurso uma possibilidade de oferta de contextualização. Assim, ainda que houvesse limitadores para a produção de texto e material gráfico de contextualização, seria possível conduzir o leitor a outros ambientes de abordagem daquela pauta, o que, de acordo com nossos resultados, não é uma abordagem recorrente. Os links estavam ausentes em 70% das matérias verificadas, 20% contavam com links para outras matérias no próprio veículo, e apenas sete matérias (5%) levavam o leitor a outros sites com mais informações de interesse. Ainda que os três jornais possuam um vasto arquivo digitalizado que poderia ser conectado e ampliar a informação para o leitor através de mecanismos extremamente simples, isso não tem sido uma prática nos sites destes jornais.

Assim como dissemos que o jornalismo online supera, de alguma forma, as limitações espaciais, podemos sugerir que ele oferece mais ferramentas de visualização de dados, em alguns casos exclusivos do meio digital. Inclusive não apenas os programas de computadores que ampliam o leque de recurso dos designers, mas também uma série de ferramentas gratuitas de geração de visualização e de fácil manuseio. Ainda assim, na amostra analisada a importância dada à visualização foi pequena, identificada em seis das 129 matérias coletadas, sendo quatro infográficos, um quadro e uma visualização interativa (mapa dinâmico numa matéria do *Estadão*).

Mesmo se consideradas apenas as 67 matérias que utilizaram dados, a opção pela geração de visualizações foi feita em menos de 10% dos casos. Numa outra correlação, é possível pensar que as visualizações só foram apresentadas em um terço das 18 matérias que ofereciam referência detalhada e com contexto.

Figura 1 – Exemplo de matéria com infografia



Fonte: Estadão (2017). Recuperado de infograficos.estadao.com.br/cidades/o-mundo-segundo-as-mulheres/.

A última categoria apresentada foi a da convergência, que buscou analisar o uso multimídia na apresentação de conteúdos. Nesta categoria, foram encontradas apenas cinco ocorrências do uso de duas mídias na apresentação de uma matéria, incluindo texto e vídeo. Não foram inseridos na análise de matérias onde estava disponível texto e foto ou texto e visualizações estáticas, uma vez que estas alternativas também poderiam ser utilizadas em jornais impressos, e nem por isso seriam consideradas conteúdo multimídia.

6 Considerações finais

Este estudo examina e discute se algumas alegações feitas pelos defensores do jornalismo de dados são verdadeiras, buscando compreender em que nível elas têm sido alvo de apropriação nas redações da mídia tradicional. Este processo é endereçado especialmente aos casos em que a disponibilidade de dados abertos pode contribuir para a cobertura temática (e não episódica) de uma

agenda, neste caso, as mulheres. Ao fim e ao cabo, não há sinais de que o uso dos dados tenha de fato invadido as redações da mídia tradicional brasileira, ou de que os jornalistas estejam de fato lançando mão da massa de dados disponível para qualificar a sua produção jornalística. Entretanto, é importante dizer que todos os veículos analisados utilizaram, em algum momento, o conjunto de práticas que chamamos de jornalismo guiado por dados.

Em vista da existência de uma equipe especializada na área, e apesar de ter produzido menos matérias no período e sobre o tema analisado, o *Estadão* foi, proporcionalmente, o que mais utilizou dados. Além disso, o portal foi o único a propor uma visualização digital mais avançada, um mapa dinâmico. Os outros dois jornais, de um modo geral, utilizaram os dados de modo menos frequente. Em termos de visualizações, o *Estadão* produziu três, enquanto *O Globo* e *Folha* apresentaram, cada um, duas visualizações, apesar de terem publicado uma quantidade significativamente maior de matérias sobre mulheres no período estudado.

Considerando a literatura levantada para o estudo, foi confirmada a expectativa de que a maior parte dos dados utilizados seria proveniente de fontes governamentais, favorecendo assim o discurso de atores sociais que já ocupam posições de poder e têm acesso privilegiado aos canais de produção de notícias. Um achado inesperado, entretanto, foi que o uso de dados de fontes desconhecidas foi maior do que aqueles provenientes de fontes governamentais e institucionais somados, e que essa prática é frequentemente atribuída aos jornalistas mais do que a seus entrevistados. Diferentemente do que tem se verificado em países como a Inglaterra e os Estados Unidos, no Brasil, ainda são minoria as matérias apoiadas em massas de dados divulgados pelos governos ou outras instituições, o que caracterizaria objetivamente a prática de um jornalismo guiado por dados. Esse fato é mais marcante no que se refere à comunicação de temas ligados a saúde e segurança pública, por exemplo. A respeito deles, o jornalismo praticado em países mais bem posicionados no ranking do índice de desenvolvimento humano (IDH) tem se baseado com frequência nesse tipo de fonte, que inclui resultados de pesquisas e conjuntos de dados abertos governamentais.

A ideia defendida pelos entusiastas do jornalismo de dados, de que revelações advindas de pedidos via Lei de Acesso à Informação e vazamentos de informações estatais se tornariam importantes fontes para o trabalho jornalístico, também pareceu não se confirmar,

ao menos no período e tema selecionados para esta pesquisa. Apesar de tantos acontecimentos identificados nos últimos três anos que têm configurado nos meios digitais o fenômeno popularmente conhecido como Primavera das Mulheres, tudo indica que as pautas ligadas a elas continuam sendo cobertas a partir de ocorrências e não enquanto um tema relevante da agenda pública.

Também é importante pensar que, mesmo quando os jornalistas estão interessados nos dados, sua habilidade com eles, cuja necessidade premente foi sugerida por Berners-Lee em 2010, ainda está no campo da idealização. Em outras palavras, mesmo quando utilizam dados, a maioria dos jornalistas ainda o fazem de forma superficial, sem o necessário aprofundamento e contextualização da informação que apresentam.

Entendemos que a metodologia aqui proposta, modificada e testada várias vezes antes da aplicação final para a coleta de dados, se revelou adequada e eficaz para os fins esperados. A investigação possibilitou o debate em torno do alargamento do campo jornalístico possibilitado pelo uso de grandes volumes de dados como alicerces da discussão dos assuntos de interesse público.

Conforme citado anteriormente, optamos pela reunião de variáveis de análise utilizadas em três estudos anteriores, acrescidos, mais tarde, de novos quatro critérios considerados necessários para uma análise detalhada do conteúdo selecionado. Ressaltamos aqui o caráter inovador desta proposta, visto que a combinação dos métodos permite uma nova matriz de investigação que preenche lacunas existentes em cada um deles. Assim, o material coletado foi analisado no que diz respeito a suportes, formatos, origem e fonte dos dados, recursos tecnológicos e de design, além de um olhar mais específico sobre a prática jornalística e seus resultados discursivos, quando tratamos de problematização dos dados apresentados, diversidade de fontes ouvidas e oferta dos dados brutos.

Assim, atendendo às demandas de uma análise crítica do discurso da mídia jornalística tradicional, o instrumento apresentado oferece não apenas chaves para a compreensão do que é dito, mas também, e em alguns momentos mais importante, do não dito. Por exemplo: quando um jornalista ou uma autoridade governamental cita um dado sobre a violência contra a mulher que não tem qualquer referência objetiva – como verificado repetidamente durante a pesquisa – abrem-se portas para a interpretação desse silêncio sobre a fonte da informação que talvez possa nem existir. Por que tal agente

social opta por um discurso vazio de sentido para tratar de um tema tão importante e no qual sua contribuição foi considerada relevante por um jornalista? Mais do que as questões normativas e de forma jornalística, é possível aqui observar aqui algumas características da prática do jornalista profissional e da sua postura individual ante a deontologia do jornalismo.

Levando em conta os resultados descritos e discutidos, entendemos que, apesar de ter sido moldada para a análise de temas femininos publicados no Dia Internacional da Mulher, a metodologia proposta pode ser replicada no exame de outros objetos. Na própria agenda dos direitos da mulher, a metodologia possibilitaria o estudo de outras coberturas jornalísticas, como a situação legal do aborto no Brasil, a violência doméstica contra mulheres, ou as barreiras de gênero no mercado de trabalho. Uma sugestão para a melhora da qualidade dos resultados seria aumento do *corpus* para permitir maior precisão na caracterização das tendências do uso de dados na mídia jornalística.

Os achados desta pesquisa indicam que a conexão entre o uso de dados e a cobertura de pautas ligadas não só à mulher, mas ao desenvolvimento democrático e de modo amplo, é, sim, um caminho de pesquisa promissor. No contexto deste artigo, contudo, ficou demonstrado que o uso de dados nas redações tradicionais não tem recebido maior atenção do que qualquer outra técnica jornalística rotineira.

NOTAS

- 1 Mayer-Schönberger & Cukier (2013) relatam que a explosão na quantidade de dados começou em ciências como a astronomia e a genética nos anos 2000, quando foi cunhado o termo. De acordo com eles, o conceito inicial de big data estava relacionado à incapacidade técnica de lidar com uma quantidade tão grande de informações. O significado se expandiu e hoje os autores utilizam o termo para se referirem a coisas feitas em larga escala que não poderiam ser concretizadas numa escala menor, como extrair insights ou criar formas de valor, de maneira que alteram mercados, organizações, e o relacionamento entre cidadãos e governos etc. (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013, p. 6).
- 2 Físico britânico, criador da World Wide Web (WWW ou Internet), fundador da World Wide Consortium (W3C), o fórum de desenvolvimento técnico da Web, e cofundador do Open Data Institute, em

- Londres, que trabalha com o objetivo de manter a privacidade, liberdade e abertura da rede.
- 3 De acordo com o Relatório de Posição e Participação no mercado editorial em março de 2017 fornecido pelo Instituto de Verificação de Circulação (IVC), entidade sem fins lucrativos que realiza auditoria multiplataforma de mídia e fornece ao mercado dados isentos e detalhados sobre comunicação, incluindo tráfego web, tanto de desktops quanto de smartphones, tablets e aplicativos, bem como circulação, eventos, e inventário e campanhas de mídia out of home.
 - 4 No original: “When information was scarce, most of our efforts were devoted to hunting and gathering. Now that information is abundant, processing is more important” (tradução da autora).
 - 5 Fundada pelo jornalista australiano Julian Assange em 2006, a WikiLeaks se autodenomina uma organização multinacional de mídia e biblioteca coletiva e foi. A entidade é especializada na análise e publicação de grandes conjuntos de dados oficiais censurados ou restritos a respeito de guerras, espionagem e corrupção, já tendo publicado mais de 10 milhões de documentos e análises associadas com autenticidade verificada.
 - 6 Relatório de Posição e Participação no mercado editorial em março de 2017 fornecido pelo Instituto de Verificação de Circulação (IVC).

REFERÊNCIAS

Alexandre, I. A. R. (2014). *Jornalismo de Dados: o estado da arte nos jornais generalistas diários em Portugal* (Dissertação de mestrado). Recuperado do Repositório Universidade Nova (hdl.handle.net/10362/13615).

Arthur, C. (2010) Analysing data is the future for journalists, says Tim Berners-Lee. Recuperado de www.theguardian.com/media/2010/nov/22/data-analysis-tim-berners-lee.

Barbosa, S. (2007). *Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD). Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos* (Tese de Doutorado). Recuperado do Repositório Institucional UFBA (repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/11299).

Barbosa, S. (2008). Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) em interação com a convergência jornalística. *Textual & Visual Media*, 1, pp. 87–106.

Barbosa, S., & Torres, V. (2013). O paradigma “Jornalismo Digital em Base de Dados”: modos de narrar, formatos e visualizações para conteúdos. *Galáxia*, 25, pp. 152–164. <http://dx.doi.org/10.1590/S1982-25532013000200013>.

Berners-Lee, T. (2010, mai. 26). *Open, Linked Data for a Global Community* [Arquivo de Vídeo]. Recuperado de www.youtube.com/watch?v=gala5XCFe0.

Bertocchi, D. (2013) *Dos dados aos formatos – Um modelo teórico para o design do sistema narrativo no jornalismo digital*. (Tese de Doutorado). Recuperado de Biblioteca Digital USP. doi: 10.11606/T.27.2014.tde-21092015-122011

Bradshaw, P. & Rohumaa, L. (2011). *The Online Journalism Handbook. Skills to survive in the digital age*. Harlow, England: Pearson.

Bradshaw, P. (2014). *O que é Jornalismo de Dados? Manual de Jornalismo de Dados*. Recuperado de datajournalismhandbook.org/pt/introducao_0.html.

Bragatto, R. C. (2011). Democracia e internet: apontamentos para a sistematização dos estudos da área. *Compólitica*, 2(1), pp. 132-163. <https://doi.org/10.21878/compolitica.2011.1.2> <https://doi.org/10.21878/compolitica.2011.1.2.14>

Brasil (2012, abr. 12). *Instrução Normativa n. 4, de 12 de abril de 2012*: Institui a Infraestrutura Nacional de Dados Abertos – INDA. Brasília. Recuperado de dados.gov.br/pagina/instrucao-normativa-da-inda.

Brasil (2000, maio 4). *Lei n. 101, de 04 de maio de 2000*: Estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências. Brasília. Recuperado de www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp101.htm.

Brasil (2009, maio 27). *Lei n. 131, de 27 de maio de 2009*: Acrescenta dispositivos à Lei Complementar no 101, de 4 de maio de 2000, que estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências, a fim de determinar a disponibilização, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Brasília. Recuperado de www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/LCP/Lcp131.htm

Brasil (2011, nov. 18). *Lei n. 12.527, de 18 de novembro de 2011*: Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera

a Lei no 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei no 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Brasília. Recuperado de www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm.

Cardoso, D. (2017, mar. 7). PSOL entra com ação no STF para descriminalizar aborto até 12^a semana. *Estadão*. Recuperado de saude.estadao.com.br/noticias/geral,psol-entra-com-acao-no-stf-para-descriminalizar-o-aborto-ate-12-semana-de-gestacao,70001690371

Castells, M. (1999). A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Charbonneaux, J.; Gkouskou-Giannakou, P. (2015). O Jornalismo de “Dados”, uma Prática de Investigação? Um olhar sobre os casos alemão e grego. *Brazilian Journalism Research*, 11(2), pp. 266–291. <https://doi.org/10.25200/BJR.v11n2.2015.592>

Coddington, M. (2014). Clarifying Journalism’s Quantitative Turn: A Typology for Evaluating Data Journalism, Computational Journalism, and Computer-assisted Reporting. *Digital Journalism*, 3(3), pp. 331–348. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976400>

Costa, M. T. (2017, mar. 8). ‘Mulheres têm menos voz, participação, e não têm poder de decisão’. *O Globo*. Recuperado de oglobo.globo.com/economia/mulheres-tem-menos-voz-participacao-nao-tem-poder-de-decisao-diz-miriam-muller-21028867

Cox, M. (2000). The Development of Computer-Assisted Reporting. Newspaper Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, *Southeast Colloquium*, v. 2030, n. 305, p. 22. Recuperado de citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.631.6220

Crucianelli, S. (Org.). (2013). *Ferramentas Digitais para Jornalistas 2.0*. Recuperado de knightcenter.utexas.edu/books/FerramentasDigitaisparaJornalistas.pdf.

Cushion, S, Lewis, J. & Callaghan, R. (2016) Data Journalism, Impartiality and Statistical Claims. *Journalism Practice*, 11(10), pp. 1198-1215. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1256789>

Diakopoulos, N. (2011) *A Functional Roadmap for Innovation in Computational Journalism*. Recuperado de www.nickdiakopoulos.com/2011/04/22/a-functional-roadmap-for-innovation-in-computational-journalism/

Flew, T., Spurgeon, C., Daniel, A. & Swift, A. (2012) The Promise of Computational Journalism. *Journalism Practice*, 6 (2), pp. 157–171. <https://doi.org/10.1080/17512786.2011.616655>

Galdo, R. (2017, mar. 6). Crimes contra mulheres no topo de queixas

à PM. *O Globo*. Recuperado de oglobo.globo.com/rio/crimes-contramulheres-no-topo-de-queixas-pm-21034906

Gray, J., Bounegru, L. & Chambers, L. (Orgs.). (2012) *The Data Journalism Handbook – How Journalists Can Use Data to Improve the News*. Recuperado de datajournalismhandbook.org/pt/index.html.

Grandin, F. R. (2014) Criação de valor a partir do Jornalismo Guiado por Dados. In *11th World Media Economics and Management Conference*. pp. 1–30. Rio de Janeiro: UFRJ. Recuperado de www.academia.edu/7240997/Criação_de_valor_a_partir_do_Jornalismo_Guiado_por_Dados

Hamilton, J. & Turner, F. (2009) *Accountability through Algorithm: Developing the Field of Computational Journalism*, Stanford, CA, Center For Advanced Study in the Behavioral Sciences Summer Workshop, Universidade de Stanford. Recuperado de web.stanford.edu/~fturner/Hamilton%20Turner%20Acc%20by%20Alg%20Final.pdf

Hellerstein, J. (2008) *The Commoditization of Massive Data Analysis*. Recuperado de radar.oreilly.com/2008/11/the-commoditization-of-massive.html.

Hewett, J. (2015) Learning to teach data journalism: Innovation, influence and constraints. *Journalism*, 17 (1), pp. 119-137. <https://doi.org/10.1177/1464884915612681>

Kitchin, R. (2014). *The Data Revolution – Big Data, Open Data, Data Infrastructures & Their Consequences* (R. Rojek) London: SAGE Publication Ltd.

Knight, M. (2015). Data journalism in the UK: a preliminary analysis of form and content. *Journal of Media Practice*, 16 (1), pp. 55–72. <https://doi.org/10.1080/14682753.2015.1015801>

Lima Júnior, W. T. (2012) Big Data, Jornalismo Computacional e Data Journalism: estrutura, pensamento e prática profissional na Web de dados. *Estudos em Comunicação*, 12, pp. 207–222. Recuperado de www.ec.ubi.pt/ec/12/pdf/EC12-2012Dez-11.pdf

Machado, E. (2005) A Base de Dados como formato no Jornalismo Digital. *Actas do VII Lusocom*. Covilhã: Universidade Beira Interior, pp. 301–310. Recuperado de www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-base-dados-formato-jornalismo-digital.pdf

Mancini, L. & Vasconcellos, F. (2016). Jornalismo de Dados: conceito e categorias. *Fronteiras – estudos midiáticos*, 18(1), pp. 69–82. Recuperado de revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2016.181.07

Marques, F. P. J. A. (2008) *Participação política e internet: meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo do caso do estado brasileiro*. (Tese

de Doutorado). Recuperado do Repositório UFBA (<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/11303>)

Mayer-Schönberger, V. & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. New York: Houghton Mifflin.

Meyer, P. (1973) *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods*. Bloomington: Indiana University Press.

Meyer, P. (1991) *The new precision journalism*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press.

Parasie, S. & Dagiral, E. (2013) Data-driven journalism and the public good: "Computer-assisted-reporters" and "programmer-journalists" in Chicago. *New media & Society*, 15(6), pp. 853–871. <https://doi.org/10.1177/1461444812463345>

Pinho, J. A. G. de. (2008). Investigando portais de governo eletrônico de estados no Brasil: muita tecnologia, pouca democracia. *Revista de Administração Pública*, 42(3), pp. 471–493. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122008000300003>.

Prado, O., Ribeiro, M. & Diniz, E. (2012) Governo eletrônico e transparência: olhar crítico sobre os portais do governo federal brasileiro. In J. A. G. Pinho (Org.), *Estado, sociedade e interações digitais: expectativas democráticas*. (pp. 13 – 39) Salvador: Edufba.

Renó, L., & Renó, D. (2016). Jornalismo de dados e tecnologia: algoritmo na produção da notícia transmídia | Data Journalism and Technology: Algorithm in the Production of Transmedia News. *Razón Y Palabra*, 20 (1-92), pp. 1186-1203. Recuperado de www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/295

Rogers, S. (2008) "Turning Official Figures into Understandable Graphics, at the Press of a Button." *Guardian Insider Blog*. Recuperado de www.Gguardian.co.uk/help/insideGuardian/2008/dec/18/unemploymentdata.

Rogers, S. (2014) Data journalism is the new punk. *British Journalism Review*, 25(2), pp. 31–34. <https://doi.org/10.1177/0956474814538181>

Rogers, S., Gallagher, A. (2013, April 4) *What is data journalism at the Guardian?* [Arquivo de Vídeo] Recuperado de www.theguardian.com/news/datablog/video/2013/apr/04/what-is-data-journalism-video.

Rothberg, D. (2008). Por uma agenda de pesquisa em democracia eletrônica. *Opinião Pública*, 14(1), pp. 149–172. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-62762008000100006>.

Silva, J. A. B. e (2009) Transformações no processo de produção da

notícia. *Bibliocom*, 2(1), pp. 38–41. Recuperado de portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/bibliocom/article/download/1524/1502

Sponholz, L. (2009). *Jornalismo, Conhecimento e Objetividade: Além do Espelho e das Construções*. Florianópolis: Insular.

Stray, J. (2011) *A Computational Journalism Reading List*. Recuperado de jonathanstray.com/a-computational-journalism-reading-list

Träsel, M. (2014). *Entrevistando planilhas: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil* (Tese de Doutorado) Recuperado do Repositório Institucional PUCRS (repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/6841)

White House. (2009). *Open Government Directive*. Recuperado de www.digitalgov.gov/open-government-directive/

Zuiderwijk, A., Janssen, M. & Dwivedi, Y. K. (2015) Acceptance and use predictors of open data technologies: Drawing upon the unified theory of acceptance and use of technology. *Government Information Quarterly*. 32(4), pp. 429-440. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.09.005>

ANA CAROLINA ARAÚJO. Professora substituta do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia e estudante de doutorado do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea. Pesquisa nas áreas de Transparência Pública, Dados Abertos e Jornalismo Identitários. E-mail: contatoacaraujo@gmail.com

RECEBIDO EM: 01/11/2017 | ACEITO EM: 16/06/2018

ARTIGO

“#PRIMEIROASSÉDIO” NA MÍDIA E NA PERCEPÇÃO DE LEITORAS NO FACEBOOK

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

CRISTIANE GUILHERME BONFIM

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza – CE, Brasil

ORCID: 0000-0002-6887-7090

MÁRCIA VIDAL NUNES

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza – CE, Brasil

ORCID: 0000-0003-3318-4937

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1073

RESUMO – Este artigo tem como objetivo refletir sobre o impacto da campanha #PrimeiroAssédio, criada pela ONG Think Olga, em 2015, na percepção de leitoras no Facebook sobre o tema assédio, sob a perspectiva dos Estudos Culturais. A hashtag incentivou compartilhamento de conteúdo e agendou veículos de mídia sobre assédio, pauta que é bandeira de movimentos feministas. O conceito de mediações de Martín-Barbero (1997) é usado para investigar o contexto de postagens no Facebook e entrevistas com mulheres que comentaram em posts da campanha. No cenário de geração de conteúdo em profusão e da participação de muitos falando para muitos, a atuação política nas redes sociais, o chamado ativismo digital, identifica-se alguma relativização, sem expectativa de mudança radical. As respostas das entrevistadas sinalizam que campanhas como essa têm relevância ao alcançarem repercussão fora das redes, mas indicam que a mudança gerada no combate ao assédio foi o diálogo mais frequente sobre o tema com o círculo de pessoas mais próximo.

Palavras-chave: Assédio. Feminismo. Ciberativismo. Jornalismo. Redes Sociais.

“#PRIMEIROASSÉDIO” IN THE MEDIA AND THROUGH PERCEPTION OF WOMEN READERS ON FACEBOOK

ABSTRACT – This article aims to reflect on the impact of the campaign “#PrimeiroAssédio” (First Harassment), created by the NGO Think Olga in 2015, through the perception of Facebook women readers on the subject of harassment. The hashtag encouraged the content sharing and scheduled media vehicles against and about this practice, a banner of feminist movements. We conducted ethnographic analysis of Facebook posts and

interviews with women who commented on campaign posts. In the scenario of content generation in profusion and the participation of many speaking for many, the political action in social networks, the so-called digital activism, identifies some relativization, without expectation of radical change. Interviewees' responses indicate that campaigns such as these are relevant when reaching out-of-network repercussions, but they indicate that the change generated in combating harassment has been the most frequent dialogue on the issue with the closest circle of people.

Key words: Harassment. Feminism. Cyberactivism. Journalism. Social networks.

“#PRIMEIROASSÉDIO” EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN LA PERCEPCIÓN DE LECTORAS EN FACEBOOK

RESUMEN – Este estudio objetiva hacer una reflexión acerca del impacto de la campaña “#PrimeiroAssédio” (Primer Acoso), creada por la ONG Think Olga el año 2015, en la percepción de lectoras en Facebook sobre el tema acoso. La etiqueta motivó el compartido de contenido y agenda setting en los vehículos de comunicación en contra y en lo que respecta al acoso de esta práctica, una pauta que es bandera de los movimientos feministas. Hemos hecho análisis etnográfico de publicaciones en Facebook y entrevistas a mujeres que comentaron en publicaciones de la campaña. En el escenario de generación de contenido en profusión y de la participación de muchos hablando para muchos, la actuación política en las redes sociales, conocida por activismo virtual, se identifica alguna relativización, sin perspectiva de cambio radical. Las respuestas a las entrevistas señalan que campañas como esa tienen relevancia porque alcanzan repercusión más allá de las redes, pero indican que el cambio generado en el combate al acoso fue el diálogo más frecuente sobre el tema con el círculo de personas más cercanas.

Palabras clave: Acoso. Feminismo. Ciberactivismo. Periodismo. Redes Sociales.

1 Introdução

Em meio ao aprofundamento da crise de representatividade dos partidos políticos, as lutas de minorias ganharam terreno no Brasil. A partir de outubro de 2015, surgiram várias campanhas na internet baseadas em causas que dizem respeito às mulheres. O surgimento de *hashtags*, com bandeiras feministas que ganharam visibilidade nas redes sociais desde então – como #PrimeiroAssédio, #meuamigosecreto, #meucorponãoé público e #eutambém – abordou o debate sobre assuntos historicamente marginalizados e geralmente tratados de forma estigmatizada por veículos da mídia tradicional.

A *hashtag* #PrimeiroAssédio surgiu após episódio no qual uma das participantes do programa Masterchef Infantil, uma menina de 12 anos chamada Valentina Schulz, foi alvo de comentários de

cunho pedófilo nas redes sociais. O objetivo da ONG Think Olga, responsável pela iniciativa, a princípio, era chamar a atenção da sociedade contra o discurso machista. Por causa da campanha, em um período de quatro dias, cerca de 80 mil pessoas divulgaram em seus perfis na rede social *Twitter* episódios de assédio pelos quais passaram, segundo o site da ONG.

A *hashtag*, utilizada para categorizar os conteúdos publicados, se estendeu ao Facebook, que contava com cerca de dois bilhões de usuários ativos em junho de 2017. Os sistemas de *tagueamento* são ferramentas que estimulam as conversações como afirma Leão (2007, p. 71 *apud* Prado, 2011, p. 184):

De 2005 para cá, os sistemas de utilização de tags (etiquetas ou palavras-chave) têm se tornado altamente populares. O *tagueamento* permite que os usuários adicionem palavras-chave para recursos da *www*, tais como websites, páginas, imagens, músicas etc. A vantagem das tags é que são personalizáveis, isto é, não precisam ser palavras institucionalizadas ou rótulos controlados ou predefinidos [...] Assim, os sistemas de *tagueamento* são ferramentas com alto poder que estimulam conversações em comunidades ou grupos com interesses semelhantes, sendo simultaneamente flexíveis e adaptáveis aos fluxos dos discursos. (Prado, 2011, p. 184).

A proposta deste artigo é lançar luz sobre o impacto e as consequências dessa campanha, criada pela Think Olga em 2015, na percepção de leitoras do Facebook sobre o tema, a ponto de fazê-las contar a própria história de assédio e de agendar veículos de mídia sobre o assunto.

Ferreira e Vizer (2007, p. 207) consideram que “a internet torna-se o palco para a publicização das informações de vários movimentos sociais, ONGs etc. É no ciberespaço que muitas organizações da sociedade civil tematizam suas questões por não terem acesso habitual ao espaço midiático hegemônico”.

Como resultado do que houve nas redes sociais, a iniciativa do coletivo repercutiu em vários veículos da mídia tradicional nas semanas seguintes à criação da *hashtag* (revistas semanais *Época* e *Istoé*, jornais *Folha de São Paulo*, *Estado de S. Paulo* e *O Povo*). Para Lemos (2003), o *ciberativismo* se caracteriza por práticas sociais associativas de utilização da internet por movimentos politicamente motivados.

Em abril de 2017, matéria de capa da revista “*Veja*” voltou a abordar o tema assédio ao tratar de denúncia da figurinista Susllem Tonani contra o ator da Rede Globo, José Mayer. Em um trecho, a reportagem diz que “a campanha ‘#PrimeiroAssédio’, de

2015, é vista como um marco do engajamento de mulheres contra abusos masculinos”.

As reportagens podem indicar que a expressividade alcançada pela campanha, nas redes sociais, acabou agendando a mídia tradicional. A iniciativa, ao mesmo tempo individual e coletiva, dessas mulheres que contaram episódios de assédio que sofreram incentivou veículos de comunicação a se voltarem ao tema.

Para além disso, interessa saber como o discurso feminista da Think Olga foi trazido à tona no Facebook e se a atuação desse coletivo no debate e na promoção de causas intrinsecamente relacionadas às mulheres mobilizou estas a se pronunciarem, relatando casos de assédio que sofreram.

Foram coletados dados de 10 postagens feitas pela ONG no Facebook entre outubro e dezembro de 2015, as quais tiveram conteúdo analisado nesta pesquisa. Além disso, entrevistas semi-estruturadas com seguidoras da *fanpage* da Think Olga foram realizadas para acompanhar mais detidamente se as postagens sobre assédio relacionadas à campanha geraram alguma ação e mudança de comportamento de leitores.

O objetivo era saber se o conteúdo divulgado fez com que o tema assédio se tornasse mais presente no cotidiano dessas mulheres. A análise foi feita com base nos dados colhidos na *fanpage* da Think Olga no Facebook e em entrevistas semi-estruturadas, sob uma abordagem da Teoria das Mediações. (Martín-Barbero, 1997). Para o autor:

Na redefinição da cultura é fundamental a compreensão de sua natureza comunicativa. Isto é, seu caráter de processo produtor de significações e não de mera circulação de informações, no qual o receptor, portanto, não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor. O desafio apresentado pela indústria cultural aparece com toda sua densidade no cruzamento dessas duas linhas de renovação que inscrevem a questão cultural no interior do político e a comunicação, na Cultura. (Martín-Barbero, 1997, p. 287).

O conceito de mediações como lugares entre a produção e a recepção, como construção de sentidos que levam em conta o contexto cultural, interessa a esta pesquisa. Para Martín-Barbero (2006), o “que os movimentos sociais e minorias – as etnias e as raças, as mulheres, os jovens ou os homossexuais – demandam não é tanto ser representados, mas, sim, reconhecidos; fazerem-se visíveis socialmente em sua diferença” (Martín-Barbero, 2006, p.161).

A campanha #PrimeiroAssedio obteve visibilidade nas redes sociais e nos meios de comunicação e deu destaque temporário ao tema assédio, especialmente no mês seguinte à criação da *hashtag*.

Martino (2009) considera que as mediações são os conhecimentos e as práticas sociais das pessoas. “São estruturas simbólicas dinâmicas a partir das quais é atribuído o sentido de uma mensagem em um determinado momento no espaço e no tempo” (Martino, 2009, p 180).

Desde 2015, houve crescimento do interesse sobre temas relacionados a gênero no Brasil. Segundo a multinacional de serviços online Google, o volume de buscas pelo termo feminismo cresceu mais de 200% nos últimos dois anos no Brasil. A informação consta em dossiê divulgado em outubro de 2017 pelo Google BrandLab².

Thompson (1998, p. 46) considera que estamos ativamente nos modificando por meio de mensagens e de conteúdo significativo oferecidos pelos produtos da mídia. Em que medida essas discussões sobre assédio, ainda pouco pautadas ou mesmo negligenciadas por veículos de mídia, ganham visibilidade e profundidade por meio de campanhas como a “#PrimeiroAssédio” é um ponto a ser avaliado ao longo deste artigo.

2 Feminismos e a nova esfera pública

A Think Olga identifica-se como “ONG feminista que luta pelo empoderamento feminino por meio de informação”. Criada em 2013 em São Paulo, apresenta como missão “empoderar mulheres por meio da informação e retratar as ações delas em locais onde a voz dominante não acredita existir nenhuma mulher”. No Facebook, tinha 174.464 seguidores em 31 de outubro de 2017.

A *hashtag* “#PrimeiroAssédio” teve mais de 11 milhões de buscas no Google e foi destaque no ranking de Pesquisas do Ano de 2015 no Google Trends³, ferramenta que mostra os mais populares termos buscados em um passado recente.

No site da Think Olga, um trecho de análise da campanha diz: “Informação é empoderamento”, parabenizando mulheres que, “com muita coragem”, compartilharam histórias e incentivaram outras a fazer o mesmo. Apesar das tentativas de contato para obter mais dados, o coletivo informou, em junho de 2017, que, por ser “uma ONG em crescimento, com uma equipe pequena”, adotou

a política de não atender a pedidos acadêmicos. Em virtude desse posicionamento, este artigo não traz considerações do coletivo.

A ONG desenvolve iniciativas para influenciar a cobertura jornalística. Criou um banco de fontes femininas (“Entreviste uma mulher”) e um “Minimanual de Jornalismo Humanizado”, com orientações contra o discurso sexista.

Segundo a Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência Contra a Mulher, adotada pela Organização dos Estados Americanos (OEA) em 1994, a violência contra a mulher é qualquer ação ou conduta que cause morte, dano ou sofrimento físico, sexual ou psicológico, seja no âmbito privado (ou na relação de parentesco) seja no âmbito público (no trabalho, na escola etc.).⁴

Maria João Silveirinha considera que, no contexto acerca das identidades e em particular da ação dos novos movimentos sociais, o campo do comunicacional emerge como um espaço de luta político, considerado decisivo: “Às feministas competirá repolitizar o que os meios despolitizam. A questão torna-se, então, saber até que ponto as políticas de identidade são, na actual forma, minadas pela natureza aparentemente a-política da esfera pública mediatizada”. (2001, p. 10).

A campanha “#PrimeiroAssédio” traz à tona o combate à violência, uma das bandeiras do movimento feminista, que alcança grande diversidade de perspectivas nas dimensões teórica e política. A abordagem das correntes que se encontram subdivididas – fundamentalmente, feminismo radical, social e liberal –, ou seja, dos vários feminismos, não será detalhada neste artigo.

Cisne (2014) destaca a necessidade de diferenciação entre movimento de mulheres e movimento feminista, que “em termos mais teóricos e históricos, reside no conteúdo de suas reivindicações”. Enquanto o primeiro está mais ligado às demandas sociais, como melhoria das condições de vida e de trabalho, o segundo pauta também temas mais polêmicos, como sexualidade, aborto, violência, autonomia e direitos civis e políticos. “Contudo, no Brasil, a trajetória histórica do feminismo e dos movimentos de mulheres se confundiu significativamente” (p. 129).

O feminismo como movimento político e intelectual surgiu na virada do século XVIII para o século XIX (Miguel & Biroli, 2014, p. 20). A luta organizada das mulheres ganhou terreno, levantando bandeiras contra a dominação masculina e pela conquista de direitos há pouco mais de 200 anos.

Malcher (2016, p. 45) destaca que só após os anos 1970 houve a multiplicação das possibilidades de feminismo e a complexificação de questões excluídas do debate clássico do movimento feminista. Nesse contexto pós-modernista, ganharam espaço palavras como “empoderamento”, “representatividade” e “direitos”. Interessa a esta pesquisa abordar como tais questões são trabalhadas no conteúdo das postagens da Think Olga.

Na perspectiva de busca por mais representatividade, movimentos das mulheres e diversos grupos feministas se lançaram na disputa política na internet a partir dos anos 1990 (Natansohn, 2013, p. 23).

Passadas duas décadas, o movimento das mulheres e as feministas só agora parecem estar prestando atenção ao tema. Não é apenas um problema de competências tecnológicas o que está em jogo numa política feminista para as TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação), mas, sim, de entender o alcance político e social da cultura digital e do entorno tecnológico como forma de vida contemporânea, como o ambiente onde se desenvolve a nossa vida e nossas lutas. (Natansohn, 2013, p. 24).

Foi esse contexto da internet que possibilitou o surgimento e crescimento de coletivos que trabalham as questões de gênero, como o Instituto Patrícia Galvão e Articulação Mulher e Mídia, começando a gerar um trabalho mais articulado de atuação representativa, com dados e com discurso organizados sobre as mulheres no Brasil.

3 O tema assédio sexual no Facebook

O surgimento de coletivos que se declaram feministas e que utilizam a internet para difundir o debate de questões como aborto, assédio sexual, representatividade na política e no mundo do trabalho vem trazendo à tona posicionamentos pessoais que provavelmente algumas mulheres não se sentiriam à vontade para declarar de forma presencial.

Interessa ao prosseguimento desta pesquisa avaliar, posteriormente, como esta atuação individual gera empatia de forma coletiva e produz reflexão, falas e atitudes de enfrentamento a práticas machistas ou sexistas.

Para Neves (2017, p. 4), “o movimento específico da *hashtag* ‘#PrimeiroAssédio’ insere-se na luta específica de uma identidade coletiva das mulheres, que questiona uma prática desrespeitosa, o assédio, como naturalizada pela sociedade”.

Na “#PrimeiroAssédio”, a própria interação entre as mulheres que relatam terem vivido um episódio de assédio ou que comentam e compartilham outros relatos semelhantes foi fator motivador para que a campanha ganhasse repercussão midiática. Isabel Babo (2017) ressalta que o uso dos dispositivos eletrônicos de uso pessoal individualizou a comunicação na rede ao mesmo tempo em que conectou todos a todos:

No caso da internet, temos uma mídia que permite trocas interpessoais (no prolongamento do correio e do telefone) e, simultaneamente, a comunicação de massa (também se poderia dizer no prolongamento do rádio e da televisão), engendrando o que pode ser designado de “comunicação interpessoal de massa” (Baym, apud Mercklé 2011, p. 11). Essa comunicação se realiza por meio de dispositivos individuais (smartphones, tablets, notebooks, smartwatches etc.) e mídias individualizadas, como a internet (Facebook, Twitter, Instagram etc.), mas de acordo com uma lógica de troca de mensagens e informações de “todos para todos”, existindo simultaneamente individualização e participação social, autonomia e dependência do todo. (Babo, 2017, p. 83).

Num primeiro momento, foram realizadas para esta pesquisa entrevistas por e-mail com mulheres, com idades de 23 a 64 anos, que comentaram em cinco dos dez posts pré-selecionados para pesquisa sobre a campanha “#PrimeiroAssédio”. Para delimitar o *corpus* da pesquisa, analisamos cinco posts e comentários da Think Olga e de leitoras no Facebook de outubro de 2015, mês em que a campanha começou. A escolha desta rede social se deu por não haver limitação de caracteres nos textos e pela possibilidade de se analisar a interação com seguidores.

Das 20 pessoas para as quais foi enviado questionário, apenas oito responderam sob a condição de anonimato. Os critérios para envio foi terem feito algum comentário nessas postagens da Think Olga sobre a *hashtag* e serem seguidoras da *fanpage*. O intuito era saber que implicações a campanha teve para o cotidiano dessas leitoras, se a *hashtag* as estimulou a falar a respeito do tema, compartilhar conteúdo sobre assédio e a interagir nas postagens sobre assédio. O contato se deu por meio de mensagens privadas no Facebook.

Apesar da amostra pequena, a hipótese de que a campanha fez com que o tema assédio fosse mais discutido entre as seguidoras da Think Olga no Facebook revelou-se pertinente. Das 20 pessoas contactadas, todas eram mulheres. Oito não deram resposta e

quatro deram retorno dizendo que não tinham disponibilidade. Das oito que responderam ao questionário enviado, seis declararam ter compartilhado no próprio perfil ou em comentários nas postagens da ONG, no Facebook, casos de assédio que viveram.

R. S., 32 anos, do Rio Grande do Sul, foi uma das entrevistadas que interagiu em posts da Think Olga comemorando a repercussão da “#PrimeiroAssédio”. Ela disse ter compartilhado, no próprio perfil do Facebook, dois episódios de assédio pelos quais passou na infância e comentou repercussões que a *hashtag* gerou em relação ao próprio comportamento:

Em primeiro lugar, ela [a campanha “#PrimeiroAssédio”] me fez lembrar dos meus primeiros, um com 6 ou 7 anos, outro com uns 11 ou 12. Talvez eu tenha ficado mais alerta quanto ao comportamento masculino em relação a esse “poder” essa “intimidação” que eles tentam nos aplicar. E perceber mais ainda o quanto é importante cuidar das nossas crianças. Tentei problematizar o assunto com mães que conheço, para que fiquem alertas tbm [sic.], e nunca ignorem nada que o [sic] filhos falarem. Pois aquele senhor que quase me beijou quando era criança, foi visto como um senhor “carinhoso” (ele era pai de um funcionário do meu pai e estávamos em um churrasco) meu pai até comentou com a minha mãe que aquele senhor não [sic.] desgrudava de mim, minha mãe disse; “pq vc [sic] (eu) não saiu de perto se ele tava te enchendo?”.

Uma outra mulher pesquisada, C. M., 38 anos, de São Paulo, disse o que achou da “#PrimeiroAssédio”, iniciativa que a fez compartilhar também um caso de assédio sofrido na infância.

Eu acho a campanha excelente, pois ela joga luz em um assunto que pode ficar velado, pode passar como algo que “não se comenta”, pode erroneamente causar vergonha nas mulheres quando só quem deveria se envergonhar era o assediador por tal comportamento. Eu acho que eu falo mais sobre o assunto (depois da campanha), discuto mais com amigas e amigos que comportamentos são aceitáveis ou não e isso é sempre bom.

A avaliação de C.M., que usa a expressão “jogar luz”, guarda relação com a visibilidade que a campanha #PrimeiroAssédio obteve. Para Gomes (2016, p.71), o resultado do uso cotidiano da internet é que “em cerca de duas décadas houve uma grande transformação que modificou radicalmente a nossa relação com o tempo, espaço e também com o trabalho, com a vida”.

Nesse contexto, a internet e o que circula através dela ganham repercussão e relevância em termos midiáticos e na inserção dos temas do debate cotidiano dos usuários das redes sociais. Assim, Gomes aborda o crescimento da influência das redes sociais na construção social da realidade:

Através delas, a internet vem assumindo cada vez mais o protagonismo na aferição e nas narrativas sobre a realidade nacional. Mais ainda, no Brasil, as redes sociais assumiram a condição de espaço público onde ocorrem os principais debates públicos e por onde circulam discursos públicos a respeito de pautas politicamente importantes da sociedade brasileira. Na verdade, o que temos hoje é uma disputa acirrada no que se refere ao processo de construção de “verdade” na sociedade brasileira e que passa pela crescente legitimidade das redes sociais, em detrimento do declínio da confiança na mídia tradicional. (Gomes, 2016, p. 91).

Dessa forma, ganha relevância para esta pesquisa o conceito de mediações (Martín-Barbero, 1997) como estruturas de construção de sentido às quais o receptor está vinculado. Como destaca Luís Mauro Sá Martino, “a história pessoal, a cultura de seu grupo, suas relações sociais, sua capacidade cognitiva são mediações mas também interferem na sua maneira de assistir televisão, sua relação com os meios e com as mensagens veiculadas” (2009, p. 179).

N. M., 23 anos, estudante universitária de São Paulo, em entrevista respondida por e-mail, ao descrever sua participação na “#PrimeiroAssédio”, fala da motivação trazida pela campanha: “Não tive coragem de falar sobre nenhum assédio específico, mas falei o quanto admirava quem tinha essa coragem e que os depoimentos delas faziam com que eu me sentisse menos sozinha e me motivavam a lutar por uma sociedade melhor”.

Outra entrevistada, A. S., 31 anos, de Salvador, declarou o que sentiu após escrever um post contando um episódio de assédio vivido. “Foi libertador. Precisava falar sobre isso”, relatou. O tom de confidencialidade de A.S. mostra como a campanha a incentivou a apresentar publicamente suas próprias narrativas ao se reconhecer nas outras histórias.

Santaella (2017, p. 93) destaca que a análise das ações sociais implica não apenas as novas práticas de interação em redes, mas também novos significados emergentes do social.

De qualquer maneira, não obstante as avaliações céticas acerca do poder político transformador e as controvérsias acerca das diferenças entre a natureza revolucionária ou reformista de um movimento, o que fica como aprendizagem é a inelutável constatação de que as redes adquiriram o poder de deslocar a noção clássica dos movimentos políticos para um novo paradigma, especialmente por levarem os cidadãos ao desempenho do papel de protagonistas dentro e fora das redes, protagonistas que protestam nas redes e nas ruas numa continuidade inextrincável. (Santaella, 2017, p. 99).

A maioria dessas entrevistadas sobre “#PrimeiroAssédio”, entretanto, não participou de reuniões, debates ou manifestações públicas presenciais relacionados diretamente a lutas feministas depois da mobilização que ajudaram a realizar no Facebook. N. M. foi a única que relatou a experiência de ir a um protesto no Dia Internacional da Mulher, 8 de março, em 2017.

Costumo [ir a atos], mas tenho ido menos esse ano [2017] por sentir que nada de efetivo acontece depois de manifestações que não interessam aos governantes, além do risco de se machucar devido à truculência da PM. A última que fui foi 8 de março de 2017 em São Paulo, no Dia da Mulher.

A questão da discussão coletiva sobre o tema é destacada em comentários feitos em outubro de 2015, majoritariamente por mulheres, nos posts da Think Olga coletados no Facebook. Algumas mulheres dizem só terem se dado conta de que foram vítimas de assédio ao se reconhecerem nos relatos de amigas e de desconhecidas, publicados na rede social. Uma delas escreveu: “pela primeira vez eu falei disso na vida e tirei 800kg das costas depois de 17 anos. Obrigada (Figura1)”⁵.

Figura 1 – Comentário da leitora Natália em postagem da Think Olga no Facebook



Fonte: *Fanpage* da Think Olga no Facebook

O assédio sexual, tema de abordagem delicada por expor situações íntimas e até traumas, ganhou repercussão nas redes sociais e foi pauta da mídia no período imediatamente posterior à campanha. Neste episódio, os usuários das redes sociais repercutiram a campanha de forma a levá-la às matérias jornalísticas, num exemplo claro de que o esquema emissor-receptor passou por modificações após o surgimento da Web 2.0 e de suas possibilidades de interação.

Neste caso, há um duplo fluxo entre emissores de veículos tradicionais de mídia e emissores que se expressam por meios de redes sociais com o uso da *hashtag* “#PrimeiroAssédio”. A multiplicação dos relatos pessoais com o uso da *hashtag* deu repercussão ao tema assédio, inclusive nos meios de comunicação tradicionais.

Tornou-se pauta de publicações como a revista *Época*⁶, que citou a mobilização gerada pela *hashtag* e deu capa para o que denominou de “A Primavera das Mulheres”, uma alusão à Primavera Árabe, que se caracterizou por movimentos políticos impulsionados pelo ciberativismo em nações como Tunísia, Líbia, Síria e Egito, resultando em revoluções ou guerras civis a partir de 2010. Outra revista semanal de circulação nacional, a *IstoÉ*, também trouxe o tema na capa, com a manchete “O grito das mulheres”. No jornal regional *O Povo*⁸, de Fortaleza (Ceará), o feminismo foi manchete de edição dominical naquela mesma semana, intitulada “Feminismo. Renovada, a luta continua”.

Os temas assédio e violência contra a mulher também foram abordados por dois dos maiores jornais brasileiros, *Folha de S. Paulo*⁹ e *O Estado de S. Paulo*¹⁰, dias depois do início da campanha “#PrimeiroAssédio”. Virou ainda pauta de documentário na *Globonews*¹¹.

A quantidade de reportagens, em um período de até um mês após a criação da *hashtag*, indica a potencialidade que o fato teve de tornar-se notícia, como explica Hohlfeldt em relação ao conceito de noticiabilidade:

As convenções de organização deste trabalho determinam e definem o que seja notícia e legitimam o processo produtivo das mesmas, constituindo o conceito de noticiabilidade, ou seja, a aptidão potencial de um fato para se tornar notícia ou, dito de outro modo, o conjunto de requisitos que se exige de um acontecimento para que ele adquira existência enquanto notícia; ou ainda, o conjunto de critérios que operacionalizam instrumentos segundo os quais os meios de comunicação de massa escolhem, dentre múltiplos fatos, aqueles que adquirirão o status da noticiabilidade”. (Hohlfeldt, 2001, p. 208).

O destaque obtido pela campanha e a circularidade do tema nas redes sociais e na mídia tradicional explicam-se pelo fato de o jornalismo ser “uma atividade intelectual em sintonia com a democracia e especializada em contar histórias na sociedade contemporânea” (Traquina, 2012, p. 132). Para Traquina (2012), a liberdade; a independência e autonomia; a credibilidade; a verdade; o rigor e exatidão; a honestidade; e a objetividade e equidade estão entre os valores próprios do jornalismo. O autor cita o teórico Mauro Wolf para detalhar os critérios de construção 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 que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos na sua importância ou interesse como notícia; e b) os critérios contextuais que dizem respeito ao contexto de 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. (Wolf, 1987 *apud* Traquina, 2008, p. 78).

O coletivo de comunicação Think Olga estimulou assim a divulgação de testemunhos sobre assédio. Muitos episódios relatados, inclusive, foram vividos ainda durante a infância, como no comentário abaixo, feito em post no Facebook, no qual a ONG divulga que as mulheres que usaram a *hashtag* contando sobre o “#PrimeiroAssédio” tinham em média 9,7 anos quando sofreram assédio, de acordo com a Think Olga¹².

Em uma das postagens, havia depoimentos como o seguinte (Figura 2), que indicam o quanto o tema é socialmente invisibilizado:

Comigo foi com 8 anos e foi um tio. E minha mãe se sentindo culpada por me deixar na casa de tia para poder trabalhar. Afinal mesmo nos anos 80 se marido ganha bem, pra que a mulher tem que trabalhar? Não era pra o infeliz estar em casa e a presença da esposa não o impediu de me tocar. Como regra, ele me ameaçou pra não falar, mas eu contei pra minha mãe. A família inteira negou e faz de conta até hoje que não aconteceu. Eu só tenho saúde mental graças a minha mãe que enfrentou a família toda.

Figura 2 - Comentário da leitora Melissa em postagem da Think Olga no Facebook



Fonte: *Fanpage* da Think Olga no Facebook

A mobilização no Facebook estimulou, inclusive, cobranças

por iniciativas presenciais. O que pode sugerir uma necessidade de ações mais efetivas que ultrapassem o ambiente virtual. O comentário da seguidora não obteve resposta do perfil da Think Olga na *Fanpage*: “Eu acho muito importante a mobilização pela internet, mas não tá [sic] na hora de ir pra rua? [...] Eu sozinha nao [sic] consigo fazer um evento bombar, mas vocês tem [sic] força pra isso”.

4 Minorias em rede

Com os anos 2000 e o desenvolvimento de um ambiente de mutação das mídias, desenha-se uma configuração diferente, caracterizada por três princípios básicos da cibercultura: liberação da emissão, conexão generalizada e reconfiguração social, cultural, econômica e política (Lemos & Lévy, 2010, p. 46). É o ambiente onde se desenvolve o ciberativismo, referente a práticas sociais associativas de utilização da internet por movimentos politicamente motivados com o intuito de alcançar novas e tradicionais metas (Lemos, 2003).

Interessa a este artigo, portanto, estudar se de alguma forma o conceito de uma esfera pública burguesa (Habermas, 1978 citado por Lemos & Lévy, 2010, p. 50) como dimensão do social mediadora entre o Estado e a sociedade se ampliou e ganhou sujeitos com papéis mais plurais. Pois é essa nova esfera pública digital, com a marca da colaboração, através da qual as pessoas integram redes de troca de conteúdos que elas mesmas fornecem, filtram e organizam que abriu terreno para o surgimento de iniciativas de coletivos como a Think Olga, com atuação principalmente em meios virtuais.

O papel das redes sociais nesse contexto atualiza os conceitos de esfera pública e de opinião pública, tal como aborda Raquel Recuero.

Os sites de rede social, com isso, podem ser compreendidos como elementos ampliadores da esfera pública que proporcionam um espaço onde, além da sociabilização, os atores podem expressar e reproduzir opiniões políticas e ideias que contribuem para o debate público. A facilidade técnica para produzir e reproduzir mensagens de manifestação e apoio (curtindo ou retuitando, por exemplo) é condizente com um conceito de opinião pública como uma rede de comunicações intermediando múltiplas relações entre sistemas sociais. (Recuero, 2015, p. 35).

Essa nova esfera pública digital traz as relações entre pares e a colaboração como características principais, que se diferenciam da ideia de centro emissor das mídias tradicionais, evoluindo para um sistema de maior distribuição horizontal (Lemos & Lévy, 2010, p. 50).

É na internet, por meio do uso de *hashtags* e de mobilizações em rede, que a Think Olga tem atuado no combate ao assédio e na abordagem de temas relacionados às mulheres. Prudêncio (2014, p. 88) observa, entretanto, que o “ativismo digital está menos relacionado a grandes causas de movimentos sociais e mais a campanhas específicas cujas marcas são as *hashtags* e o compartilhamento de conteúdo informativo para mobilizar quadros de atores coletivos e individuais”.

Antes da “#PrimeiroAssédio”, a ONG Think Olga já havia realizado anteriormente a campanha Chega de Fiu fiu, contra o assédio nas ruas. Em post publicado no Facebook em 19 de outubro de 2017, quase dois anos após a criação da #PrimeiroAssédio, a ONG reconhece a limitação das *hashtags*:

Como criadoras das campanhas “#PrimeiroAssédio” e #ChegadeFiuFiu, sabemos da dimensão que as *hashtags* podem criar. Foi por meio dessas ferramentas que pautamos assuntos antes ignorados pela mídia. Mas reconhecemos que as campanhas acabam dizendo muito mais sobre a coragem da mulher do que sobre o interesse da sociedade em combater o problema.

[...]

Foi percebido que a internet é uma arma poderosa para disseminar tais anseios e demandas. Mas, se no momento que as histórias começaram a serem contadas, elas fossem validadas, acreditadas e providências efetivas fossem tomadas, já não estaríamos no mesmo estado, com novas *hashtags*. Em vez disso, ainda é necessário gritar a urgência de combater a violência de gênero.

As mulheres não deveriam precisar repetir suas dores tantas vezes, mas o fazem. Diante disso, precisamos que nossas pautas sejam levadas a sério. Vocês já conhecem nossas histórias de dor. Qual é o próximo passo?

A internet contribui para a difusão de informações de determinadas minorias, mas há de se reconhecer limitações no poder de mudança de iniciativas como essa. Para Wolton (2010), distinguir as lógicas e organizar a convivência entre essas informações é o desafio num mundo saturado delas e com conhecimentos cada vez mais acessíveis ou gratuitos.

A comunicação resulta, na sua forma contemporânea, desta tripla revolução: liberdades humanas, modelos democráticos e progressos tecnológicos. Estamos atualmente numa encruzilhada. Duas ideologias ameaçam a comunicação: o individualismo, ou seja, a redução da comunicação à expressão e à interatividade, e o comunitarismo, isto é, a marginalização da questão da alteridade e a possibilidade do encerramento em espaços virtuais. (Wolton, 2010, p. 24).

Cabe ressaltar que no cenário de geração de conteúdo em profusão e da participação de muitos falando para muitos a atuação

política nas redes sociais é aqui analisada com alguma relativização e sem expectativa de mudanças radicais a curto prazo. O Facebook, por exemplo, tem regras próprias e com critérios sobre compartilhamento de informações que não são totalmente publicizadas aos usuários.

Jenkins, Ford & Green (2014), por exemplo, consideram que devem ser abordadas com “ceticismo saudável” as estruturas e práticas que surgem a partir dessa cultura colaborativa, uma vez que essa “participação geralmente envolve algum grau de vínculo estreito com as lógicas comerciais” (Jenkins, Ford & Green 2014).

5 Considerações finais

A campanha “#PrimeiroAssédio” trouxe à tona o debate sobre assédio sexual, um tema tabu no âmbito da internet e dos meios de comunicação, estimulando leitoras a contar suas próprias experiências com esse tipo de violência por meio de testemunhos nas redes sociais.

O coletivo Think Olga usou a atuação na internet para influenciar a esfera pública. A partir de uma amostra de oito mulheres que participaram da campanha e responderam à entrevista para essa pesquisa pode-se inferir, a respeito do processo de mediação, que casos de assédio sexual contados no Facebook, após a *hashtag*, numa espécie de catarse coletiva, podem gerar empatia e solidariedade de outras mulheres que também compartilham e comentam essas postagens, a ponto de ampliar o debate sobre o tema na rede social e levá-lo aos meios de comunicação, por meio de reportagens sobre o tema em veículos como TV, jornais e revistas.

Entre as entrevistadas e participantes da campanha, a mobilização virtual gerou mudança de comportamento e construção de sentidos sobre assédio. Elas disseram ter voltado a abordar cotidianamente, e fora das redes sociais, o tema da *hashtag*, sobre o qual não falavam ou pouco discutiam antes.

Apesar de a iniciativa ter gerado essa interação e participação coletiva por meio das redes sociais, algumas entrevistadas disseram não ter participado de outras ações que dessem continuidade à mobilização realizada por meio da internet, como manifestações nas ruas e acompanhamento de ações políticas em âmbito institucional que garantissem maior proteção às mulheres que passam por esse tipo de violência.

A instantaneidade do ambiente virtual gera assim o questionamento sobre até que ponto os *likes* se convertem em ações mais efetivas. As respostas das entrevistadas sinalizam que

campanhas como a #PrimeiroAssédio têm relevância ao alcançarem repercussão também fora das redes sociais e indicam que as mudanças geradas no combate ao assédio se restringiram ao diálogo mais frequente sobre o tema.

Apesar de ter gerado sensibilização para a causa, as respostas das participantes demonstram que não houve continuidade das ações com o intuito de modificar um cenário cultural e social de perpetuação de violência contra as mulheres além do período de viralização da hashtag.

A repercussão da hashtag #PrimeiroAssedio, no caso das entrevistadas para a pesquisa, ainda fica circunscrita ao âmbito individual ou ao círculo de pessoas mais próximas, amigos e parentes dessas mulheres. O que leva ao questionamento sobre os limites da campanha feita pelo coletivo feminista Think Olga e por indivíduos nas redes sociais que não reivindique também mudanças no âmbito político-institucional. Esse é um dilema dos novos movimentos sociais, especificamente o movimento feminista, numa época na qual as causas têm dificuldade de se manter atuais.

NOTAS

- 1 Veja (2017, Abril 12). Eu sofri assédio sexual. *Revista Veja*. Recuperado de <http://veja.abril.com.br/revista-veja/2525/>
- 2 O dossiê Google BrandLab está disponível online <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/dossie-brandlab-diversidade/>> Acesso em 31 de outubro de 2017
- 3 Dados do Google Trends sobre #PrimeiroAssédio. Recuperado de trends.google.com.br/trends/story/BR_cu_Awe0NVEBAADmsM_en.
- 4 Por seu turno, o Governo Federal baixou decreto, em 1996, promulgando a Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência Contra a Mulher, originalmente escrita em 1994. Recuperado de www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1996/d1973.htm.
- 5 Imagem do comentário feito em no post do dia 23 out. 2015 na fanpage da Think Olga e link para o post com o título “#PrimeiroAssédio 29 mil tweets”. Recuperado de www.facebook.com/thinkolga/photos/a.289412727860922.1073741826.289405207861674/694954033973454/?type=3&theater

- 6 Grillo, C.; Oliveira, G. & Buscato, M. (2015, Janeiro 7). A primavera das mulheres. *Revista Época*. Recuperado de <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/11/primavera-das-mulheres.html>
- 7 Brandalise, C.; Perez, F. (2015, Novembro 6). O grito das mulheres. *Revista Istoé* Recuperado de http://istoe.com.br/440121_O+GRITO+DAS+MULHERES/
- 8 Filgueiras, I. (2015, Novembro 8). Feminismo. Renovada, a luta continua. *O Povo*. Recuperado de <https://www20.opovo.com.br/app/opovo/dom/2015/11/07/noticiasjornaldom,3530318/feminismo-renovada-a-luta-continua.shtml>
- 9 Mena, F. & Gragnani, J. (2015, Novembro 11). Ana Estela Haddad e Paola Carosella relatam o primeiro assédio. *Revista Folha*. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2015/11/1703508-ana-estela-haddad-e-paola-carosella-relatam-o-primeiro-assedio.shtml?cmpid=facefolha>
- 10 Martins, L. (2015, Novembro 9). Violência contra a mulher se naturalizou, diz sociólogo. *Estado de S. Paulo*. Recuperado de <http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,violencia-contra-mulher-se-naturalizou--diz-sociologo,10000001479>
- 11 Globonews Especial. (2015, Novembro 1). Campanha #primeiroassédio faz brasileiras compartilharem experiências. *Globonews*. Recuperado de <https://globosatplay.globo.com/globonews/v/4579390/>
- 12 Link para o post do dia 26 de outubro de 2015 sobre a idade média das mulheres nos casos de assédio, do qual foi extraído comentário. Recuperado de www.facebook.com/thinkolga/photos/a.289412727860922.1073741826.289405207861674/694954033973454/?type=3&theater. Acesso em 15 ago. 2017.

REFERÊNCIAS

- Babo, I. (2017). Redes e ativismo. In M. Di Felice, E. Pereira & e, Roza (Orgs.), *Net-Ativismo: Redes digitais e novas práticas de participação* (pp. 77-88). Campinas: Papirus.
- Cisne, M. (2014). *Feminismo e consciência de classe no Brasil*. São Paulo: Cortez.
- Ferreira, J. & Vizer, E. (2007). *Mídia e movimentos sociais: linguagens e coletivos em ação*. São Paulo: Paulus.

Gomes, L. (2016). Novas tendências e desafios metodológicos nos estudos de consumo midiático. In B. Campanella & C. Barros (Orgs.), *Etnografia e consumo midiático* (pp. 69-95). Rio de Janeiro: E-Papers.

Hohlfeldt, A. (2001). Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In A. Hohlfeldt et al. (Orgs.), *Teorias da Comunicação* (pp. 187-240). Petrópolis: Vozes.

Jenkins, H., Ford, S. & Green, J. (2014). *Cultura da conexão*. São Paulo: Aleph.

Lemos, A. (2003, Novembro 15). Ciberativismo. *Correio Braziliense*, Caderno Pensar, s.p.

Lemos, A. & Lévy, P. (2010). *O futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia*. São Paulo: Paulus.

Malcher, B. (2016). *Crítica, moral e espetáculo – o caso do feminismo digital*. (Dissertação de mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Martín-Barbero, J. (2006). Tecnicidades, identidades, alteridade: mudanças e opacidades da comunicação do novo século. In D. Moraes (Org.), *Sociedade midiaticizada* (pp. 51-79). Rio de Janeiro: Mauad.

Martino, L. (2009). *Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Miguel, L. & Biroli, F. (2014). *Feminismo e política: uma introdução*. São Paulo: Boitempo.

Natansohn, G. (2013). *Internet em código feminino – teorias e práticas*. Buenos Aires: La Crujía.

Neves, G. (2017). O caso hashtag #primeiroassédio: narrativas testemunhais como semântica coletiva nas lutas por reconhecimento no contexto digital. In *Anais do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII Compolítica)*.

Prado, M. (2011). *Webjornalismo*. Rio de Janeiro: LTC.

Prudêncio, K. (2014). Micromobilizações, alinhamento de quadro e comunicação política. *Revista ComPolítica* 4 (2), pp. 87-110.

Recuero, R. (2015). *Análise de redes para mídia social*. Porto Alegre: Sulina.

Santaella, L. (2017). Política nas redes e nas ruas. In M. Di Felice, E. Pereira & e, Roza (Orgs.), *Net-Ativismo: Redes digitais e novas práticas de participação* (pp. 89 -102). Campinas: Papirus.

Silveirinha, M. (2001). O discurso feminista e os estudos dos media: em busca da ligação necessária. *Faces de Eva* 6, pp. 65-84.

Traquina, N. (2008). *Teorias do jornalismo II. A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular.

Traquina, N. (2012). *Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são* (3ª ed). Florianópolis, Insular.

Thompson, J. (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.

Wolton, D. (2010). *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina.

CRISTIANE GUILHERME BONFIM. Mestra em Comunicação Social na Universidade Federal do Ceará. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela UFC (1998). Foi editora de Nacional/Internacional entre 2011 e 2016 e repórter de 2001 a 2011. Recebeu comendas como Prêmio Ayrton Senna (2003) e Prêmios IberoAmericanos de Comunicación por los Derechos de la Niñez y de la Adolescência (Unicef/ Agência Efe) – 2003. E-mail: crisgbonfim@gmail.com

MÁRCIA VIDAL NUNES. Graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (1983), mestrado em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (1991) e doutorado em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (1998). É professora titular aposentada, atuando como professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. Trabalha, principalmente, com os temas mídia, cidadania, políticas públicas e movimentos sociais. E-mail: marciavn@hotmail.com

RECEBIDO EM: 02/11/2017 | ACEITO EM: 10/08/2018

ARTÍCULO

EL ABORTO EN LAS FOTOGRAFÍAS DE LOS MEDIOS DIGITALES EN CHILE:

visualidades en disputa

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

LORENA ANTEZANA
Universidad de Chile, Santiago, Chile
ORCID: 0000-0003-3195-3325

CLAUDIA LAGOS LIRA
Universidad de Chile, Santiago, Chile
University of Illinois at Urbana – Champaign, Urbana, Estados Unidos
ORCID: 0000-0003-2557-5401

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1028

RESUMEN – En septiembre de 2017, el gobierno chileno aprobó la ley que despenalizó el aborto en tres causales. El proyecto demoró tres años en tramitarse y los medios (re) produjeron un debate álgido alimentado por organizaciones feministas y de derechos humanos, activistas tanto a favor como en contra de la reforma, y actores políticos tanto en el Congreso como en el poder ejecutivo. El presente trabajo analiza temáticamente las fotografías publicadas en diez medios digitales chilenos durante un año en artículos referentes al aborto, las categorizamos intentando responder a la pregunta sobre el papel jugado por éstas en los intentos por influir en opinión pública, configurando audiencias ideales. A partir del material analizado, constatamos que las imágenes utilizadas no son neutras, son creadoras de efectos de verdad y van configurando una memoria social que mantiene y refuerza el orden hegemónico patriarcal que predomina en el imaginario colectivo nacional.

Palabras clave: Aborto. Chile. Fotografía. Medios digitales.

O ABORTO NAS FOTOGRAFIAS DAS MÍDIA DIGITAIS CHILENAS: Visualidades em disputa

RESUMO – Em setembro de 2017, o governo chileno aprovou a lei que despenalizou o aborto em três fundamentos. O projeto levou três anos para tramitar e a mídia (re) produziu um debate acalorado, alimentado por organizações feministas e de direitos humanos, ativistas por e contra a reforma, bem como para atores políticos dos poderes Executivo e Legislativo. Este artigo analisa tematicamente as fotografias publicadas em dez mídias digitais chilenas durante um ano em matérias referentes ao aborto. A categorização das fotografias se concentrará no papel desempenhado por elas na

tentativa de influenciar a opinião pública, configurando públicos ideais. A partir do material analisado, verificamos que as imagens utilizadas não são neutras, são criadoras de efeitos de verdade e configuram uma memória social que mantém e reforça a ordem hegemônica patriarcal predominante no imaginário coletivo nacional.

Palavras-chave: Aborto. Chile. Fotografia. Mídias digitais

ABORTION IN PHOTOGRAPHS IN CHILEAN DIGITAL MEDIA: Disputed representations

ABSTRACT – In September 2017, the Chilean government passed a bill decriminalizing abortion under three circumstances. The Parliament took three years in discussing the reform and the media (re)produced a debate feed by feminist and human rights organizations, pro-life and pro-choice activists, and political players, and congressmen and presidential representatives. This article thematically analyzes the photographs published in ten Chilean online outlets throughout a year. We organized the images into categories in attempt to understand the role that photographs have in influencing public opinion, constituting ideal audiences. Relying upon the material analyzed, we concluded that the images are not neutral, but create truthfulness, and contribute to establishing a social memory that reinforces patriarchal order, which is hegemonic in the national imaginary.

Key words: Abortion. Chile. Photography. Digital media.

1 Introducción

El debate acerca de la despenalización del aborto se reavivó en Chile a partir del discurso que emitió la presidenta Michelle Bachelet en su segundo mandato (2014 – 2018), con motivo de la conmemoración del 21 de mayo del 2014. Allí manifestó la necesidad de enfrentar una discusión madura acerca de la interrupción voluntaria del embarazo por tres causales: riesgo de vida de la madre, violación e inviabilidad del feto. El anuncio aventuró el tono del posterior debate legislativo del proyecto. Desde ese momento, la temática ocupó un espacio relevante en la agenda mediática y en los discursos periodísticos, en particular.

Los medios tradicionales contemporáneos han desarrollado y refinado estrategias tendientes a producir contenidos para multiplataformas, incluidos sus sitios web que, en algunas ocasiones, operan con equipos distintos a los que editan los medios principales (ya sea diario, radio o televisión). Estas estrategias se despliegan en el marco de la convergencia mediática en la cual los tradicionales bordes entre periodismo radiofónico, periodismo televisivo y periodismo

escrito se han desdibujado y urge conquistar nuevas audiencias que han modificado radicalmente sus hábitos de consumo mediático. De hecho, internet es hoy una de las principales vías de acceso a contenidos en Chile, con más de trece millones de visitas a la red durante el 2015, de las cuales casi el 80 por ciento se produjo a través de teléfonos inteligentes (Subtel, 2016). Este fenómeno es coherente con la alta disponibilidad de teléfonos celulares: de acuerdo a las cifras de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL), hay más de 23 millones de teléfonos móviles (2013), con un 132 por ciento de penetración en el mercado. De hecho, las audiencias online son las que proporcionalmente más han crecido (Antezana & Lagos, 2015).

En estos tipos de medios, los contenidos periodísticos sobre aborto (entrevistas, crónicas, reportajes y notas de cobertura diaria) van en general acompañadas de imágenes que pretenden ilustrar la temática. No son inocentes. Más bien, vehiculizan su propio sentido, que muchas veces contradice el texto y, de hecho, no necesariamente responde a la intención del medio.

La importancia de analizar las imágenes que se utilizan para hablar de aborto, radica en el hecho de que éstas son unas de las grandes creadoras de “efectos de verdad”, al facilitar procesos de identificación social y de mediación en términos de la memoria que, en conjunto, generan materialidad; es decir, relaciones o disposiciones de acciones concretas y efectivas. Estas imágenes, a su vez, van configurando una memoria social. Es lo que Landsberg (2004) llama “memorias prostéticas”, es decir, aquéllas movilizadas por discursos mediáticos.

El espacio público actual es el lugar en el que circulan diversos discursos (Charaudeau, 2005) e imágenes que, de acuerdo a las posibilidades de los dispositivos disponibles, presentan la información combinando distintas materialidades. En estos discursos se reproducen los sentidos comunes que hegemonícamente se han instalado en nuestra sociedad y éstos son reforzados en las conversaciones sobre estos acontecimientos en otros espacios y a través de las imágenes que, a nivel metafórico y metonímico, sintetizan el mundo para hacerlo comprensible.

De hecho, hace ya bastante tiempo la imagen dejó de ser un accesorio que acompaña al texto escrito y es un elemento básico a la hora de configurar lo que entendemos como “real”. Las razones son varias: (a) la facilidad de su consumo; (b) el atractivo de su propuesta; (c) la simplificación que hace del mundo; (d) la cercanía emocional

que establece con sus espectadores, y (e) la garantía de “verdad” que ofrece y que incrementa su credibilidad, entre otras. Sin embargo “[...] las imágenes no son neutras desde el momento en el que se escoge un encuadre incluso antes de ser fotografiada” (Antezana, 2015, p. 34).

Por otro lado, la interrupción voluntaria del embarazo como el derecho de las mujeres a la autonomía de sus cuerpos, la libertad sexual y el control sobre sus procesos reproductivos, ha sido históricamente parte de la agenda de los movimientos feministas. Y, al mismo tiempo, es tal vez la frontera de autodeterminación femenina y feminista que más resistencias provoca pues implica la crítica al control social sobre los cuerpos femeninos y la consiguiente desnaturalización de roles tradicionales asociados a las mujeres, como el de la reproducción, el cuidado, la maternidad como único horizonte posible de desarrollo y realización. La teoría feminista ha relevado el rol de la producción simbólica, de la cual los contenidos mediáticos y las prácticas periodísticas han sido un lugar central y productivo para analizar. En el caso chileno, el nudo no ha sido menos difícil de desatar.

Bajo este marco, las preguntas que surgen a propósito de la tramitación legislativa del Proyecto de Ley que Despenaliza la Interrupción del Embarazo en tres causales en Chile son: ¿cuáles son las imágenes que pretenden ilustrar los contenidos periodísticos sobre aborto en Chile, especialmente en soportes digitales? ¿Qué imaginarios producen y reproducen los discursos periodísticos de medios digitales chilenos sobre la interrupción del embarazo en circunstancias de excepción o emergencia? Y, en esa línea, ¿qué imaginarios despliegan estos discursos periodísticos digitales y qué nos dicen sobre sus audiencias ideales?

Analizamos diez medios chilenos los que fueron seleccionados de acuerdo a los siguientes criterios: (1) publicaron contenido específico para web¹ (sin importar si también producían una versión impresa, radiofónica o audiovisual); (2) fueron los más visitados durante el periodo de estudio (del 21 de mayo de 2014 al 21 de mayo de 2015) de acuerdo con Alexa.com². Luego, seleccionamos los artículos publicados sobre aborto que: (1) contuvieran imágenes; (2) hayan tenido una gran repercusión respecto al tema; y (3) cubran al menos uno de los siete acontecimientos³ más importantes dentro del lapso de estudio.

En cuanto al número de fotografías consideradas en el corpus, siguiendo la metodología propuesta por la teoría fundamentada o

grounded theory, realizamos un muestreo teórico y no estadístico, hasta saturar las categorías analíticas (Flores & Naranjo, 2014, p. 77). Como metodología de análisis se trabajó prioritariamente con el análisis temático. Uno de los beneficios de este tipo de análisis es su flexibilidad y permite identificar, analizar y dar cuenta de patrones (Braun & Clarke, 2006, p. 78).

2 El aborto en Chile

En 2014, cuando la presidenta Michelle Bachelet anunció que enviaría una propuesta de ley que despenalizaría el aborto bajo tres causales (inviabilidad del feto, riesgo vital de salud de la madre y en caso de violación), Chile era parte del 1% de los países que penalizan el aborto en toda circunstancia (González, 2011) junto a República Dominicana, Malta, Nicaragua y El Salvador, además de El Vaticano. Reformar el marco legal que rige el aborto había sido una de las promesas de la campaña de Bachelet. Amplificadas por los medios de comunicación, las reacciones a favor y en contra de la iniciativa del Ejecutivo se multiplicaron. Sin embargo, el proyecto se presentó varios meses después, en enero de 2015, y fue recién aprobado en agosto de 2017 (Ley Núm. 20.030).

Noticiosamente, el aborto ha aparecido tradicionalmente en la agenda mediática chilena reciente en tres situaciones: (1) casos extremos: mujeres que enfrentan riesgos vitales debido a su embarazo, embarazadas con fetos inviables, y niñas o adolescentes embarazadas producto de una violación; (2) discusión y emisión de opiniones sobre el proyecto de ley, políticos, representantes y voceros de distintas organizaciones e instituciones, etc., y (3) protestas y/o manifestaciones públicas a favor y/o en contra del aborto.

Cada una de estas situaciones desencadena una discusión que es jurídica, ética, valórica y simbólica. Los medios de comunicación (re)producen las voces de algunos de los protagonistas implicados, los argumentos en pugna y las imágenes utilizadas usualmente como “[...] discurso figurativo usado para dramatizar los debates y manifestaciones callejeras, [que] en este contexto de disputa política, es parte de una lucha cultural por los imaginarios colectivos” (Palma, Moreno, & Alvarez, 2015, p. 44). Esta (re)producción de contenidos sobre aborto dialoga (o se confronta, también) con las audiencias que, a su vez, construyen

su propia interpretación. La producción y visibilización de material periodístico que adquiere estatus noticioso en plataformas digitales, requiere discursos visuales y no solo textuales y, para esto, suele incorporar imágenes que pretenden relacionarse con el asunto, en este caso, el aborto en tres causales.

Paradójicamente, y por lo menos hasta el 2015, los medios en general, y digitales en particular, solían ilustrar los artículos sobre aborto con imágenes de “guaguas⁵ sanas y hermosas; mujeres felices que exhiben guatas de embarazos muy avanzados y embriones con alto grado de desarrollo” (Gerber, 2015) tal como lo denunciaron diversas organizaciones y activistas en una carta abierta a los medios de comunicación criticando la cobertura mediática sobre esta materia.

Luego de estas denuncias – aunque no está claro si a causa de ellas –, los medios incorporan paulatinamente otras imágenes, ampliando relativamente la representación visual del aborto en los discursos periodísticos durante el debate legislativo sobre la reforma. Así, el repertorio visual incorpora imágenes sobre marchas y protestas callejeras – tanto a favor como en contra de la despenalización del aborto –, las de niños/as y las de parlamentarios/as, representantes de distintos organismos y voces expertas cuando se trata de alguna polémica, que fue recurrente durante la tramitación legislativa de la reforma.

Al hecho de desplegar un repertorio más bien estrecho de representaciones visuales sobre el aborto en Chile, que se ha extendido relativamente recién a partir de 2015, se suma la economía del periodismo digital y sus condiciones concretas de producción. En particular, este tipo de medios no cuenta con sus propios fotógrafos, lo que se explica por distintas razones: En primer lugar, como estrategia para disminuir sus costos fijos de producción; segundo, debido a lógicas propias del ejercicio periodístico y rutinas profesionales modificadas por las tecnologías disponibles (donde prevalece el trabajador polifuncional que reporta, toma fotos, graba y edita videos), y, en tercer lugar, se impone la tercerización de la producción fotográfica, comprando las imágenes a agencias que, en el caso chileno, son la Agencia UNO (Berndt, Soto, & Venegas, 2015) y la Agencia ATON, lo que reduce significativamente el repertorio de imágenes disponibles y el control en la producción de los discursos fotográficos del aborto en la esfera digital chilena.

También existen agencias internacionales, con delegaciones/sedes en Chile que ofrecen sus fotografías al mercado mediático chileno, como Agence France Presse (AFP); Reuters Group Limited (REUTERS); Associated Press (AP); y EFE, Agencia Española de noticias. Todas estas empresas ofrecen fotografías periodísticas de los acontecimientos que ocurren en el país (coyunturales) y, además, cuentan con un archivo temático con imágenes que pueden ser utilizadas para distintas notas de prensa (atemporales). Son escasos los medios de comunicación chilenos que cuentan con fotografías propios y éstos generalmente son parte de los grandes consorcios periodísticos locales, como COPESA y El Mercurio, por lo cual gran parte de los medios de comunicación digitales utiliza los servicios de las agencias.

De esto se desprende que las imágenes y la selección de éstas no suele ser considerada un elemento central al producir y publicar notas periodísticas sobre el tema. Se intenta, más bien, componer un *collage* que acompañe el discurso y, eventualmente, lo complemente visualmente (Ibañez, 2016) y, sobre todo, que atraiga *clicks*. Por lo tanto, cuando la cobertura periodística sobre aborto en los medios digitales chilenos no se enmarca en la crónica roja o en el debate jurídico, se enfoca como problemática social. En tanto tal, la cobertura *online* incorpora voces eclesíásticas como referencia moral. Así, por ejemplo, en la construcción de las notas sobre aborto se les da cobertura a argumentos así llamados pro vida, es decir, que rechazan la interrupción voluntaria del embarazo a todo evento, acompañados por imágenes en la misma sintonía (Ibañez, 2016).

Para este artículo no consideramos las imágenes de actores que operan en tanto representantes institucionales – es decir, que su palabra y su correspondiente visibilización y cobertura es incluida en tanto voceros de alguna entidad – o como expertos – que hablan desde un saber. Nos centramos, más bien, en todas aquellas restantes y proponemos organizar su lectura visual en dos grandes apartados: maternidad y miedos. A nuestro juicio, ambos se vinculan con los temores que están a la base de la consolidación de sentidos comunes conservadores o de una “sociedad tradicional de moral cristiana” (Araya, 2015, p. 7), como la chilena.

3 La maternidad en cuestión

Imagen 1 – Fotografía que ilustra el artículo “Sename lamenta caso de joven que abortó en su casa con misotrol y reconoce que es algo que ocurre”



Fuente: La Tercera online (www.latercera.com), 14 de Mayo, 2014

Imagen 2 – Fotografía de la manifestación en contra del aborto en la Plaza de la Constitución en Santiago de Chile el 23 de marzo 2015.



Fuente: www.elmorrocotudo.cl

*La Iglesia Católica organizó a distintos grupos de niños y adolescentes para participar en la protesta. Distintos medios reprodujeron las fotografías de Agencia UNO y de los organizadores, también.

Imagen 3 – Fotografía de agencia UNO “Grupos se manifiestan contra el aborto frente a La Moneda”, 26 de mayo, 2015.



Fuente: Fotos2013.cloud.noticias24.com

Leído desde estas imágenes, la despenalización del aborto – aún cuando sea para casos bien estrictos – pondría en peligro el papel clave de las mujeres en nuestra sociedad: la maternidad, relacionada con un imaginario social central, que es el de un cuerpo cuya función social primordial es el de reproducirse. Así, todas las mujeres responderían a un instinto maternal que las llevaría a tener hijos/as. Una mujer que, pudiendo hacerlo, va contra este designio biológico y social, está poniendo en jaque toda la base de esta estructura. Por eso “[...] no se concede el derecho para la maternidad libre, puesto que ella es un deber social, y por ello la pena es mayor para el médico que causare o provocare el aborto [...]” (Araya, 2015, p. 12).

Algunas de las imágenes (imagen 1) que más se repiten, sobre todo antes de la carta-denuncia sobre la cobertura mediática que ya mencionamos, son las de vientres de embarazos avanzados que, en general, esconden los rostros de las mujeres. Pareciera, así, que lo que en realidad importa es “el fruto de su vientre” más que la mujer misma. Al ocultársele su rostro e identidad, sugiere su eventual vergüenza social o miedo pues hizo o va a hacer algo indebido, que ha roto algo social y moralmente sagrado, cual es la reproducción social.

En esta primera imagen, considerada una fotografía documental no periodística, es temática, no sólo se muestra metonímicamente a una mujer embarazada, casi de término, sino que a una estudiante vistiendo uniforme escolar. Son dos los imaginarios que moviliza esta fotografía: el primero asocia el aborto con un embarazo avanzado, el aborto impediría así el nacimiento de un bebé – una persona – y, el segundo, se trata del embarazo de una adolescente pues es un cuerpo vistiendo uniforme escolar. Por

lo tanto, remite a un embarazo no deseado, un “error” que podría haberse evitado. O, en otras palabras, ya no se trata de una mujer que desea abortar, sino de una adolescente – una “menor” – que no puede decidir por ella misma, porque no está capacitada para ello. La decisión debe ser tomada por otros, por adultos, en su nombre. Así, el aborto sería una decisión que deben tomar por ella, en nombre de ella, y por todas, aquellos que efectivamente están capacitados para tomar decisiones. Retomaremos este tema más adelante.

Otras imágenes recurrentes (imagen 2) son las de niños y niñas que operan como la evidencia de aquello que el aborto quiere borrar o negar. Esta también es una fotografía documental y temática más que periodística. Aquí se realiza una asociación simple: el atentado de un cuerpo – el de una mujer – contra algo sagrado – la existencia misma de esos/as niños/as o de la infancia en general. Esta lectura audiovisual gatilla el deber de salvaguardar la pureza e inocencia de la infancia. No son las mujeres, sino que el futuro de una nación el que está bajo amenaza.

En particular, esta segunda imagen muestra tres niños, con globos y carteles rojos, vistiendo ropa del mismo color, el color que remite a los corazones, a la sangre, al amor y, en definitiva, a la vida. Niños y niñas en un parque, sonriendo, felices. En la naturaleza, libres, pero a la vez resguardados y protegidos. Ellos/ellas están aquí porque sus madres no abortaron o, en su defecto, la sociedad no permitió que ello ocurriera. Por tanto, es deber de la sociedad protegerlos, independientemente de la voluntad de las mujeres. Hay un bien superior que resguardar y es un deber social hacerlo. Los niños son el futuro del país, la expresión toma vida en ellos, no es una metáfora, es “la realidad”. El hecho de que el dispositivo utilizado sea precisamente el fotográfico le da verosimilitud a esta propuesta.

Las mujeres, como seres débiles o frágiles – que es la lectura romántica –, deben ser protegidas, incluso de ellas mismas, y es lo que sugiere la lectura de fotos como las de la imagen 3, en la que vemos a un grupo de hombres. Esta tercera imagen representa una manifestación en contra del aborto. En esta fotografía aparecen mayoritariamente hombres, uno de ellos sostiene un cartel que dice, en letras rojas “No al aborto”. Hombres opinando y expresándose en las calles, ocupando el espacio público, relegando simbólicamente a las mujeres al espacio de lo privado. Son hombres también los que mayoritariamente están decidiendo, escribiendo y comentando sobre el aborto. No se trata de sus cuerpos, se trata de su sociedad, de sus

posibles hijos/as, de su legado. Una ley como la de la despenalización del aborto, aunque sólo sea en tres causales específicas y acotadas, sacude los cimientos del orden patriarcal construido. Son hombres ocupando el espacio público, el que tradicional, simbólica e históricamente han dominado y el cual ha sido negado a las mujeres, sus cuerpos, sus decisiones.

Esta fotografía es periodística, vinculada a una protesta en la que ellos, como padres, maridos, hermanos, deben cuidar a sus hijas, esposas y hermanas. Educarlas, proteger su honra, aplacar sus temperamentos para que sean dóciles, buenas mujeres y, sobre todo, buenas madres. La posibilidad de las mujeres de decidir sobre ellas mismas rompe la tradición, le arrebató al hombre su papel protector. Esta lectura es consistente con representaciones históricas de las mujeres, que han encarnado el pecado, la debilidad y la suciedad. Por ello, deben ser purificadas. Las mujeres así “son clasificadas de acuerdo con su comportamiento moral” (Melhuus & Stolen, 2007, p. 37) en “la buena mujer (la madre) y la mala mujer (la puta)” (Nencel, 2007, p. 71). El aborto sería así una señal más de libertad sexual de las mujeres y “[...] el Proyecto de Ley [sería] una “mala señal” a la sociedad chilena” (Palma, Moreno, & Alvarez, 2015, p. 57).

A pesar de que los medios han dejado de lado paulatinamente las fotografías de vientres con embarazos avanzados para ilustrar artículos sobre aborto, en el imaginario colectivo estas representaciones están instaladas y operan en ausencia del estímulo. En otras palabras, las imágenes se van asentando en nuestra memoria y van dejando huellas sobre las cuales otras imágenes se organizan. Este repertorio visual está estructurado y determinado socialmente. Es parte de los esquemas mentales que nos permiten entender el mundo y darle coherencia y regularidad allí donde ésta no existe. Las imágenes, entonces, instalan certezas que van nutriéndose y alimentándose de experiencias, conocimientos y otras informaciones. Los imaginarios son “matrices de sentido que existen en nuestras mentes, [y que] se inscriben dentro de la sociedad como sistema de interpretación del mundo” (Randazzo, 2012, p. 82).

En ese mismo sentido, es difícil no conmoverse frente a imágenes de niños y niñas o no empatizar con ellos, pues las imágenes emocionan, son leídas subjetiva y no racionalmente, se asumen como verosímiles pues se parecen demasiado a lo que a consideramos – o

sentimos – real. Son una evidencia. En este caso, los niños son la evidencia y la prueba de lo que serían embriones en caso de no ser abortados. El aborto elimina esa certeza, esa existencia. Lo que “es” podría “no haber sido”.

Las imágenes van ordenándose en los distintos esquemas mentales por similitud y oposición (diferencia), que es la manera básica que tenemos los seres humanos de aprender. Así, las imágenes simplifican el mundo y, a su vez, se ordenan en un esquema comprensivo cuya matriz es social. Lo bueno se opone a lo malo; la vida es buena, los niños son buenos, la muerte es mala; el aborto genera muerte, entonces el aborto es malo y, por extensión, las mujeres que se someten a un aborto también son malas. Por el contrario, las mujeres-madres son buenas al permitir que la vida siga su curso. Esta práctica de (re)producción simbólica permanente contribuye a instalar una falsa dicotomía en el imaginario colectivo: despenalización del aborto versus guagua.

4 Los temores de la sociedad chilena

Imagen 4 – Fotografía que ilustra la columna de opinión “Aborto, Libertad de escoger”



Fuente: Daniel Sánchez, El Morrocotudo online (www.elmorrocotudo.cl), 10 de Agosto, 2015.

Imagen 5 – Fotografía incluida en videos y campañas contra el aborto que muestra a un embrión de tres meses de gestación. Ha sido reproducida reiteradamente por distintos medios.



A los 3 meses mide 8 cm y pesa unos 25 g.

Fuente: www.elboyaldia.cl

Imagen 6 – Fotografía incluida en artículos sobre manifestaciones contra el aborto producida por organizaciones contrarias a la interrupción del embarazo, como www.hazteoir.org



Fuente: www.hazteoir.org

Hemos seleccionado otro grupo de imágenes que representan el *corpus* que puede ser agrupado en esta sección. En todos los casos, se trata de imágenes que son parte de una categoría; es decir,

las imágenes pueden ser distintas, provenir de fuentes diversas, pero son fáciles de reconocer como parte de alguno de los subgrupos.

Así, la primera de esta serie (imagen 4) es una estrategia utilizada por mujeres en las marchas y manifestaciones a favor de la despenalización del aborto que se han realizado en Chile estos últimos años. En este caso la leyenda escrita en el vientre de la mujer dice “El Estado no decide aquí”, reivindicando un derecho sobre el cuerpo que es parte de los argumentos utilizados por distintos movimientos –fundamentalmente feministas– que promueven la despenalización del aborto. Es una fotografía periodística, informativa.

De esta manera, a las fotografías de vientres prominentes del primer conjunto de imágenes analizado en la sección anterior, se contraponen las imágenes de vientres planos, que también podrían leerse como vientres vacíos. Una ausencia que es reemplazada por la escritura y lo letrado; o, en otras palabras, el capital cultural. El acceso a la educación, junto con el derecho a votar, está en la base de las luchas históricas de los movimientos pro emancipación de las mujeres a nivel mundial y ha sido el motor de muchas conquistas: profesionales, laborales, económicas y políticas. Sin embargo, como parte de la disputa de las mujeres por el espacio público, la demanda por el derecho a educarse y sus efectos también han sido leídos como atentatorios a la familia. De hecho, la postergación o cancelación de la maternidad para privilegiar otros objetivos ajenos al proyecto familiar es uno de ellos. El menor número de embarazos también. Aquí radica uno de los temores de la sociedad chilena, al decir de Araya: “El terror que se expresa en el rechazo al aborto desde la moral tradicional es que sea una forma de las propias mujeres de tener bajo control la reproducción” (Araya, 2015, p. 12).

Este tipo de imágenes plantea, además, la pregunta sobre las movilizaciones sociales, en particular las protestas callejeras, que están asociadas en el imaginario colectivo a la violencia, a los destrozos, al descontrol. Con ello, se ponen en movimiento memorias individuales y sociales sobre el clima de conflicto vivido durante la dictadura (1973 – 1990). Un medioambiente que (re)genera miedo, recuerda el temor cultivado e instalado en la experiencia colectiva en décadas pasadas.

La idea misma del conflicto como mecanismo para resolver diferencias fue evitado durante la primera parte del periodo de transición a la democracia (‘90s) y se hizo patente debido al silencio y el carácter pactado de la transición (Garretón, 1994; Godoy, 1999;

Hite, 2007). En esa misma década se reconstruyó el temor, esta vez producido por un enemigo interno que ya no era un terrorista sino que un delincuente, por lo que serían la inseguridad y el crimen los que desestabilizan la sociedad y las certezas instaladas con tanto esfuerzo (Guzmán, J.A., y Ramos, 2000; Salinas, 2008). En su enfoque y refuerzo han contribuido los medios de comunicación.

Por lo tanto, simbólica y estratégicamente, el espacio de la disputa política hoy debe oponerse a esta forma violenta de resolver las diferencias de antaño y debe ser más bien “civilizada”, esto es, a través de las instituciones que están pensadas para ello como el parlamento; y junto con ello, el desorden en las calles debe ser controlado.

Así, el vientre plano, ilustrado, remite a una imagen de desorden que hace estallar la pretensión simbólica – con ello visual – de lo que debe ser una sociedad postdictatorial. El mensaje inscrito – literalmente – en los vientres planos interpela al Estado y, específicamente, a quienes legislan, pero también a los ciudadanos en general. El mensaje refuerza visualmente la opción en disputa y hasta ahora prohibida: la decisión sobre el cuerpo es propia y es individual, cada mujer la toma. Por lo tanto, pasamos desde lo colectivo y la manifestación callejera y masiva, a un discurso y acción individual. En parte ello también puede ser leído como un síntoma de mujeres mezquinas e individualistas.

Ciertamente hay varios argumentos falaces en este tipo de lectura. Una de ellas es que en el caso del vientre expuesto se realiza lo que Mañalich ha denominado “[...] analogía invertida” [donde] la relación entre una persona y su ‘propio’ cuerpo pued[e] ser entendida como equivalente a una relación de propiedad sobre un objeto [y] una persona no sólo *tiene* un cuerpo, sino que al mismo tiempo *es* su cuerpo” (Mañalich, 2015, p. 26, el destacado es nuestro). Sin embargo, el argumento es utilizado de la misma manera por quienes están a favor o en contra de la despenalización del aborto. Así, se refuerza la lectura de los detractores.

El tipo de interpretación que se realiza en el caso de las imágenes es asociativa puesto que responde a la lógica de negociación que está a la base de la comprensión de un lector modelo. Así, el encuentro con el texto no se da en el vacío, no se trata de una experiencia única y aislada, sino todo lo contrario. Leer una imagen requiere movilizar experiencias: con otras imágenes, con otros medios, con otros contenidos. Su comprensión se inserta en el ritmo cotidiano, en el flujo

del quehacer y, por cierto, de la emoción. El sentido de una imagen se enlaza con otra y con una tercera, de esta manera se consolidan ciertas lecturas como las adecuadas y correctas. Así se va sedimentando la visualidad hegemónica.

Por otro lado, la imagen simplifica, estereotipa y se concentra en un número limitado de propiedades y características – de un actor, de un fenómeno, de un conflicto – lo que reduce las posibilidades de interpretación. Un ejemplo simple puede ilustrar este mecanismo: cuando una persona lee una novela, se imagina a los personajes a partir de la descripción que se hace de éstos y estos personajes serán distintos de acuerdo al registro previo que tenga cada uno de los lectores. Si, en cambio, vemos una película en que actores encarnan a esos mismos personajes, es muy difícil construir una imagen distinta a la propuesta visual de ellos, ésta es más fuerte que la lingüística y tiende a reemplazarla.

Volvamos a las imágenes de este apartado. La imagen 5 muestra un embrión, que el pie de foto afirma es de tres meses de gestación, que tiene una forma reconociblemente humana. Es la imagen de una ecografía, es decir una imagen tomada a través de un mecanismo que permite visualizar lo que se encuentra al interior de un útero. Esta claramente no es una fotografía periodística. El tiempo de desarrollo de ese feto es de tres meses que es el tiempo máximo en que el aborto es permitido en muchos países en el que éste es legal. Abortar significa entonces matar a algo que se asemeja a un ser humano. Con este tipo de imágenes “se presenta al aborto como un infanticidio [...] La ecografía, aunque está destinada a ser utilizada dentro de los límites de la clínica médica, ha devenido en las últimas décadas en instrumento público” (Palma, Moreno, & Alvarez, 2015, p. 44) al “mostrar” lo que se está eliminando. La imagen, nuevamente coacciona la lectura (Fiske, 1984). Se presenta como evidencia.

En tanto la imagen 6 muestra a un niño sonriente sosteniendo un cartel multicolor en el que se lee “fuimos embriones”. Un niño que aunque es el futuro del país hoy es presente y no habría sido si un aborto cortaba un proceso considerado “natural”. Los colores del cartel son los del arcoíris, los del sol, los de la luz, los de la vida. Se muestran al mundo, a todos. El niño es la evidencia concreta de la vida, y el texto nos implica a todos los lectores pues “todos fuimos” embriones. Cualquiera de nosotros podría no estar hoy. Por tanto, se refuerza la necesidad de no tomar decisiones de manera individual pues este es un problema de alcance social.

El vientre vacío se lee en conjunto con las otras dos imágenes. El aborto significa así que algo que ya estaba allí, no está más. Fue eliminado. La imagen 6 refuerza esta lectura. Aquello que fue eliminado es un/a niño/a y es la sociedad la encargada de protegerlo, por tanto es la sociedad la que falla si permite que ya no esté más.

En la prensa las mujeres suelen aparecer mayoritariamente en un papel de víctimas, como personas sensibles y delicadas, y por tanto frágiles, y si son incorporadas en tanto fuentes informativas, suelen corresponder a víctimas o testigos y no ubicadas en lugares de poder o saber. Esta construcción discursiva ya está difundida y bastante consagrada. No es muy difícil asociar esta imagen con la de la buena mujer que, cuando no lo es, o cuando hace algo malo, es responsabilidad del entorno. Esto se reproduce “En el debate [sobre la despenalización del aborto donde] se representa a la mujer [también] como una víctima de su acto de abortar, víctima del daño auto-inflingido” (Palma, Moreno, & Alvarez, 2015, p. 42). Se asocia su decisión con el sufrimiento y el dolor.

En menor medida, las mujeres también aparecen como victimarias, aquellas que la prensa bautizó como “la Quintrala” (en alusión a una figura de la colonia con fama de despiadada) o “la Geisha”. María del Pilar Pérez López, “la Quintrala”, contrató a un sicario para eliminar a su ex marido, a su pareja, a su madre y a la familia de su hermana (2011) y Anita Alvarado Muñoz, conocida como “la geisha chilena”, ejerció la prostitución en Japón y se vio envuelta en un fraude financiero en ese país. A su regreso a Chile ha estado vinculada al mundo del espectáculo. En ambos casos se conoce el desenlace en la forma de escarmiento: judicial con la condena de la primera y social con la exclusión de la segunda. La moraleja mediática es clara.

Las mujeres “malas” en general son presentadas con nombre y apellido y con un apodo, lo que hace evidente su carácter excepcional. Son pocas. En el caso del aborto, la mujer que se atreve a presentar su testimonio, es individualizada, y por tanto podría ser sindicada de “malvada” o “mala mujer”, pero también sucede que aparece muy pocas veces en otros medios como la televisión (Ibañez, 2016), pues “la palabra está interdicta para aquellas mujeres que han interrumpido su embarazo en virtud de una elección personal en torno a la maternidad, sin coerción, abandono o desamparo” (Palma, Moreno, & Alvarez, 2015, p. 13), más allá de las estrechas causales incluidas en la reforma legal y que, de alguna manera, establecen los límites de lo posible en la agenda pública sobre la interrupción voluntaria del embarazo.

Las imágenes de los cuerpos femeninos (con vientre abultado o plano) son de mujeres jóvenes. Mujeres sexualmente activas, en pleno ciclo reproductivo. Investigaciones previas (Antezana, 2007) han demostrado que los medios de comunicación simplifican y reducen al sujeto juvenil caracterizándolos/las de manera excesivamente positiva y excesivamente negativa, posicionándolo así en dos categorías opuestas: (1) como sujeto individual asociado a arquetipos positivos y relacionado con noticias de índole deportivo y/o; (2) como sujeto colectivo asociado a arquetipos negativos y relacionado con noticias de índole policial. En el caso del aborto, las imágenes se ordenan bajo este mismo esquema, así aunque “la asociación entre mujer, aborto y desvergüenza no es nueva” (Palma, Moreno, & Alvarez, 2015, p. 21), habría que agregar una característica más: joven.

En síntesis, las imágenes que se utilizan en los medios al hablar de la despenalización del aborto permiten reconocer en su conjunto algunos miedos de la sociedad chilena: (a) la resistencia al cambio (Antezana, 2015, p. 36) que proviene, entre otras razones, de la relación compleja con el pasado donde la división política del país se prolonga en la omisión o suspensión del conflicto; (b) la tensión no resuelta entre el modelo neoliberal cuya base es la construcción de un individuo versus la sociedad tradicional que pone al centro a la familia (Araujo & Martuccelli, 2012) y a los hijos/as – incluso por sobre la pareja – y; (c) la sexualidad femenina independiente como símbolo de emancipación que obliga a los hombres a replantearse su rol. Es decir, en todos los casos se pone en tensión el poder.

5 Conclusiones

Las imágenes que han sido parte de la construcción noticiosa chilena en la esfera digital sobre el aborto, en general, y sobre el debate para su despenalización en tres causales en específico, mantienen y refuerzan el orden hegemónico patriarcal que predomina en el imaginario colectivo nacional. De esta manera es posible explicar que, a pesar del debate, de la discusión, de los avances registrados en el país para la equidad de género en numerosos ámbitos, el sentido común predominante, cuando se habla de aborto, sea aún el de una sociedad tradicional de moral cristiana que lo asocia al infanticidio.

El discurso que acompaña las imágenes puede ser variado. Puede o no estar a favor del aborto. Puede plantear argumentos sobre la libertad de decidir ser o no madres de las mujeres, sobre los derechos que éstas tienen de regular su sexualidad y otras similares. Las imágenes, sin embargo, aunque ya no predominen las que muestran vientres prominentes de embarazos avanzados, o bebés sonrosados o piecitos de bebés, siguen reforzando las lecturas tradicionales, puesto que ya están instaladas en esquemas mentales que son reforzados por los medios de comunicación, en sus diferentes formatos, y que tienden a estabilizar la interpretación que se hace de los distintos acontecimientos relacionados con este tema.

Así, las imágenes nutren memorias que se construyen a partir de los medios. Estas se instalan en el mediano y largo plazo y se refuerzan entre los distintos medios, formatos y tipos de dispositivos, lo que puede explicar la resistencia al cambio puesto que se trataría de una modificación de aspectos vinculados con la cultura en un ámbito que no ha sido muy tomado en cuenta: las imágenes.

Las imágenes están asociadas a ciertas premisas que se constituyen como básicas, estructurales, y que permiten entender y darle sentido al mundo. Nuevas imágenes se ordenan en los mismos viejos esquemas. En relación a los imaginarios predominantes, la Iglesia lleva varios siglos de anticipación puesto que entendió, muy temprano, el poder que tenían las mismas para la evangelización (Freedberg, 2010), fundamentalmente porque trabajan la emoción y eliminan la distancia que, en el caso de mensajes elaborados en códigos más complejos (como la lengua) genera distancia.

El primer adiestramiento del cerebro realizado por el sistema social es el enseñar a mirar, por tanto a discriminar y distinguir la figura del fondo, a jerarquizar los estímulos visuales (Bozal, 1987), así son las imágenes que primero se inscriben como huellas visuales, las que más adelante serán reforzadas. La adquisición de la lengua, permitirá ordenar estas imágenes en una estructura básica, a modo de cimientos, de manera binaria – por semejanza y oposición. Cierto es que, a lo largo del tiempo y de la experiencia individual, así como de los conocimientos adquiridos, este primer ordenamiento irá modificándose, enriqueciéndose y reordenándose (Varela, 1998), pero para eso habrá que proveer de los estímulos necesarios.

Por lo que entra en juego la subjetividad con que es tomada esta fotografía, que cuando la miramos se superponen tres realidades: el hecho fotografiado, la mirada del fotógrafo en el momento de la toma y la interpretación de la imagen que hace el espectador. Cada una de estas realidades es diferente y está influida por los orígenes sociales, la ideología, la inteligencia, la sensibilidad o el inconsciente del fotógrafo y del espectador (Antezana, 2012).

En un contexto como el chileno, de alta concentración mediática y falta de pluralismo, la diversidad de enfoques, posturas y relatos que circulan en la esfera pública son limitadas, por lo cual, son los mismos imaginarios los que van reproduciéndose, y alimentándose en una espiral sin fin. En esas condiciones es difícil encontrar marcos de interpretación (Pintos, 2005) distintos a los tradicionales. Así, el discurso mediático va alimentando una opinión pública tradicional y conservadora permeada de valores que provienen de la moral cristiana, visualmente los argumentos pro-vida: niños sonrientes y felices se oponen a las protestas y a las manifestaciones callejeras, en una postura dicotómica que no admite zonas grises.

Con estos antecedentes es posible delinear algunas líneas de acción que contribuyan a proponer nuevas formas de comprensión y ordenamiento de los relatos que están en la base de la discusión sobre aborto en Chile, trasladando los argumentos discursivos lingüísticos al ámbito visual pues, reiteramos que “[...] el problema no son únicamente los periodistas, sino la inexistencia de alternativas. ¿Qué imágenes se pueden utilizar cuando se trata el aborto?” (Antezana, 2015, p. 36). En estas condiciones: (1) es necesario resignificar las imágenes que ya circulan proponiendo nuevas lecturas; (2) proponer otras imágenes que vayan reemplazando las existentes; (3) tomar conciencia de la importancia de las imágenes a la hora de difundir ideas y cambios a nivel cultural; y (4) entender las transformaciones en el campo de la producción de imágenes, la importancia de Agencias y el papel de los editores fotográficos, editores y periodistas en la selección de imágenes.

NOTAS

- 1 Los medios presentes en la web son de tres tipos: 1) Sitios web que nacen de medios de comunicación ya existentes y que replican el contenido de su versión impresa: por ejemplo, LaCuarta.com - Lun.com. 2) Sitios creados a partir de medios tradicionales pero que replican contenido del medio madre así como también crean nuevos para la web: por ejemplo, LaTercera.com - 24horas.cl. 3) Por último, existen medios que nacieron digitales, como ElMostrador.cl - ElCiudadano.cl. La muestra estuvo conformada por medios de las categorías dos y tres.
- 2 Empresa propiedad de Amazon.com que proporciona datos de tráfico y clasificaciones globales, entre otras informaciones, para 30 millones de sitios web.
- 3 Los hitos noticiosos más importantes del período fueron: (1) El discurso de 21 de mayo del 2014 de la Presidenta Michelle Bachelet, donde se pronuncia y llama a la discusión parlamentaria sobre el aborto terapéutico; (2) El caso de una niña de 13 años que en noviembre del 2014 presentaba dos de las causas que se presentaron en el discurso de la presidenta, estas eran violación y la inviabilidad del feto; (3) El 31 de enero de 2015 la presidenta Michelle Bachelet presentó el proyecto de ley de despenalización del aborto y lo envió al parlamento; (4) Denuncia que se realizó en marzo de ese año en la ciudad de Calama, sobre una mujer de 25 años que habría abortado, quien fue denunciada a carabineros por el médico que la revisó; (5) La negativa del rector de la Universidad Católica, Ignacio Sánchez, a realizar abortos en la red clínica perteneciente a la universidad en caso de aprobarse la ley; (6) Las polémicas declaraciones de la exministra de Salud Helia Molina en las que aseguró que en clínicas del barrio alto se realizaban abortos; (7) Los polémicos dichos del diputado Pablo Lorenzini en el que cuestionó la causal de violación del proyecto de despenalización del aborto en tres causales.
- 4 Se revisaron un total de 427 notas informativas, las que posteriormente fueron filtradas de acuerdo a los criterios de selección hasta llegar a un total de 21 notas.
- 5 Guagua es una palabra chilena utilizada para referirse a bebé.

REFERENCIAS

- Antezana, L. (2007). Los jóvenes “en” los noticieros televisivos chilenos. *Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación*, (5), 154–163. Recuperado de <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/15/15>
- Antezana, L. (2012). El “ciudadano” – telespectador en el discurso mediático chileno. *Revista Vivat Academia*, (118), 76–92.
- Antezana, L. (2015). *El papel de los medios de comunicación en la construcción de opinión pública sobre el aborto*. Diálogos sobre el aborto. Violación y aborto: historia, justicia y derechos en Chile. Santiago de Chile: Oficina de Igualdad de oportunidades de Género, Universidad de Chile.
- Antezana, L., & Lagos, C. (2015). El aborto en Chile: desacuerdo profundo online. In *La comunicación y sus desafíos para la investigación e investigadores del Siglo XXI: Perspectivas en Contextos de incertidumbre*. II Congreso Nacional de la Asociación Chilena de Investigadores en Comunicación Social (pp. 6–16). Antofagasta: Asociación Chilena de Investigadores en Comunicación Social.
- Araujo, K., & Martuccelli, D. (2012). *Desafíos comunes*. Retrato de la sociedad chilena y sus individuos. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Araya, A. (2015). *Violación, aborto y embriones: las fronteras del estado laico y de una sociedad de derechos en perspectiva histórica*. Diálogos sobre el aborto. Violación y aborto: historia, justicia y derechos en Chile. Santiago de Chile.
- Berndt, S., Soto, C., & Venegas, N. (2015). *Imagen y Aborto: la representación del aborto en los medios digitales*. Universidad de Chile.
- Bozal, V. (1987). *Mimesis: las imágenes y las cosas*. Madrid: Visor.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. doi: 10.1191/1478088706qp063oa
- Charaudeau, P. (2005). *Les médias et l'information*. L'impossible transparente du discours. Bruselas: Éditions De Boeck Université.
- Fiske, J. (1984). *Introducción al estudio de la comunicación*. Bogotá: Norma.
- Flores, R., & Naranjo, C. (2014). Análisis de datos cualitativos: el caso de la grounded theory (teoría fundamentada). In M. Canales (Ed.), *Escucha de la escucha*. Análisis e interpretación en la investigación cualitativa (pp. 75–113). Santiago de Chile: LOM Ediciones.

Freedberg, D. (2010). *El poder de las imágenes*. Madrid: Editorial Cátedra.

Garretón, M. A. (1994). Transición incompleta y régimen consolidado. Las paradojas de la democratización chilena. *Revista de Ciencia Política*, 16(1-2), 21-32.

Gerber, E. (2015, January 31). Carta abierta a medios masivos, por cobertura del tema "aborto." *Sitiocero.net*. Recuperado de <http://sitiocero.net/2015/01/carta-abierta-a-medios-masivos-por-cobertura-del-tema-aborto/>

Godoy, O. (1999). La transición chilena a la democracia: Pactada. *Estudios Públicos*, (74), 79-106.

González, A. C. (2011). *Una mirada analítica a la legislación sobre interrupción del embarazo en países de Iberoamérica y el Caribe*. Santiago de Chile.

Guzmán, J.A., y Ramos, M. (2000). *La guerra y la paz ciudadana*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.

Hite, K. (2007). La superación de los silencios oficiales en el Chile posautoritario. In A. Pérotin-Dumon (Ed.), *Historizar el pasado vivo en América Latina* (pp. 1-41). Santiago: Universidad Alberto Hurtado.

Ibañez, M. J. (2016). *Subterráneas e invisibles: Aborto en noticieros televisivos*. Universidad de Chile.

Landsberg, A. (2004). *Prosthetic Memory: The transformation of American Remembrance in the Age of Mass Culture*. Nueva York: Columbia University Press.

Mañalich, J. P. (2015). Solidaridad, propiedad y autonomía: la permisividad del aborto frente a tres formas del pensamiento jurídico. In *Diálogos sobre el aborto. Violación y aborto: historia, justicia y derechos en Chile*. Santiago: Oficina de Igualdad de oportunidades de género, Universidad de Chile.

Melhuus, M., & Stolen, K. A. (Eds.). (2007). *Machos, putas, santas. El poder del imaginario de género en América Latina*. Buenos Aires: Editorial Antropofagia.

Nencel, L. (2007). Pacharacas, Putas y Chicas de su casa: etiquetando feminidad y sexualidad masculina en Lima. In M. Melhuus & K. A. Stolen (Eds.), *Machos, putas, santas. El poder del imaginario de género en América Latina* (pp. 65-88). Buenos Aires: Editorial Antropofagia.

Palma, I., Moreno, C., & Alvarez, A. (2015). *Contribución al debate parlamentario en torno al Proyecto de Ley sobre la despenalización de la interrupción voluntaria del embarazo en tres causales*. Santiago de Chile: Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile.

Pintos, J. L. (2005). Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales. *Utopía Y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 37–65.

Randazzo, F. (2012). Los imaginarios sociales como herramienta. *Imagonautas*, 2(2), 77–96.

Salinas, C. (2008). *La seguridad y la administración mediática del miedo*. El delito en los editoriales de El Mercurio y La Tercera. Universidad de Chile.

Subtel. (2016, April 7). *Accesos a Internet Llegan a 13,1 millones y uso de smartphones sigue en alza según estadísticas de telecomunicaciones*. Recuperado de <http://www.subtel.gob.cl/accesos-a-internet-llegan-a-131-millones-y-uso-de-smartphones-sigue-en-alza/>

Varela, F. (1998). *Conocer*. Barcelona: Gedisa.

LORENA ANTEZANA. Académica e investigadora del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Periodista, licenciada y magíster en Comunicación Social por la Universidad de Chile. Doctora en Información y Comunicación por la Universidad Católica de Lovaina (Bélgica). Email: lantezana@uchile.cl

CLAUDIA LAGOS. Académica e investigadora del Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Periodista, licenciada en Comunicación Social y magíster en Estudios de Género por la Universidad de Chile. Candidata a doctora en *Communications and Media* en la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign, Estados Unidos. Email: cllagos@uchile.cl

RECEBIDO EM: 20/08/2017 | ACEITO EM: 14/05/2018

ARTIGO

O “MENINO NEGRO” DA FOTO:

a produção de sentidos nos comentários dos leitores do *El País*¹

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

THAÍS FURTADO

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre – RS, Brasil
ORCID: 0000-0001-9474-1800

JULIANA DORETTO

Universidade de São Paulo, São Paulo – SP, Brasil
ORCID: 0000-0003-3078-2165

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1149

RESUMO – A imagem publicada pelo fotógrafo Lucas Landau em sua página no *Facebook*, mostrando um menino negro, sem camisa, vendo a queima de fogos no réveillon de Copacabana, causou polêmica nas redes sociais, com diferentes interpretações sobre a fotografia e a criança retratada. O jornal espanhol *El País*, em sua versão brasileira, produziu dois textos sobre o assunto, os quais, por sua vez, também geraram vários comentários de usuários da rede *Facebook*, no perfil da publicação. Por meio da análise do discurso de linha francesa, este artigo analisa essas manifestações, que exprimem a recepção dos textos do *El País*. O objetivo foi compreender as percepções sociais da concepção contemporânea de infância, por meio das reações dos comentaristas. Pelo estudo, percebe-se que o garoto tem sua individualidade suprimida e se torna “palco” para discussões sociopolíticas. Isso reflete o que se tem visto de forma geral nas representações da infância no jornalismo: o papel das crianças como atores sociais ativos é ignorado, e elas são mostradas somente como seres tutelados.

Palavras-chave: Infância. Jornalismo. Participação do leitor. Recepção. Análise do discurso.

**THE “YOUNG BLACK MAN” IN THE PHOTO:
the production of meaning in reader comments from the *El País* newspaper**

ABSTRACT – The image of a shirtless black child in Copacabana watching the New Year’s Eve fireworks, published by photographer Lucas Landau on his *Facebook* page, was a focus of controversy across social media and produced a number of different interpretations about both the photograph and the boy in it. The Brazilian edition of the Spanish newspaper *El País* produced two texts on the subject, both of which brought about varying comments from Facebook users. Using the French discourse analysis as a basis, this article analyzes

interpretations expressed about the texts published in *El País*. The goal was to understand social perceptions of the current conception of childhood by analyzing the reactions conveyed in the comments. Our research showed us that the kid's individuality goes undisclosed and he becomes a platform for sociopolitical discussions. This is quite common in journalism and how it represents contemporary childhood: the role of children as active social actors is disregarded, and they are simply portrayed as being in need of protection.

Key words: Childhood. Journalism. Participation of the reader. Reception. Discourse analysis.

EL “NIÑO NEGRO” DE LA FOTO: la producción de sentidos en los comentarios de los lectores de *El País*

RESUMEN – La imagen publicada por el fotógrafo Lucas Landau en su página del *Facebook*, mostrando a un niño negro, sin camisa, viendo la quema de fuegos en el año nuevo, en Copacabana, causó polémica en las redes sociales, con diferentes interpretaciones sobre la fotografía y el niño retratado. El diario español *El País*, en su versión brasileña, produjo dos textos sobre el tema, los cuales, a su vez, también generaron varios comentarios de usuarios de la red *Facebook*, en el perfil de la publicación. Este artículo hace un análisis de esas manifestaciones, que expresan la recepción de los textos de *El País*, por medio del análisis del discurso de línea francesa. El objetivo fue comprender percepciones sociales de la concepción contemporánea de la infancia, por medio de las reacciones de los comentaristas. Por medio del estudio, se percibe que el chico tiene su individualidad suprimida y se convierte en “escenario” para discusiones sociopolíticas. Esto refleja lo que se ha visto de forma general en las representaciones de la infancia contemporánea en el periodismo: el papel de los niños como actores sociales activos es ignorado, y ellas son mostradas sólo como seres tutelados.

Palabras clave: Infancia. Periodismo. Participación del lector. Recepción. Análisis del discurso.

1 A foto do menino negro

Nas manhãs do primeiro dia do ano, telejornais e portais de notícia costumam compartilhar imagens parecidas: no céu escurecido, raios de luzes de diferentes cores desenham formatos circulares, envoltos em fumaça. São as queimas de fogos de artifício, que marcam a entrada do novo ciclo, num ritual que se repete em várias partes do globo terrestre. No Brasil, as luzes que coloreem o céu da orla da praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, ganham títulos como os de “maior festa do planeta”², “tradicional festa de Réveillon”³ e “queima de fogos mais tradicional do Brasil”⁴. Em 2018, no entanto, as imagens do mar carioca iluminado pelos explosivos dividiram espaço com outra, em que as luzes não eram o destaque, mas iluminavam a cena captada: um instante registrado com uma câmera fotográfica voltada para o lado oposto ao dos

fogos, direcionada para a multidão que comemorava a chegada da meia-noite nas areias da praia.

Lucas Landau, fotógrafo carioca, que cobria o evento para a agência de notícias *Reuters*, postou em seu perfil na rede social *Facebook*⁵, na madrugada do dia 31 para o 1º, uma das fotos realizadas durante o trabalho, retratando um menino negro, sem camisa, de semblante admirado, olhando para os fogos. Em segundo plano, pessoas vestidas de branco comemoram a passagem do ano. Junto dessa imagem, acima dela, há outra, em que o menino aparece de costas, em segundo plano (Fig. 1). Mas foi apenas a primeira que conseguiu grande repercussão: mais de 33 mil reações de usuários da rede (traduzidas nos botões “curtidas”; “amei”; “uau” etc.) e mais de 8 mil compartilhamentos⁶. Nesse processo, Landau acrescentou um texto à foto, em que diz⁷: “eu estava a trabalho fotografando as pessoas assistindo aos fogos [...]. ele estava lá, como outras pessoas, encantado. perguntei a idade (9) e o nome, mas não ouvi por causa do barulho. [...] existe uma verdade, mas nem eu sei qual é. me avisem se descobrirem quem é o menino [...]”

Figura 1 – Postagem de Lucas Landau; abaixo, a foto que mais repercutiu



Fonte: Facebook (reprodução).

Esse movimento das redes chamou a atenção de veículos jornalísticos brasileiros, como *Correio Braziliense*⁸ (jornal), *UOL*⁹ (site), *Exame*¹⁰ (revista); e até o diário norte-americano *The Washington Post*¹¹ publicou sobre o evento. Outro periódico que reportou o acontecimento foi a versão nacional (e eletrônica) do jornal espanhol *El País*¹². Em 3 de janeiro, veio o texto intitulado “A foto do menino negro que fala de como vemos um menino negro”¹³, cujo subtítulo foi “Imagem de criança observando fogos no réveillon de Copacabana levanta debate”, também veiculado na página do jornal no *Facebook*. O trabalho, assinado por María Martín, reproduz a fala de Landau que acompanhou a postagem da foto em seu perfil no *Facebook*, mas traz um ângulo pouco abordado nas demais coberturas do tema: além de apresentar as diferentes interpretações que a foto originou em comentários das redes sociais, envolvendo, sobretudo, desigualdade social e racismo, o texto discute, com várias fontes, as razões dessas perspectivas.

Assim, a reportagem destaca que essa repercussão fez lideranças do movimento negro questionarem a representação estereotipada do povo preto no imaginário da sociedade brasileira: “As pessoas que olham aquela foto estão pré-condicionadas a entender que a imagem de uma pessoa negra é associada a pobreza e abandono, quando na verdade é só uma criança negra na praia”, disse o escritor Anderson França ao *El País*. A opinião é compartilhada com Mayara Assunção, do coletivo de mulheres negras Kianda, e com Suzane Jardim, educadora e historiadora, que disse: “A questão é perceber como o corpo negro deixa de ser dotado de individualidade para se tornar um símbolo que dialoga com a culpa de pessoas que o percebem como inferior na primeira olhada”. A reportagem também ouviu Tales Ab’Saber, psicanalista, e Fernando Costa Netto, proprietário da Doc Galeria de fotojornalismo e fotografia documental, que defendem as múltiplas interpretações que a imagem proporciona: “A foto tem uma vida própria. O movimento negro se inquieta com o clichê e a redução do papel do negro e a esquerda branca – e negra – vê nessa imagem o risco da cisão social brasileira, num tempo em que isso está de volta na pauta política”, afirma Ab’Saber ao periódico. Por fim, a reportagem diz que “o fotógrafo foi criticado por expor a criança sem o consentimento dos pais e oferecer seu e-mail a quem se interessou em comprar a fotografia”. Landau nega: ‘Nada foi comercializado por mim, e nem será, sem a autorização da criança e dos responsáveis’.”

Em 10 de janeiro, o *El País* traz um novo texto: “A história

por trás da foto do menino negro de Copacabana”¹⁴, com o subtítulo “Garoto cuja imagem viralizou após o réveillon acompanhava mãe que vendia chaveiros na praia. Família mora em favela dominada pelo tráfico e chegou a prestar queixa na polícia após a divulgação”. Esse novo trabalho, mais curto e também assinado por María Martín, conta a história do menino fotografado:

[...] No dia 31 de dezembro o garoto de oito anos saiu com sua mãe da favela onde moram a caminho de uma das praias mais famosas do mundo. A família, sem pai e formada por mais três irmãos, mora num prédio ocupado e dominado pelo tráfico. Eles não percorreram os 17 quilômetros que separam sua casa da areia para curtir a festa vestidos de branco. A mãe, de 35 anos, é vendedora ambulante e, naquela noite, saiu para vender chaveiros entre os 2,5 milhões de pessoas que comemoravam o réveillon à beira da praia. Ao começarem os fogos, o pequeno se separou da mãe e foi dar um mergulho quando, em seguida, ficou absorto ao observar o espetáculo de luzes no mar. (María Martín, 2018, parágrafos 1 e 2).

Não houve nenhuma entrevista: as informações foram obtidas por meio de postagem do fotógrafo em “suas redes sociais” (contando que conheceu o garoto e sua mãe, mas dizendo que vai deixar esse encontro como um “momento privado”) e por meio da queixa que a mãe do menino registrou na delegacia de Repressão de Crimes de Informática (à qual o jornal teve acesso). Ela “acreditava que o fotógrafo estava comercializando a imagem sem seu consentimento, algo que Landau sempre negou. A polícia, de fato, não identificou nenhum crime, não haverá investigação e a denúncia ficou resumida a apenas um registro”, afirma a publicação. A reportagem acaba dizendo que “tentou conversar com a mãe, mas ela se negou. Quer proteger seu filho”. Esse texto também foi publicado no perfil do jornal no *Facebook*.

A postagem do primeiro texto nessa rede social ocorreu em 2 de janeiro de 2018¹⁵, às 19h18, e gerou, em levantamento feito por nós em 11 de janeiro (às 21h), 749 comentários. A publicação da segunda reportagem, no dia 10 de janeiro, às 18h20¹⁶, provocou, até esse mesmo momento de nosso registro, 182 comentários. É sobre essas falas que este trabalho se volta, na tentativa de tentar entender que sentidos são construídos nas postagens desses usuários do *Facebook*, por meio da análise do discurso de linha francesa (AD). É importante ressaltar que não é nosso objetivo analisar a imagem da foto, embora tenhamos consciência de que ela foi a disparadora de toda a discussão que se

segiu. Entende-se que, para além das interpretações ressaltadas no primeiro texto do *El País*, a reação dos comentadores revela percepções sociais da concepção contemporânea de infância, tema ao qual estas pesquisadoras têm dedicado seus trabalhos (Furtado, 2013; Doretto, 2018).

Nossa hipótese é a de que os comentadores refletem a representação tradicional da infância que vem sendo edificada pela mídia ao longo dos anos, na qual as crianças não aparecem como atores sociais ativos, mas como seres tutelados, cuja voz é obliterada pela de seus responsáveis (sejam os pais, sejam instituições que se voltam para a infância). Propomos, então, uma reflexão sobre o tema por defendermos que crianças devem ser consideradas cidadãos com direitos de proteção, mas também de participação social (Buckingham, 2000). O próprio Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA (Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990), principal legislação sobre os direitos da infância e adolescência no Brasil, considera que todos os “menores de idade” são sujeitos de direito, ou seja, que devem participar da vida social, para além de serem alvos de proteção.

2 Crianças e o discurso interdito

Neste trabalho, partimos da afirmação de que a infância é uma construção social, edificada, segundo a perspectiva foucaultiana (1996¹⁷), por meio dos diferentes discursos que falam da(s) e para a(s) criança(s). Nesse sentido, o jornalismo é em si um dos discursos, mas também palco para a legitimação de outros, pois faz parte de um sistema que faz circular, de forma controlada, os discursos que tentam impor sua “vontade de verdade” à sociedade, ou seja, que buscam ser atestados como críveis, importantes, dignos de nota e adesão, escamoteando por vezes a concretude que representam, pois o “verdadeiro” não está ali, e, sim, no efeito produzido pelo discurso: “Suponho que em toda sociedade a produção do discurso é, ao mesmo tempo, controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (Foucault, 1996, p. 9).

Vale lembrar ainda que, nessa arena, o discurso da criança é um dos que tradicionalmente não ocupam espaço na luta pela

“vontade de verdade”; a criança é ser interdito, alijado do direito de fazer circular seu discurso entre outros, por ser considerado não dotado de razão plena – pelo crescimento cognitivo que se apresenta nessa fase da vida (Doretto & Costa, 2012). Foucault lembra-nos já que essa interdição discursiva foi construída na Antiguidade, mas estudos da representação da criança na imprensa mostram-nos que essa exclusão persiste, ainda que avanços tenham sido notados, sobretudo na perspectiva do discurso da criança consumidora.

A palavra proibida, em ordem decrescente, aos escravos, crianças e mulheres, determina o lugar de gestação dos discursos, lugar que por sua vez se constrói por seus interesses. Os rituais de comunicação, hierarquizando (só dirigiremos a fala ao soberano se formos interpelados, por exemplo), constroem o mesmo sistema de interdição em que se firma (legítima) o lugar de *verdade* pela proibição de outras vozes. A ideia de que todos podem e devem falar é historicamente recente: nasce com o pensamento sobre a igualdade dos homens e a ideologia que lhe seguiu. (Gomes, 2000, p. 47).

Ou seja, as crianças são tradicionalmente representadas no jornalismo não por meio de suas próprias falas, mas pelos discursos de seus pais e tutores ou de representantes de órgãos que falam sobre elas, como escolas e organizações de saúde. Essa forma de representação faz com que a criança não apareça como cidadã plena, que participa da vida social (a não ser como consumidora), mas como uma imagem dicotômica: ou é indivíduo ingênuo e puro, a ser protegido (no caso das crianças de classes mais altas), ou então um sujeito sob a responsabilidade do Estado, porque cometeu crimes (e assim teria perdido até mesmo sua condição idealizada de infante atrelada à inocência), ou porque está em situação de vulnerabilidade (com a sua condição de “ser criança” posta em risco)¹⁸.

Esse tipo de representação não dá conta do que prega a Convenção sobre os Direitos da Criança (1989), da Organização das Nações Unidas – ratificada pelo Brasil e documento-base do ECA –, que defende que a criança, para além de direitos à proteção e à provisão (de bens, materiais ou não), tem também garantias quanto à participação cidadã. O documento, fruto das lutas dos movimentos políticos em torno das questões da infância, tem sido compreendido como um registro do avanço na compreensão social da criança como sujeito de direitos, partícipe ativa do cotidiano em que está inserida.

3 O lugar da recepção

Berger (1996) compreende o discurso jornalístico pelo poder de constituir e não só descrever aquilo que está representando. “Para trabalhar o jornalismo esta perspectiva é determinante, pois deixa de reivindicar a imparcialidade ou a neutralidade na passagem do acontecido para o editado e reconhece a notícia como processo de construção de um acontecimento pela linguagem” (Berger, 1996, p. 189). No caso de um texto publicado na internet e que se dissemina pelas redes sociais, o acontecimento vai se ressignificando também pelos comentários dos leitores. Tanto é assim que no primeiro texto aqui apresentado, intitulado “A foto do menino negro que fala de como vemos um menino negro”, a autora já traz a repercussão que o acontecimento inicial – a publicação da foto por Lucas Landau – teve nas redes sociais, provocando novos sentidos sobre ele. A atividade jornalística, portanto, pode ser compreendida enquanto um processo de produção de sentido (Berger, 1996).

Assim, como já dito, por meio da análise da recepção do texto do *El País*, expressa nos comentários postados em rede social, e sob a perspectiva da análise do discurso de linha francesa, queremos identificar e compreender quais sentidos estão presentes nesses comentários, ultrapassando essas camadas aparentes da atribuição de significados dos comentadores (trabalhadas inclusive por esse primeiro texto publicado no jornal), avançando nos estudos sobre a concepção social da infância contemporânea, a partir dos discursos circulantes por meio da imprensa que dão forma ao que entendemos ser criança hoje (especialmente, nesse caso, negra e pobre).

Especificamente para a compreensão do discurso jornalístico, consideramos extremamente rica a análise do discurso, já que, assim como as análises de recepção pelo viés dos estudos culturais, a AD foge do entendimento da transmissão da informação como algo linear: emissor, mensagem, receptor, se comunicando em um processo serializado e ordenado. “Na realidade, a língua não é só um código entre outros, não há essa separação entre emissor e receptor, nem tampouco eles atuam numa sequência em que primeiro um fala e depois o outro decodifica etc.” (Orlandi, 2000, p. 21). O processo de significação se realiza o tempo todo e ao mesmo tempo.

Para isso, entendemos que não basta voltar o olhar para as falas publicadas na rede social, mas é preciso buscar compreender o circuito em que esses comentários são gerados, tendo em vista que os

receptores “são produtores de sentido e da própria história, embora não detenham controle da totalidade desse processo. [...] afinal, é o circuito da produção-consumo que chamamos de recepção” (Figaro & Grohmann, 2017, p. 156). Ou seja, os sujeitos, ao comunicarem, “negociam” os sentidos recebidos, por exemplo, por meio do jornalismo (nesse caso, pelo texto publicado pelo *El País*), aceitando o que lhes parece coerente, desconfiando de alguns significados ou rechaçando aqueles que não se alinham às suas concepções de mundo, ainda que esse processo seja sempre marcado por sentidos preferenciais (ou, retomando Foucault, aqueles que vêm conseguindo impor sua “verdade”). Para entender melhor esse processo, é importante também nos voltarmos para as condições de produção dos textos (jornalísticos) circulantes, para as matrizes tecnológicas que lhe dão forma e que permitem a sua circulação, para as matrizes culturais em que os textos são produzidos e compreendidos e para as condições em que essa interpretação, pelo leitor, é feita: ou seja, descrevemos aqui o que Martín-Barbero (2001) denomina como as mediações culturais que estruturam os processos de recepção.

Tendo em vista a impossibilidade, nos limites deste artigo, de conseguirmos nos aproximar dos sujeitos comentadores, de modo a compreender seus cotidianos, seus pontos de vista e visões de mundo, vamos então voltar o olhar brevemente para o processo de produção, buscando entender o espaço para a participação do público que vem sendo oferecido pelos veículos jornalísticos e reivindicado pelos leitores. Assim, aqui, nos guiamos pelo já citado circuito da produção-consumo, olhado a partir dos discursos dos sujeitos receptores, com especial atenção para a plataforma que permitiu sua criação e circulação.

Outra das razões para deslocar-se da recepção, como lugar a partir do qual o pesquisador se posiciona para investigar o processo comunicativo, diz respeito à dinâmica que vem sendo instituída pela própria mídia, de esmaecimento das fronteiras entre produção e recepção através do chamamento cada vez mais crescente dos receptores para participarem da esfera da produção. Assim, eles se transformam em protagonistas dos mais variados textos – dos reality shows às cartas de leitores, dos materiais jornalísticos centrados no protagonismo de sujeitos ordinários aos blogs da internet. (Escosteguy, 2009, pp. 3 – 5).

A seguir, portanto, refletiremos sobre esse espaço on-line de participação do público, que vem sendo observado na produção jornalística contemporânea.

4 O lugar dos comentários sobre o menino negro

No site da edição brasileira do *El País*, o leitor que queira emitir uma opinião sobre o texto publicado pelo jornal não vai encontrar lugar para isso. Há, no menu da página, a opção “Siga-nos em”, seguida dos ícones correspondentes às redes sociais *Twitter* e *Facebook*. Neste último caso, que nos interessa neste estudo, 913 mil usuários (ou contas) “curtiram” a página do jornal, o que significa que eles verão circular *links* com notícias do jornal em suas visitas à rede social – caso o algoritmo da rede social, que determina o aparecimento de *posts* publicados por outrem em suas páginas pessoais, permita. Nessas postagens, o *Facebook* deixa que usuários possam “comentar” o que leram ou viram, e é nesse lugar virtual onde falamos os comentadores cujos discursos analisamos neste texto.

Carpentier (2012) defende que se diferencie a participação do simples acesso ou da interação. Para o autor, a primeira se refere a processos de decisão mais igualitários (na esfera democrática, mas também nos circuitos midiáticos), enquanto os demais são apenas condições para que isso aconteça. Olhando especificamente para a mídia e para o jornalismo, o acesso refere-se à possibilidade de usar tecnologias pelas quais se possa receber conteúdo midiático, ou mesmo ao oferecimento desse conteúdo pela mídia, ou ainda à existência de canais em que o leitor possa falar o que pensa sobre a produção por ele encontrada. Há aqui a ideia de “presença” ou de “existência”. Quanto à interação, são “relações sociocomunicativas com a esfera midiática” (Carpentier, 2012, p. 174¹⁹), que podem ser a interpretação pelo público do conteúdo recebido (entendido, segundo Carpentier, de modo complexo, tal como defendem os estudos de recepção), a interação de “audiência para audiência” no consumo desse conteúdo (como no caso analisado neste trabalho), ou a produção compartilhada desse material, em circuitos institucionais bem definidos, entre as organizações midiáticas e o público. Já a participação deve ser compreendida de forma estrutural, em processos nos quais todos possam interferir na criação de conteúdo e no desenvolvimento e aplicação de políticas públicas que envolvam a comunicação. O autor ainda chama a atenção para o fato de que, ainda que esse nível máximo de participação esteja longe de ser traduzido na prática cotidiana, é preciso compreender que as lutas sociais têm feito que algum estágio participativo possa ser atingido.

A repercussão da foto de Landau nas redes sociais parece ser um exemplo dessa luta social, já que foi a reação pública alcançada que motivou a publicação do texto sobre o fato pelo jornal, num caso em que o leitor conseguiu, de algum modo, interferir na criação do conteúdo midiático. No entanto, não se notam, nas mensagens analisadas, respostas do órgão publicador a seus leitores, o que não é exclusivo do jornal de origem espanhola, mas já foi mostrado em trabalhos que analisaram comentários relacionados à imprensa inglesa (Graham, 2013) e à brasileira (Caminada, 2015), ressaltando a inexistência de estrutura nas redações para fazer esse acompanhamento. Porém, isso não significa que essa interação, para usar o termo proposto por Carpentier, não possa interferir no ciclo da produção-recepção jornalística, estudado neste artigo: “[...] essas vozes que competem são colocadas num contexto de debate público, produzindo um tipo de informação mais deliberativa do que alguém iria receber na leitura solitária do artigo jornalístico. É esse tipo de informação deliberativa que é crucial para a esfera pública” (Graham, 2013, p. 123²⁰).

Nos comentários analisados neste trabalho, há uma intensa troca de mensagens entre os comentadores, reverberando o que afirma Graham. Assim, na internet, essa relação entre o jornal, a jornalista espanhola María Martín e os leitores – que tentam interagir por meio de comentários não só com ela, mas também entre eles – potencializa o processo de significação aqui analisado. Ele pode, inclusive, ser feito em várias temporalidades: há pessoas que comentam um texto imediatamente após sua publicação e há outras que terão acesso ao texto depois, podendo comentá-lo a qualquer momento. É nesse contexto que será feita a análise dos comentários, a partir do conceito de formação discursiva, sobre o qual falaremos mais a seguir.

5 O menino negro e as formações discursivas

Partindo da proposta de Benetti (2007) de que a AD é especialmente produtiva para dois tipos de estudos no jornalismo – mapeamento de vozes e identificação de sentidos –, a análise que apresentaremos se serve da AD para perceber sentidos de discursos que estão presentes nos textos – no caso, os comentários dos leitores sobre os dois textos do *El País* já apresentados. Como já citado, cabe ao analista perceber que existe uma camada visível (o texto) e outra camada discursiva, determinada histórica e ideologicamente,

e que só pode ser percebida por meio da análise. Para chegar a essa camada discursiva, no entanto, é preciso compreender o conceito de formação discursiva (FD).

Um dos primeiros a se debruçar sobre o conceito de FD foi Foucault (1995²¹), dizendo que ela se estabelece a partir de determinadas regularidades, do tipo ordem, correlação, funcionamento e transformação. As regras de formação determinam condições de existência, coexistência, modificações e desaparecimento de uma repartição discursiva dada. Para o autor, uma FD “coloca o princípio de articulação entre uma série de acontecimentos discursivos e outras séries de acontecimentos, transformações, mutações e processos. Não se trata de uma forma intemporal, mas de um esquema de correspondência entre diversas séries temporais” (Foucault, 1995, p. 82). O discurso, então, é constituído por um conjunto de enunciados que provém do mesmo sistema de FD. Um enunciado pertence a uma FD como uma frase pertence a um texto.

Pêcheux e Fuchs (1993) tomam a noção de FD concebida por Foucault, mas a redimensionam de acordo com os princípios da AD, relacionando-a e submetendo-a à ideologia. Num primeiro momento da análise do discurso, Pêcheux propunha que uma FD fosse “[...] um *corpus* fechado de *sequências discursivas*, selecionadas [...], num espaço discursivo [...] dominado por condições de produção estáveis e homogêneas” (Pêcheux, 1993, p. 312). Nesse caso, a análise discursiva limitava-se a construir “sítios de identidades parafrásticas intersequenciais”. Numa segunda fase, Pêcheux começa a enxergar a noção de FD de outra forma, relacionando-a com as noções de sentido e de sujeito do discurso como abertas, mutáveis. Pêcheux, então, passa a conceber que o sentido decorre das relações que os elementos linguísticos mantêm com outros elementos pertencentes à mesma FD; logo, ela passa a ser entendida de outra forma. Pêcheux (1993, p. 314) conclui que “[...] uma FD não é um espaço estrutural fechado, pois é constitutivamente ‘invadida’ por elementos que vêm de outro lugar (isto é, de outras FDs) [...]”.

Dessa forma, compreende-se que as palavras mudam de sentido de acordo com as posições sustentadas por aqueles que a empregam. Pêcheux (1995, p. 160) define como formação discursiva “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, pelo estado de luta de classes, determina o que pode e deve ser dito”. O sentido se constitui, então, “a partir das relações que as diferentes

expressões mantêm entre si, no interior de cada FD, a qual, por sua vez, está determinada pela formação ideológica (FI) de que provém” (Indursky, 1997, p. 32).

Para Orlandi (1996), do ponto de vista da análise do discurso, a mera repetição (paráfrase) já significa diferentemente, pois introduz uma modificação no processo discursivo. Quando alguém diz a mesma coisa duas vezes, há um efeito de sentido diferente a cada realização, pois se trata de dois acontecimentos diferentes. Ao mesmo tempo, duas palavras diferentes podem reafirmar um mesmo sentido. O que vai determinar os processos discursivos será a FD na qual o sujeito falante se insere. O sentido de um enunciado sempre pode deslizar e tornar-se outro, de acordo com a formação discursiva à qual está relacionado, e as palavras, expressões ou proposições irão mudar de sentido ao passar de uma FD para outra. Por outro lado, palavras literalmente diferentes podem ter sentidos semelhantes se estiverem dentro de uma mesma FD. Isso significa que a AD não acredita em sentido literal. Indursky (1997) diz que a FD é o lugar da constituição do sentido.

Na prática, para analisar um texto, é preciso primeiro identificar as FDs nele presentes. “Consideramos que uma FD é uma espécie de *região de sentidos*, circunscrita por um limite interpretativo que exclui o que invalidaria aquele sentido – este segundo sentido, por sua vez, constituiria uma segunda FD” (Benetti, 2007, p. 112). O trabalho do analista é identificar e reunir trechos do texto – chamados de sequências discursivas – em torno de sentidos nucleares. Cada um desses núcleos de sentido forma uma FD. “Assim, existem tantas formações discursivas quantos sentidos nucleares pudermos encontrar em um texto” (Benetti, 2007, p. 112).

No caso deste estudo, consideramos todos os comentários publicados pelos leitores nas duas reportagens já apresentadas do *El País* como textos produzidos por diferentes enunciadorees. Consideramos tanto comentários originais quanto respostas aos comentários, que estabelecem uma interação entre os leitores. Posteriormente, identificamos entre esses comentários sequências discursivas em torno de sentidos nucleares, identificando, então, as formações discursivas ali presentes. Benetti (2007, p. 113) explica que o analista localiza “[...] marcas discursivas do sentido rastreado, ressaltando as que o representam de modo mais significativo”. São as repetições de sentidos, ou seja, as paráfrases, que irão ser descobertas pelo analista e que possibilitarão a identificação das FDs.

Como já dissemos, o primeiro texto do *El País* teve 749 comentários. No segundo texto, houve 182 comentários. No total, portanto, foram 931 comentários. Entre eles, encontramos 498 sequências discursivas relativas ao primeiro texto e 105 relativas ao segundo texto. Foram desconsiderados os comentários que não carregavam um sentido relacionado diretamente aos textos do *El País*, nem à foto (como marcações de nomes de outras pessoas, *emojis*, *links* etc.), ou que não eram compreensíveis (como ironias incompreensíveis, xingamentos incompreensíveis etc.). A coleta das postagens foi feita por meio da ferramenta OpsSocial Extractor²², ordenando as publicações por ordem cronológica.

Nesse processo, identificamos 23 formações discursivas. Muitas se repetem nos dois textos. Outras não. Agrupamos essas FDs em cinco eixos temáticos principais: 1) Social e racial; 2) Político; 3) A foto; 4) O texto; e 5) O menino. No quadro abaixo, apresentamos as FDs identificadas e a quantidade de sequências discursivas (SDs) encontradas em cada FD. É importante destacar que uma SD pode pertencer a mais de uma FD.

Tabela 1 – Sequências discursivas encontradas nas formações discursivas

Eixos	FDs	SDs Texto 1	SDs Texto 2	Sentidos das FDs
1-Social e racial	FD1 – Representação da desigualdade social	61	23	A foto representa a desigualdade social no Brasil; existe desigualdade social no Brasil
	FD2 – Representação da desigualdade racial	32	0	A foto representa a desigualdade racial no Brasil; existe desigualdade racial no Brasil
	FD3 – Interpretação preconceituosa	51	4	A interpretação da foto é racista; existe um racismo estrutural no Brasil; negros são estigmatizados
	FD4 – Oportunismo racial	8	2	Não existe racismo no Brasil; tudo é considerado racismo; negros estão sendo oportunistas; existe racismo contra os brancos

2-Político	FD5 – Contra a esquerda	19	1	A culpa é da esquerda; a culpa é do Lula; a culpa é do PT; Venezuela é um mau exemplo; Cuba é um mau exemplo
	FD6 – Contra a direita	27	0	A culpa é da direita; Lula foi um bom presidente; a esquerda não tem culpa; Venezuela é bom exemplo
	FD7 – Contra políticos	9	0	Políticos são corruptos; existe corrupção no Brasil; Temer é um mau presidente
	FD8 – Contra a polêmica	23	0	Tudo vira polêmica; tudo é polarizado; não se deve polemizar; não se deve polarizar
3-A Foto	FD9 – Desonestidade	22	0	A foto é desonesta; a foto foi montada; a foto foi combinada; o fotógrafo é desonesto; fotógrafo agiu de má-fé
	FD10 – Defesa do fotógrafo	16	4	É um ótimo fotógrafo; fotógrafo não agiu de má-fé; fotógrafo cumpriu sua função; fotógrafo estava só trabalhando; fotógrafo não violou o ECA
	FD11 – Contra a comercialização	4	16	Fotógrafo vendeu a foto; a foto não pode ser comercializada; fotógrafo está lucrando com a imagem do menino
	FD12 – Violação do direito de imagem	30	18	Fotógrafo violou o direito de imagem do menino; fotógrafo violou o ECA; fotógrafo não pediu autorização da família do menino
	FD13 – Beleza	63	13	A foto é bonita; foto é arte; a foto é poética; a foto cumpre com sua função

4-O texto	FD14 – Texto ruim	13	3	O texto é ruim; <i>El País</i> é uma publicação ruim; <i>El País</i> é tendencioso; a mídia não cumpre sua função
	FD15 – Texto bom	22	1	O texto é bom; <i>El País</i> é uma boa publicação
5-O menino	FD16 – Dúvida sobre a origem do menino	16	0	Não se sabe quem é o menino; não se sabe de onde é o menino; não se sabe sobre a família do menino
	FD17 – Riqueza	6	0	Menino é rico; a família do menino é rica; a família gosta do menino
	FD18 – Pobreza	5	0	Menino é pobre; deboche sobre o menino ser rico
	FD19 – Negligência familiar	13	1	Menino está sozinho; a família não cuida do menino; menino está triste; menino está desprotegido
	FD20 – É só uma criança	58	1	Ele é só uma criança; crianças gostam dos fogos; menino só está encantado com os fogos; crianças são ingênuas, puras, inocentes
	FD21 – Culpabilização da mãe	0	7	A culpa é da mãe; a mãe não cuidou do menino
	FD22 – Defesa da mãe	0	10	A mãe não é culpada
	FD23 – Culpabilização do pai	0	1	O pai é culpado
Total de SDs		498	105	

Fonte: Elaboração própria.

6 Os sentidos dos comentários sobre o “menino negro da foto”

Nos comentários sobre o primeiro texto, nota-se o predomínio de SDs em FDs de três eixos temáticos: o que aborda a desigualdade social e racial no país (Eixo 1), o que fala de aspectos intrínsecos à foto (Eixo 3); e o que tece considerações sobre o menino (Eixo 5). No primeiro deles (Eixo 1), sobressaem as SDs que afirmam que a imagem é amostra dos problemas sociais brasileiros (FD1) – mais do que as que dizem que a fotografia retrata o racismo presente na sociedade brasileira (FD2) – e as SDs que, contrariamente a isso, dizem que a leitura da foto nesse sentido é enviesada pela estigmatização do negro no país, que o marcaria sempre como alguém marginalizado (FD3). São poucas as SDs que negam o racismo no Brasil (FD4).

São exemplos do primeiro eixo temático as seguintes SDs (foram mantidos os textos originais) – lembrando que algumas delas fazem parte também de outras FDs, pois cada SD pode conter mais de um sentido. Por isso os sentidos relacionados às FDs do primeiro eixo temático estão abaixo grifados nas SDs:

Fia, tu nem leu a matéria. **A crítica é em relação ao sistema, essa foto foi apenas mais um exemplo disso. O amor que a família dele sente por ele, não vai fazer com que a segregação social e racial acabe no Brasil.** (FD1 e FD2, resposta a comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

É o Brasil da indiferença, da desigualdade, da concentração de renda, dos privilégios... esse é o retrato do Brasil (FD1, comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

Falemos sério. Se **fosse um menino minimamente assistido**, seus pais já teriam aparecido na TV e estariam espinafrando o fotógrafo que divulgou uma imagem potencialmente invasiva, que pode gerar consequências negativas de toda ordem pela indevida exposição. **Obviamente é um menino pobre**, sozinho em local público altas horas da noite, possivelmente com fome, **enquanto famílias bem estruturadas e amigos com algum poder aquisitivo festejam. Não douremos demais a pílula**, nem tentemos aplacar artificialmente nossas culpas. (FD1, comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

“A foto de um menino negro que fala de como vemos um menino negro” Q porra racista é essa? Eu so vi uma criança na praia assistindo os fogos. Esse é o serviço q essa mídia presta. Nivelando todo mundo por baixo. **Racistas nojentos.** Militância de redação COVARDE! (FD3, comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

Imagine uma criança branca sozinha na agua! Acha mesmo que ninguem iria estar ajudando achar os pais! La em Santos criança sozinha galera bate palma! Ele estava invisível ali. O que me vem a cabeça é que todos ali acham que ele estava sozinho pq era sozinho. Eu. nao o vejo como criança de rua, e o texto é muito bom, **as vezes o racismo**

esta enraizado em nossa mente e precisamos perceber isso em nos para quebrarmos o ciclo... (FD3, comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

Segundo a vizinha do menino, ele é um garoto muito amado pelos pais, que estuda em boa escola e os pais estavam desesperados procurando por ele, que havia saído de perto sem que ninguém visse. **E você é um racista de esquerda, por considerar que toda criança negra, necessariamente, tem que ser pobre e abandonada.** (FD3, resposta a comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

Esse negócio de racismo já esta dando nojo tudo agora é racismo ou preconceito. (FD4, resposta a comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

No terceiro eixo temático, que trata sobre a foto em si, as SDs mais presentes reiteram a capacidade da fotografia de gerar múltiplas leituras, a partir uma composição esteticamente bela (FD13). No entanto, os comentários parecem relativizar a discussão gerada, em nome do interesse estético da imagem, como se esse valor devesse ser superior às interpretações:

Qual a dificuldade da galera entender que **fotografia é arte, é pra ser interpretada da maneira que vc bem entender. A fotografia é simbólica sim, é a ideia é não saber qual foi a ideia do artista ao tirar.** (FD13, resposta a comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

Exatamente. **Uma bela foto** de um menino admirado, talvez, com os fogos de artifício. Também só vejo isso. Mas, como o sábio aí em cima disse, deve ser cegueira mesmo. rrsrs. (FD13, resposta a comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

Essa foto de uma beleza inenarrável, a mim mostra o fascínio que os outro ignoram. Quanto a todo debate, pra que isso é apenas arte. Pensei só em um menino vendo um espetáculo. (FD13, comentário, 3 jan. 2018, grifos nossos).

No quinto eixo temático, relacionado ao menino, aparecem, sobretudo, SDs que advogam a ideia de que a imagem representa a “inocência” e o encantamento que marcariam a infância (FD20), como mostram as SDs abaixo:

Qd vi a foto só vi **um menino encantado com os fogos.** (FD20, resposta a comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

Não pensei nesse sentido **vi uma pureza no olhar... Um encanto da infância** diante dos fogos de ano novo. Estigma realmente é uma droga e entendo o q vc falou. (FD20, resposta a comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

Falta do que fazer. **Um menino olhando provavelmente a queima de fogos. O resto é conversa pra boi dormir.** (FD20, resposta a comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

Esses sentidos identificados mostram, em primeiro lugar, a mesma discussão das redes sociais abordada pelo texto do *El País*: a reportagem fala tanto das interpretações referentes à desigualdade social e ao racismo quanto à capacidade de uma fotografia despertar debates. Mas essas interpretações lembram também análise feita por Ponte & Afonso (2009, p. 43) ao estudarem como as crianças são apresentadas na imprensa portuguesa. Para as autoras, uma das representações que mais aparecem é a que elas chamam de “criança maltratada”, “associada a famílias disfuncionais e a ambientes de pobreza social”, ou o que elas chamam de “os filhos dos outros”, remetendo a uma vinculação dos jornais lusos às classes médias, tidas como seu público leitor. Nesse sentido, Dubinsky (2012), ao mostrar como representações imagéticas da infância vêm sendo usadas por movimentos sociais, estados nacionais ou partidos políticos para despertar empatia às suas lutas, fala que a debilidade é um dos aspectos que dão forma ao “ser criança” da contemporaneidade (ou seja, a atual concepção social de infância):

Se é verdade que as crianças simbolizam o sentimental, a esperança comum de humanidade abstraída de problemas sociais criados pelos adultos, isso é por causa da concepção particular da “infância” atualmente dominante. Muitos historiadores documentaram como a infância no Ocidente tem sido, durante aproximadamente dois séculos, constituída como essencialmente vulnerável. (Dubinsky, 2012, pp. 10 – 11²³).

Ou seja, as FDs identificadas a partir dos comentários reproduzem o modo como a imprensa costuma trazer as representações da infância, tanto verbal quanto imageticamente (para além das representações acionadas pelo *El País*), o que indica, como mostra Foucault, a força das “vontades de verdade” dos discursos trazidos pelo jornalismo, ainda que certos comentários (apenas 13 SDs) façam críticas ao modo como o jornal cobriu o fato, como mostra o Eixo 4 referente ao texto 1.

Quem entende o mínimo de fotografia concordará: Ninguém sabe quem é o menino na verdade. E nem qual o contexto da foto. (bela, por sinal) Fora isso, a foto só me diz que um menino que silenciou fascinado em um ângulo melhor que os adultos gritando e se abraçando. Até lá não diz mais do que isso. E porque nós negros, estamos sempre sendo vistos dessa maneira? **Estigmatizando a imagem está a autora do artigo.** Desculpe (FD14, comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

***El País*, como extrema esquerda que é, adora criar uma luta de classes...** Avança Brasil rumo ao liberalismo e livra-te da vermelhidão! (FD14, comentário, 3 jan. 2018, grifos nossos)

Portanto, para os leitores, os sentidos mais evidentes que surgem em relação ao menino são o da inocência e pureza (FD20 com 58 SDs no texto1) e o da desproteção e abandono (FD19 com 13 SDs no texto 1). Ou seja, a criança aparece predominantemente como um ser frágil. No entanto, parece positivo que, em relação ao primeiro texto, pelo menos 16 SDs tratem da dúvida sobre a origem do menino (FD16), no sentido de valorizar a ideia de que saber quem é ele é algo importante e significativo. Mas, se observarmos as SDs da FD16 com atenção, veremos que a maioria fala da dúvida de quem é o menino não com um interesse genuíno sobre ele – como parece ter o fotógrafo ao pedir ajuda aos leitores para encontrá-lo –, mas sim para “ganhar uma discussão” estabelecida com outros leitores, ou seja, com sentidos muito mais relacionados aos eixos social e racial, ou político. As SDs a seguir exemplificam isso:

Desejo que esse garoto tenha uma família maravilhosa e seja ótimo aluno. Vai calar a boca de muita gente. (FD16, resposta a comentário, 3 jan. 2018, grifos nossos).

Será que é um daqueles pivetes que habitam Copacabana? Uma foto é um momento estático! é, muitas vezes, uma meia verdade! (FD16, comentário, 3 jan. 2018, grifos nossos).

Nos comentários do segundo texto, várias FDs desaparecem. O debate político perde força, e a dúvida sobre a origem do menino deixa de existir, pois a reportagem trata justamente de sobre quem ele é. Com essa resposta, a FD1, da representação da desigualdade social no Eixo 1, continua em destaque, com 23 SDs, mas, proporcionalmente, surge com mais relevância o eixo que aborda “a foto”, por meio das FDs que envolvem objeções à comercialização da foto ou levantam a violação do direito de imagem da criança (FD11, com 16 SDs, e FD12, com 18 SDs). Assim como no primeiro caso, os sentidos se aproximam do cenário trazido pelo texto do *El País*: “[A mãe] Acreditava que o fotógrafo estava comercializando a imagem sem seu consentimento, algo que Landau sempre negou. A polícia, de fato, não identificou nenhum crime, não haverá investigação e a denúncia ficou resumida a apenas um registro”, diz o jornal.

Vejamos alguns exemplos de SDs que demonstram as FDs encontradas nesse sentido:

Exposição de criança e venda de imagem alheia sem autorização é crime. Então culpa ele tem sim! (FD 11 e FD12, resposta a comentário, 11 jan. 2018, grifos nossos).

Vai ser como aquela foto da National Geographic, tirada pelo fotógrafo Steve McCurry, da menina afegã Sharbat Gula, ele recebeu os prêmios e **a fotografada foi totalmente esquecida.** Aparecendo somente anos depois, como uma mulher com o rosto sofrido, fugindo de país para país. (FD12, comentário, 10 jan. 2018, grifos nossos).

Pensei a mesma coisa. **Ele por acaso “doou” a foto aos jornais? Acho que não né.** (FD11, Resposta a comentário, 10 jan. 2018, grifos nossos).

Lei é lei e o Eca²⁴ dispõe sobre a preservação da imagem da criança. O fotógrafo e a agência devem ter entrado em acordo e pago a mãe pelo direito do uso da imagem. (FD11 e FD12, resposta a comentário, 10 jan. 2018, grifos nossos).

Interessante notar ainda que permanece com algum destaque a FD13 (com 13 SDs), que ressalta a beleza da foto e as múltiplas leituras que ela proporciona no Eixo 3, enquanto a FD20, do Eixo 5, que envolve a inocência e a pureza da criança, dá lugar a outras, sendo uma delas a que traz a culpabilização específica da mãe do menino (FD21, com 7 SDs). Nota-se, no entanto, que a FD21 também carrega consigo o sentido de fragilidade da criança, que, pobre e negligenciada pela mãe, aparece como um ser desprotegido.

Além disso, a culpabilização da mãe acaba provocando uma reação de pessoas que a defendem (FD22, com 10 SDs), trazendo para os comentários um novo debate social bastante forte hoje de defesa da mulher e do feminismo. A FD21 e a FD22 podem ser exemplificadas nas SDs seguintes:

Me pondo no lugar dessa mãe ... Aff nem vou falar o que quero, porque receberei várias lições de moral mas **posso dizer que tem haver com a falta de planejamento familiar. Aff... Cada realidade que não deveria ser uma realidade aceita com normalidade!!!** (FD21, resposta a comentário, 11 jan. 2018, grifos nossos).

Isso mesmo, mas o fotógrafo não pode ser acusado de crime a criança e ao adolescente não e **quem deveria ser era a própria mãe, até porque ele estava sozinho no local e não acompanhado** (FD21, resposta a comentário, 11 jan. 2018, grifos nossos).

Engraçado que você não se interessou em saber a respeito do pai do menino. A culpa já foi facinho pra mãe. Toma vergonha na cara! (FD22, resposta a comentário, 10 jan. 2018, grifos nossos).

7 Considerações finais

Após a análise das SDs nos comentários coletados na página do *Facebook* do *El País*, percebe-se que, entre todas as postagens, duas (relacionadas ao primeiro texto) se destacam, chamando a nossa atenção:

Alguém lembrou de perguntar quem é o menino e o que ele avalia sobre essa imagem?

Pode ser tudo o que está escrito no texto, como pode não ser nada disso.

Mil conjecturas e ninguém pergunta nada ao personagem principal...

Seria exatamente essa a intenção do fotógrafo? (FD16, comentário, 2 jan. 2018, grifos nossos).

Uma foto, correndo o mundo, todos podem visualizá-la, mas **ninguém conhece o garoto. Por que será?** (FD16, resposta a comentário, 3 jan. 2018, grifos nossos).

Ou seja, somente essas duas, entre tantas SDs, dão realmente importância a quem é o menino de verdade e ao que ele pensa sobre o acontecimento, tirando-o apenas da posição de fragilidade (aspecto muito atrelado à concepção contemporânea de infância), e dando a ele um status de ser humano com sentimentos e opinião. Entre as FDs identificadas, não notamos a preocupação com o bem-estar do menino retratado, com as várias facetas de sua história de vida, com seus direitos de brincar, de estudar e de gozar de proteção do Estado. A criança vira apenas o “menino negro da foto”, tanto na representação do jornal (como o título da reportagem já diz) quanto nos comentários postados, deixando evidentes sentidos não relacionados diretamente a ele: é o garoto que serve de “palco” para discussões políticas ou partidárias, sobre feminismo, para comentários sobre a estética e sobre a fotografia, para críticas à publicação jornalística ou então para reforço dos estereótipos ligados à infância, de forma geral, ou àquela ligada ao ser negro e pobre.

Cabe destacar que os sentidos são sempre determinados por configurações ideológicas (Benetti, 2007). Portanto, as formações discursivas encontradas nos textos dos comentários estão relacionadas a formações ideológicas. Cada um dos sentidos identificados representa ideologias que possibilitam esses dizeres, alguns deles até mesmo opostos, sobre duas reportagens provocadas por uma mesma imagem. Logo, as discussões, as interpretações e os imaginários que aparecem nos comentários estão diretamente

relacionados com as configurações ideológicas presentes no Brasil atual, que incluem também a concepção contemporânea da infância.

Ainda que tenha havido certo esforço da publicação para entender a história do menino no segundo texto (sem deixar de abordar as discussões sociais geradas pelo fato), não se percebe mudança significativa nas SDs encontradas nos comentários dessa reportagem em relação às que estão presentes nas postagens referentes à primeira publicação. Nos dois casos, o menino que vive, estuda, brinca e ajuda a mãe a conseguir o sustento perde essas camadas, relacionadas à concretude de sua vida, para servir como motivação para outros debates. Ou seja, um menino que “é”, não que “representa”. A importância das discussões sociopolíticas geradas pelo caso não é discutida neste texto, mas sim a supressão da singularidade da criança, e sua redução a apenas uma “imagem-estandarte”, que representa outras lutas. Ou, como diz Dubinsky (2012, p. 12), “representações visuais de crianças raramente são retratos literais de crianças reais, mas podem ser ferramentas valiosas para entender toda a gama de histórias de diferentes tipos de infância em momentos diferentes”.

NOTAS

- 1 Uma primeira versão deste trabalho foi apresentada ao Grupo de Trabalho Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiáticos do XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte – MG, 5 a 8 de junho de 2018.
- 2 G1 Rio. (2017, Dezembro 31). Copacabana se prepara para receber 3 milhões neste reveillon. *G1*. Recuperado de <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/copacabana-se-prepara-para-receber-3-milhoes-neste-reveillon.ghtm>.
- 3 UOL. (2017, Dezembro 30). Anitta dá conselho de como não ser assaltado no Réveillon de Copacabana. *UOL*. Recuperado de tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2017/12/30/anitta-da-conselho-de-como-nao-ser-assaltado-no-reveillon-de-copacabana.htm.
- 4 Azevedo, E. (2017, Dezembro 31). Previsão é de céu limpo na virada em Copacabana. *O Globo*. Recuperado de oglobo.globo.com/rio/previsao-de-ceu-limpo-na-virada-em-copacabana-22243354.

- 5 Recuperado de www.facebook.com/lucaslandau/posts/10215003728268819?pnref=story.
- 6 Dados em 26 jan. 2018.
- 7 Foi mantida a grafia original.
- 8 Correio Braziliense. (2018, Janeiro 3). Fotografia de menino no réveillon de Copacabana viraliza nas redes sociais. *Correio Braziliense*. Recuperado de www.correio braziliense.com.br/app/noticia/brasil/2018/01/03/interna-brasil,651081/fotografia-de-menino-no-reveillon-de-copacabana-viraliza-nas-redes-soc.shtml.
- 9 Bezerra, M. (2018, Janeiro 2). Fotógrafo que retratou criança no Réveillon de Copacabana está à procura do menino. *UOL*. Recuperado de noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2018/01/02/fotografo-que-retratou-crianca-no-reveillon-de-copacabana-busca-o-menino.htm.
- 10 Fonseca, J. P. (2018, Janeiro 4). Sobre a fotografia de um menino em Copacabana. *Exame*. Recuperado de exame.abril.com.br/blog/joel-pinheiro-da-fonseca/sobre-a-fotografia-de-um-menino-em-copacabana/.
- 11 Kaiser, A. J. (2018, Janeiro 3). The New Year's Eve photo that shook Brazil. *The Washington Post*. Recuperado de www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2018/01/03/the-new-years-eve-photo-that-shook-brazil/?utm_term=.4dbd01e563b1.
- 12 Jornal diário fundado na Espanha em 1976, com a maior tiragem da Espanha e linha editorial próxima ao progressismo liberal (brasil.elpais.com/brasil/2017/02/22/opinion/1487788532_309244.html). A versão brasileira surgiu em novembro de 2013.
- 13 Martín, M. (2018, Janeiro 3). A foto do menino negro que fala de como vemos um menino negro. *El País*. Recuperado de brasil.elpais.com/brasil/2018/01/02/politica/1514924485_498274.html.
- 14 Martín, M. (2018, Janeiro 20). A história por trás da foto do menino negro de Copacabana. *El País*. Recuperado de brasil.elpais.com/brasil/2018/01/10/politica/1515601877_904004.html. Nota-se que a publicação do site traz a data de 11 de janeiro, mas o link atesta o dia 10 (“2018/01/10/”), assim como a publicação da reportagem no Facebook no *El País*, que ocorreu em 10 de janeiro, às 18h20.

- 15 Recuperado de www.facebook.com/elpaisbrasil/posts/1661865037206773. Acesso em 28 jan. 2018. Apesar de o *post* no Facebook ter ocorrido no dia 2, a publicação da reportagem no site do jornal data do dia 3; o texto pode ter sido alterado nesse dia, e o sistema registrou a última alteração como a data final.
- 16 Recuperado de www.facebook.com/elpaisbrasil/posts/1671111376282139.
- 17 Originalmente em 1970.
- 18 Ver revisão feita por Doretto e Furtado (2017).
- 19 No original: “sociocommunicative relationships within the media sphere”.
- 20 No original: “these competing voices were set within the context of public debate, producing a more deliberative type of information than one would typically receive from reading the news article alone. It is this type of deliberative information which is crucial to the public sphere”.
- 21 Originalmente em 1969.
- 22 Disponível em: opsocial.com.br.
- 23 No original: “If it is true that children symbolize the sentimental, the common hope of humanity abstracted from adult-created social problems, this is because of the particular conception of “childhood” currently dominant. Many historians have documented how childhood in the West has been, for approximately two centuries, constituted as essentially vulnerable”.
- 24 O Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei 8.069) diz, em seu Artigo 17, que “o direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, ideias e crenças, dos espaços e objetos pessoais”.

REFERÊNCIAS

- Benetti, M. (2007). Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: C. Lago & M. Benetti, Marcia (Orgs.), *Metodologia de pesquisa em jornalismo* (pp. 107-122). Petrópolis: Vozes.
- Berger, C. (1996). Em torno do discurso jornalístico. In: A. Fausto Neto, M. Pinto (Orgs.), *O indivíduo e as mídias* (pp. 188 – 193). Rio de Janeiro: Diadorim.
- Buckingham, D. (2000). *Crescer na era das mídias eletrônicas*. São Paulo: Edições Loyola.
- Caminada, T. (2015). *Erro jornalístico nos comentários das redes sociais: interações entre leitores e veículos* (Dissertação de Mestrado). Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, SC, Brasil.
- Carpentier, N. (2012). The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate? *Fronteiras – estudos midiáticos*, 14 (2), pp. 164-177. Recuperado de revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/download/fem.2012.142.10/1001.
- Doretto, J. (2018). A participação das crianças no jornalismo infanto juvenil português e brasileiro. *Famecos*, 25 (1), ID27327-26. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.1.27327>.
- Doretto, J. & Costa, R. (2012). C. O mundo da infância e a infância no mundo: vozes de crianças nas revistas brasileiras *Veja* e *Época*. *Rumores* (USP), 6 (2), pp. 146 – 169. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2012.55298>.
- Doretto, J.; Furtado, T. (2017) A “invasão” das crianças no discurso jornalístico: a representação não desejada da infância. *Anais do 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, São Paulo, Brasil. Recuperado de www.e-compos.org.br/e-compos/article/viewFile/1471/1037.
- Dubinsky, K. (2012). Children, Ideology, and Iconography: How Babies Rule the World. *The Journal of the History of Childhood and Youth*, 5 (1), pp. 5-13. DOI: 10.1353/hcy.2012.0009.
- Escosteguy, A. C. D. (2009, jan./abr.). Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. *E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 12 (1). Recuperado de www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/348/318.

Figaro, R. & Grohmann, R. (2017). A recepção serve para pensar: um “lugar” de embates. *Palavra Chave*, 20 (1), pp. 142 – 161. DOI: 10.5294/pacla.2017.20.1.7.

Foucault, M. (1996). *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola.

Foucault, M. (1995). *Arqueologia do saber* (4ª ed.). Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Furtado, T. H. (2013). *O jornalismo infantil e o desejo de consumo: o discurso da revista Recreio*. (Tese de Doutorado). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, RS, Brasil.

Gomes, M. R. (2000). *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Hacker Editores/Edusp.

Graham, T. (2013). “Talking back, but is anyone listening? Journalism and comment fields”. In: C. Peters & M. Broersma (Orgs.), *Rethinking Journalism: Trust and participation in a transformed media landscape* (pp. 114-127). New York, N.Y: Routledge.

Indursky, F. (1997). *A fala dos quartéis e outras vozes*. Campinas: Ed. Unicamp.

Martín-Barbero, J. (2001). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.

Orlandi, E. (2000). *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes.

Orlandi, E. (1996). *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Petrópolis: Vozes.

Pêcheux, M. (1995). *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio* (2ª ed). Campinas: Ed. Unicamp

Pêcheux, M. (1993). A análise de discurso: três épocas (1983). In: F. Gadet & T. Hak (Orgs.), *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux* (pp. 311-319). Campinas: Ed. Unicamp.

Pêcheux, M. & Fuchs, C. (1993). A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: F. Gadet & T. Hak (Orgs.), *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux* (pp. 163-252). Campinas: Ed. Unicamp.

Ponte, C. & Afonso, B. (2009) Crianças e jovens em notícia: análise da cobertura jornalística em 2005. In: C. Ponte (Org.), *Crianças e jovens em notícia* (pp. 29-46). Lisboa: Livros Horizonte.

THAÍS FURTADO é doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e professora adjunta do Departamento de Comunicação/Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: thaisfurtado93@gmail.com

JULIANA DORETTO é doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, na área de Estudo dos Media e do Jornalismo, e pesquisadora do MidiAto, Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas, da Universidade de São Paulo. E-mail: jdoretto@gmail.com

RECEBIDO EM: 01/09/2018 | ACEITO EM: 12/12/2018

ARTIGO

JORNALISMO NAS REDES SOCIAIS:

os diferentes perfis de conteúdo jornalístico no *Facebook* dos jornais impressos brasileiros

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores
em Jornalismo

MICHELE GOULART MASSUCHIN

Universidade Federal do Paraná, Curitiba – PR, Brasil

ORCID: 0000-0001-7918-4487

CAMILLA QUESADA TAVARES

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz – MA, Brasil

ORCID: 0000-0001-5490-6850

REGILSON FURTADO BORGES

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa – PR, Brasil

ORCID: 0000-0001-8889-5248

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1106

RESUMO – Este artigo tem por objetivo apresentar uma tipologia dos usos que os jornais impressos brasileiros fazem das redes sociais digitais, a partir do conteúdo jornalístico. A pesquisa é feita tendo como base 9.993 postagens realizadas por nove veículos regionais brasileiros em suas fanpages do *Facebook*. Trata-se de uma abordagem quantitativa, a partir da análise de conteúdo das notícias coletadas. Com a migração para uma versão digital, muitos passaram a utilizar as redes sociais como ferramenta para distribuir conteúdo jornalístico. Porém, as estratégias para ocupar este espaço são diferentes e os veículos exploram variados temas para chamar a atenção, o que permite a criação de uma tipologia de usos distintos das redes sociais. Os resultados mostram que há, pelo menos, cinco diferentes perfis de conteúdo jornalístico nas redes sociais dos jornais pesquisados, que variam desde fanpages politizadas até aquelas voltadas quase que exclusivamente para o entretenimento.

Palavras-chave: Jornais impressos. Redes sociais. Facebook. Tipologia. Jornalismo.

JOURNALISM ON SOCIAL NETWORKS: the different profiles of journalistic content on *Facebook* of Brazilian newspapers

ABSTRACT – This article aims to present a typology of the uses that Brazilian newspapers make of social networks, from journalistic content. The analyse works with results about 9.993 posts made during 45 days by nine Brazilian regional vehicles on their fanpages on *Facebook*. The methodology is quantitative, based on the content analysis of the

posts. With the migration of newspapers to a digital version, many vehicles began to use social media as a tool to distribute journalistic content. However, the strategies to occupy this space are different between fanpages that explore various themes to attract public attention. This allows the creation of a typology of social networks use by Brazilian newspapers. The results show that there are at least five different profiles of journalistic content of social media use in the newspapers researched, ranging from politicized fanpages to those focused almost exclusively on entertainment.

Key words: Newspaper. Social Network. Facebook. Typology. Journalism.

PERIODISMO EN LAS REDES SOCIALES: los diferentes tipos de contenido en el *Facebook* de los periódicos brasileños

RESUMEN – Este artículo busca presentar una tipología de los usos que los periódicos impresos brasileños hacen de las redes sociales, a partir del contenido periodístico. La investigación analiza 9.993 posts hechos a lo largo de 45 días por nueve vehículos regionales brasileños en sus *fanpages* en *Facebook*. El abordaje metodológico posee un enfoque cuantitativo, teniendo por base el análisis de contenido de las noticias recogidas. Con la migración de los periódicos a una versión digital, muchos de ellos pasaron a utilizar las redes sociales como herramienta para distribuir contenido periodístico. Sin embargo, las estrategias para ocupar este espacio son diferentes entre los medios, los cuales exploran temáticas variadas para llamar la atención, lo que permite la creación de una tipología de usos distintos de las redes sociales. Los resultados muestran que hay al menos cinco diferentes perfiles de contenido periodístico en las redes sociales de los periódicos investigados, que varían desde fanpages politizadas hasta aquellas que se dirigen casi exclusivamente al entretenimiento.

Palabras clave: Periódicos. Redes sociales. Facebook. Tipología. Periodismo.

1 Introdução¹

Com base no cenário em que os jornais impressos, depois que migraram para a plataforma online, também se apropriaram das redes sociais como espaço para dar visibilidade aos seus conteúdos, buscar mais leitores e aumentar os acessos para a versão digital (Ju et al., 2014; Larsson, 2018), este trabalho apresenta uma tipologia sobre os diferentes conteúdos jornalísticos que estes veículos apresentam no *Facebook*. As redes sociais digitais tornaram-se ferramentas relevantes para os impressos que viram nelas um espaço popular entre o público-alvo (Ju et al., 2014). Apesar da constante utilização da ferramenta, podem-se notar estratégias diferentes quanto ao tipo de conteúdo posto em circulação, sendo que estas estratégias têm o objetivo principal de tornar as postagens mais atrativas aos leitores (Hong, 2012).

Esta proposta de tipologia foi feita com base no conteúdo jornalístico de 9.993 postagens realizadas pelos editores dos

veículos no *Facebook*, sendo que este foi o total de *posts* publicados durante 45 dias. A pesquisa usou como base as *fanpages* de nove jornais regionais brasileiros, sendo um de cada estado do Nordeste: *O Estado do Maranhão* (Maranhão), *Meio Norte* (Piauí), *O Povo* (Ceará), *Tribuna do Norte* (Rio Grande do Norte), *A Tarde* (Bahia), *Jornal da Paraíba* (Paraíba), *Diário de Pernambuco* (Pernambuco), *Gazeta de Alagoas* (Alagoas) e *Jornal da Cidade* (Sergipe).

A análise parte de uma abordagem metodológica quantitativa, utilizando-se da técnica de análise de conteúdo, sendo que a coleta dos dados foi feita com base em um livro de codificação previamente construído que tinha por objetivo identificar as características das postagens. Neste texto observou-se a tematização das notícias divulgadas e para a construção da tipologia proposta foi identificada a proximidade entre os jornais por meio de análise de correspondência, além da frequência com que os diferentes temas apareciam nas *fanpages* durante o período, o que também permite verificar as semelhanças e divergências nas formas de utilização da ferramenta.

A compreensão da usabilidade das redes sociais digitais por parte dos produtores de conteúdo – em especial do *Facebook*, no caso brasileiro – torna-se importante porque esta é a rede mais utilizada, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia (Brasil, 2016). Adicionalmente, a importância em observar esses veículos multiplataformas pode ser reiterada por meio dos dados do Digital News Report (Newman et al., 2016), que reforçam a diminuição da tiragem dos jornais no formato convencional, enquanto cresce o acesso a notícias pelas redes sociais.

A pesquisa também tem como base uma parte significativa da literatura que já mostra que este espaço pode ser utilizado de forma estratégica pelos veículos, tanto mercadológica quanto editorialmente. Sabendo da “ponte” para os portais de notícia e da necessidade dos “cliques”, dado que se trata de um novo modelo de produção, considerando fatores econômicos e a publicidade (Hong, 2012), os jornais passam a reproduzir nas redes sociais conteúdos que vão chamar mais a atenção dos leitores – na maioria deles mais leves, de interesse humano e voltados ao entretenimento e curiosidades – o que é corroborado por pesquisas recentes, que indicam que os leitores tendem a acessar, nos portais de notícia, um considerável percentual de notícias de entretenimento (Shoemaker et al., 2010; Massuchin & Tavares, 2015).

Por outro lado, alguns veículos têm propostas editoriais que se apresentam ora como veiculadores de notícias *hard* ora

soft. Segundo Zago & Silva (2014), quando os jornais migram para a internet, estes passam a ocupar os espaços das redes sociais e a procurar se diferenciar uns dos outros, o que pode levar a uma busca diferente do mercado consumidor de notícias e às diferentes formas de apropriação. Essa discussão se fortalece quando é proposta, neste artigo, a tipologia que mostra as diferentes formas de uso das redes sociais, a partir dos diferentes modelos de produção jornalística conduzidos nas *fanpages* dos jornais.

2 Estratégias mercadológicas e editoriais do jornalismo para redes sociais

Ainda que as redes sociais digitais não tenham surgido com a função de distribuir informação jornalística, os estudos indicam que cada vez mais os jornais têm criado *fanpages* para difundir seus conteúdos (Ju et al., 2014). Com isso, as redes sociais, em especial o *Facebook* e o *Twitter*, têm se consolidado como fonte de informação (Garcia de Torres et al., 2011). Lohman (2016), por exemplo, mostrou que o tráfego indireto aos sites e portais é significativo e isso tem despertado a atenção das empresas jornalísticas, que viram nas redes sociais a chance de aumentar os acessos, criando uma “ponte” para seus conteúdos digitais. Segundo Hong (2012), há uma associação positiva entre o aumento do tráfego online e o uso de redes sociais, mas isso também depende do tamanho da rede criada pelo jornal nas plataformas.

As redes sociais potencializam a circulação dos conteúdos (Zago & Bastos, 2013) porque oferecem novos canais para a distribuição que antes alcançava o leitor apenas na versão impressa ou quando este buscava os websites. Agora, as publicações chegam até ele por meio do *feed* de notícias. E, mesmo com os direcionamentos em função dos algoritmos que limitam a distribuição equitativa (Devito, 2017), as redes sociais continuam levando leitores para as páginas, sejam eles direcionados ou não pelos algoritmos. Além disso, as redes possibilitam o processo de recirculação, que não pode ser ignorado, como apontado por Zago (2014), pois fornecem maior alcance das postagens. Esta possibilidade é que gera o efeito cascata causado pelas redes sociais (Hong, 2012).

No ambiente digital, conteúdos de diferentes naturezas são ofertados a todo instante para os usuários, o que faz com que os veículos jornalísticos tenham que adotar estratégias para chamar

a atenção do leitor em um local de abundância informativa (Zago & Silva, 2014). Para isso são usadas estratégias que podem ser mercadológicas e editoriais. No caso dos interesses econômicos, há uma busca por mais cliques que, posteriormente, se transformam em receita para a empresa jornalística (Hong, 2012). Essa preocupação gera novos modelos de negócio para o jornalismo, que passa a apresentar o conteúdo com novos formatos e temáticas – muito incentivado também por aquilo que os algoritmos priorizam (Devito, 2017; Tandoc Jr; Mitra, 2018) – e que despertam a curiosidade e chamam a atenção do leitor, além de gerar tráfego (Hong, 2012). Inclusive, há características estruturais que estimulam os leitores a compartilharem as notícias nas redes sociais (Trilling et al., 2017), como a presença de vídeos e fotos, e que podem ser enfatizadas pelos produtores para ganhar mais acessos aos sites, o que vai além da escolha dos temas².

Como já apontado por Johnson (2015) e Massuchin & Carvalho (2016), as redes sociais têm apresentado novos formatos e temáticas, cada vez mais leves e voltadas ao entretenimento e, também, à curiosidade. Embora isso não seja um procedimento padrão – como será observado na análise – a literatura diz que há uma tendência de aproximação do jornalismo com o gênero tabloide. Isso ocorre, segundo Chagas (2016, p. 30), porque o mercado editorial vê essa saída como uma “solução econômica alternativa ao modelo de negócio tradicional”. Alguns estudos, inclusive, mostram o interesse do público por este tipo de conteúdo mais *soft* (Boczkowski & Mitchelstein, 2012; Tewksbury, 2003; Garcia-Perdomo et al., 2017). Apesar dos temas de entretenimento não despertarem a atenção de todo tipo de leitor/seguidor, a literatura identifica que há uma parte do público que se interessa e acessa este tipo de conteúdo. Com isso, os jornais passam a dar espaço para a estratégia de investimento nestas temáticas. Assim, há mais acesso ao portal e, conseqüentemente, o tema pode ser considerado como um fator (embora não o único) que gera mais “cliques”.

Por outro lado, Trilling et al. (2017) chamam a atenção para um modelo que vai aparecer no estudo brasileiro, que são as notícias que tratam diretamente do cotidiano dos leitores. Para os autores, este é um perfil muito procurado e pode ser a estratégia de alguns veículos que investem neste modelo de produção, sabendo que há um perfil do público que não se interessa pelo entretenimento e que busca notícias “domésticas”. Ou seja, não é apenas entretenimento

que pode gerar mais acessos, mas conteúdos que revelam proximidade também. Nesta mesma linha, Larsson (2018) percebeu que quando se trata da interação dos leitores com as postagens, há mais interesse por conteúdos *hard*, enfatizando a preferência do público por conteúdos que possuem relevância.

Assim, as redes sociais, conseqüentemente, promovem mudanças no modo como notícias são produzidas. Para Hermida (2010), elas criam um novo ambiente para o jornalismo, baseado principalmente na rapidez e no compartilhamento de informação. Estes espaços originam novas formas de produção de conteúdo, o que indica uma influência nas práticas jornalísticas e no modo como este é definido (Tandoc Jr & Mitra, 2018; Poell & Van Dijck, 2014; Hermida, 2010). E, são essas “novas” definições de conteúdo, encontrado nas redes sociais, que esta pesquisa apresenta e discute a partir dos dados.

3 Abordagem metodológica

Utilizou-se, na parte empírica do trabalho, a técnica de Análise do Conteúdo (AC) de abordagem quantitativa, realizada a partir de um livro de codificação sistematizado previamente à coleta de dados. Em termos de recorte temporal, a análise corresponde ao período de 45 dias, especificamente durante o período eleitoral de 2016. A busca pelo período foi estratégica na medida em que se trata de um momento no qual há menor evidência de temas de entretenimento. Por outro lado, também demonstra o máximo de teor político que poderia ser expresso nas *fanpages*.

Durante o período foram publicadas pelos veículos 9.993 postagens, sendo que todas foram analisadas e codificadas na pesquisa. Porém, parte delas não apresentava conteúdo jornalístico ou não tinha um tema definido (11,5%) e foi desconsiderada do total de postagens analisadas, restando 8.846 com conteúdo noticioso divulgado. Como exemplo de postagem excluída pode-se citar “Boa terça-feira! www.tribunadonorte.com.br” (*Tribuna do Norte*, 16 de agosto) e “Sorte do dia: Hoje é sexta!” (*Meio Norte*, 19 de agosto)³.

Para a identificação dos perfis fazem parte desta análise os seguintes veículos: *O Estado do Maranhão* (Maranhão), *Meio Norte* (Piauí)⁴, *O Povo* (Ceará), *Tribuna do Norte* (Rio Grande do Norte), *A Tarde* (Bahia), *Jornal da Paraíba* (Paraíba), *Diário de Pernambuco*

(Pernambuco), *Gazeta de Alagoas* (Alagoas) e *Jornal da Cidade* (Sergipe). Foi escolhido um jornal de cada estado da região Nordeste para fazer parte do *corpus* da pesquisa, sendo que a seleção foi feita levando em consideração a relevância que cada jornal possui em seus estados e os dados sobre a tiragem, conforme a Associação Nacional de Jornais (ANJ). Destaca-se que é dada centralidade aos veículos regionais, já que outras pesquisas já trabalharam com a identificação do perfil dos conteúdos de veículos nacionais (Massuchin & Carvalho, 2016), sendo que a mídia regional ainda carece de abordagens investigativas (Pinto, 2017), apesar da relevância que possuem mediante a população destes estados. Assim, optou-se pelo recorte da região Nordeste⁵, sobre a qual também se percebeu menor incidência de trabalhos na literatura que fazem uma observação sistemática da relação entre os veículos e as redes sociais, especialmente a partir de uma comparação entre os nove estados.

As publicações foram extraídas por meio do aplicativo Netvizz. A coleta foi feita semanalmente durante o período e, ao final, foi construído um banco unificado com todas as postagens coletadas. Na sequência, elas foram codificadas pelos alunos do grupo de pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS), após o treinamento e realização do teste de confiabilidade (Bauer, 2002). O teste de confiabilidade da codificação entre os pares foi realizado com sete estudantes que participaram da pesquisa, alcançando 80% de consistência na amostra aleatória de 49 postagens usadas para a variável trabalhada neste artigo que é o tema das postagens⁶.

A codificação foi realizada com base em um livro de códigos, sendo a variável “tema” dividida, no processo de codificação, em 16 categorias: campanha eleitoral; política institucional; economia; saúde; educação; minorias; meio ambiente; ético-moral; infraestrutura; violência e segurança; acidentes e tragédias; esportes; entretenimento; curiosidades e outros (aqui eram categorizadas as postagens com conteúdo noticioso que não se enquadrava nos demais temas – 6,8%). Também havia a categoria denominada como “sem informação jornalística”, a qual representou os 4,7% de postagens desconsideradas na análise.

Para este artigo, os 14 temas foram agrupados em três grandes áreas temáticas: assuntos políticos; sociais; e entretenimento. No caso dos temas políticos foram concentradas as postagens relacionadas à disputa eleitoral, partidos e instituições (executivo, legislativo e judiciário). Os temas de apelo social envolviam todos os temas que

não se colocam como políticos propriamente ditos, mas têm interesse e relevância no cotidiano da população, como saúde, educação, meio ambiente, infraestrutura, entre outros. A terceira categoria reunia os temas relacionados a entretenimento, curiosidade e esportes. Após esta divisão, os dados foram trabalhados com auxílio do programa SPSS para a apresentação da análise de correspondência e dos dados das frequências.

Dessa forma, o perfil dos usos e a tipologia criada são baseados no conteúdo jornalístico disponibilizado pelos veículos nas postagens, sendo que não foram consideradas neste artigo aspectos como linguagem, recursos visuais e abrangência de conteúdo. No tópico seguinte tem-se a análise dos dados e a apresentação das categorias e dos veículos que se enquadram em cada uma delas.

4 Os diferentes perfis das *fanpages*: uma proposta de tipologia do conteúdo das redes sociais

Os primeiros dados (Tabela 1) apresentam o quantitativo de postagens realizadas ao longo do período analisado e a média diária de postagens. Percebe-se já uma diferença significativa entre os jornais no que diz respeito à intensidade de uso da *fanpages* para postagem de conteúdo. Nota-se que 77,1% das postagens são feitas por cinco dos nove veículos: *O Povo*, *Diário de Pernambuco*, *Meio Norte*, *A Tarde* e *Gazeta de Alagoas*. Estes são os veículos que mais usam a rede social, chegando a uma média de 45 postagens ao dia, como é o caso de *O Povo*, por exemplo.

Dessa forma, apesar de serem veículos regionais, uma parte significativa deles tem uma utilização bastante intensa que se aproxima dos veículos nacionais (Massuchin & Carvalho, 2016). Isso indica um uso muito amplo das redes sociais pelos jornais, inclusive regionais, os quais poderiam ser vistos, ainda, com certo “atraso” nos modos de utilização da ferramenta. O uso efetivo das *fanpages* parece diferir menos entre veículos nacionais e regionais, e mais entre periódicos de mesma abrangência, considerando como cada um dá centralidade à referida ferramenta, independente do seu âmbito de circulação, da audiência e dos recursos (Garcia de Torres et al., 2011). O caso do *Zero Hora*, por exemplo, é também uma amostra de um veículo regional que tem uma forte trajetória nas redes digitais, com um modelo bastante desenvolvido (Carvalho, 2010).

Tabela 1 – Distribuição das postagens nos jornais

Jornais	N.	%	Med./dia
<i>O Povo</i>	2164	21,7	45,1
<i>Diário de Pernambuco</i>	1586	15,9	33
<i>Meio Norte</i>	1523	15,2	31,7
<i>A Tarde</i>	1263	12,6	26,3
<i>Gazeta de Alagoas</i>	1171	11,7	24,4
<i>Tribuna do Norte</i>	664	6,6	13,8
<i>O Estado do Maranhão</i>	608	6,1	12,7
<i>Jornal da Paraíba</i>	581	5,8	12,1
<i>Jornal da Cidade</i>	433	4,3	9
Total	9993	100	

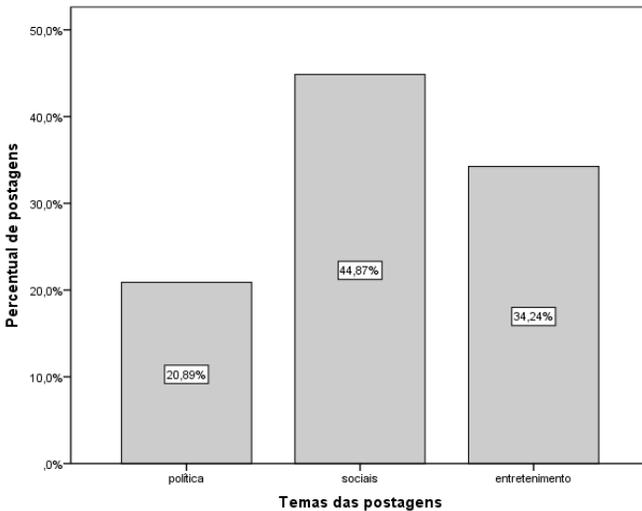
Fonte: Elaboração própria (2017).

Se de um lado têm-se os jornais que se aproximam da lógica de intensidade da produção dos *quality papers* nacionais ao utilizarem suas *fanpages*, por outro há também aqueles que fazem uso mais limitado, como é o caso da *Tribuna do Norte*, *O Estado do Maranhão*, *Jornal da Paraíba* e *Jornal da Cidade*. Nesses casos, a média de postagens diárias varia de 9 a 13 por dia. Comparando o *Jornal da Cidade*, por exemplo, com *O Povo*, este último tem cinco vezes mais postagens ao longo do dia. Dessa maneira, quando se observa a intensidade de uso das *fanpages* já se nota diferenças entre as formas de apropriação da plataforma, o que pode estar relacionado com a centralidade da rede social dentro das próprias redações e a presença de editores de conteúdos próprios⁷.

Além da intensidade, é possível perceber diferenças quanto às tematizações, que é o foco do artigo e responsável pela sistematização dos perfis. Dessa forma, tem-se no gráfico seguinte (Gráfico 1) os primeiros dados agregados da variável “tema”. Os dados conjuntos mostram que, diferente dos dados encontrados por Massuchin & Carvalho (2016), nos jornais regionais do Nordeste há um espaço bastante significativo para os temas sociais, demonstrando um modelo de produção diferenciado, pautado menos no entretenimento. Nesta categoria estão postagens que tratam de saúde, violência, economia, segurança, infraestrutura, minorias, corrupção, entre outras questões que não se enquadram como

política e nem como entretenimento. Mesmo assim chama a atenção os quase 35% de postagens sobre entretenimento que se sobressaem ante os temas políticos, mesmo com dois motivos para a cobertura política: o *impeachment* de Dilma Rousseff e as eleições locais.

Gráfico 1 – Dados agregados dos temas das postagens dos jornais



Fonte: Elaboração própria (2017).

A observação dos dados em conjunto mostra, portanto, que o “carro-chefe” das redes sociais dos jornais regionais são os temas sociais. Isso diferencia a maior parte deles do uso feito pelos veículos nacionais, que têm um percentual bastante significativo de temas de entretenimento (Zago & Bastos, 2013; Massuchin & Carvalho, 2016).

No entanto, como se trata de uma pesquisa comparativa, observam-se os dados desagregados para identificar semelhanças e diferenças no comportamento dos veículos. A partir daqui, notam-se diferenças temáticas assim como as já identificadas sobre a intensidade. Apesar da tendência dos temas sociais, há variações significativas, as quais podem ser identificadas pela análise de correspondência (Tabela 2), a seguir, considerando a dimensão 1 da relação (perfil das linhas) entre temas e jornais (Gráfico 2), que tem maior valor singular (0,027) e inércia (0,077) e que mostram maior força na relação entre as variáveis.

Tabela 2 – Perfil das linhas na análise de correspondência

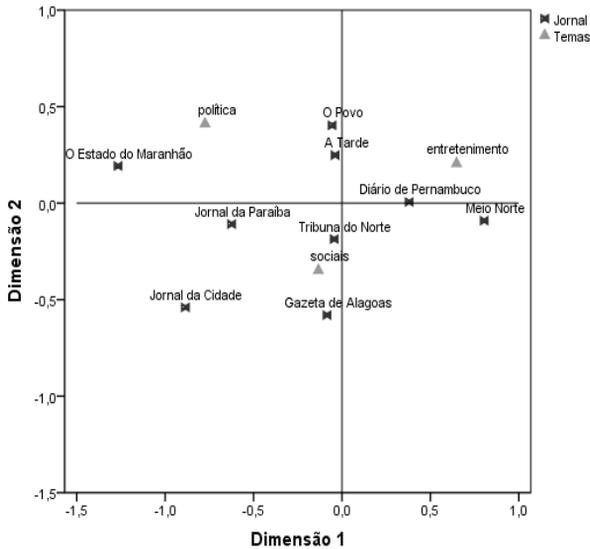
Jornais	Política	Sociais	Entretenimento
<i>A Tarde</i>	0,237	0,412	0,351
<i>Diário de Pernambuco</i>	0,148	0,425	0,427
<i>Gazeta de Alagoas</i>	0,173	0,544	0,283
<i>Jornal da Cidade</i>	0,306	0,586	0,108
<i>Jornal da Paraíba</i>	0,301	0,503	0,196
<i>Meio Norte</i>	0,071	0,415	0,514
<i>O Estado do Maranhão</i>	0,430	0,495	0,075
<i>O Povo</i>	0,253	0,389	0,358
<i>Tribuna do Norte</i>	0,200	0,480	0,320
Massa	0,209	0,449	0,342
Qui-quadrado: 774,804 sig: 0,000			

Fonte: Elaboração própria (2017).

A comparação entre jornais e temas é feita com base nos valores que estão acima da massa de cada coluna. No caso de política, nota-se a proximidade evidente com *O Estado do Maranhão* (0,430). De outro lado, tem-se entretenimento aproximando-se mais do *Meio Norte* (0,514). Próximo ao centro têm-se os temas sociais, que aparecem de modo significativo em boa parte dos jornais, e que se aproximam, principalmente, do *Jornal da Cidade* (0,586) e da *Gazeta de Alagoas* (0,544).

O gráfico a seguir (Gráfico 2) ilustra essas relações e mostra como todos os temas se distribuem em relação aos jornais que mais os abordam, o que vai evidenciar a necessidade da criação de mais do que somente três tipologias. Apesar das altas associações entre os jornais e as categorias acima descritas, nota-se que em alguns casos os jornais ocupam posições intermediárias porque estão associados a mais de um tema, ou seja, possuem valores acima da massa para o caso de dois temas. Isso mostra, por exemplo, uma relação de proximidade não só com política, mas também com temas sociais, como é o caso do *Jornal da Paraíba* (0,301 e 0,503).

Gráfico 2 – Correspondência entre temas e jornais nas fanpages



Fonte: Elaboração própria (2017).

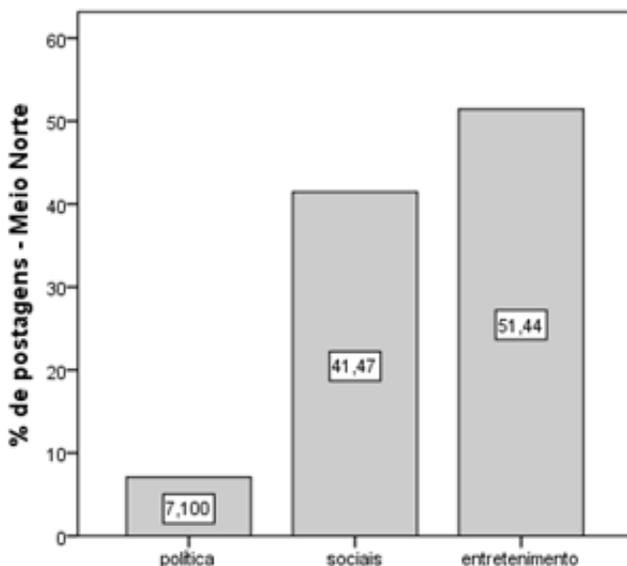
Os dados do gráfico (Gráfico 2) reiteram as análises feitas anteriormente, mas indicam relações mais complexas, que permitem a criação de, ao menos, cinco tipologias distintas de uso do *Facebook* para distribuir conteúdo jornalístico por parte dos jornais. Essa distinção mostra como uma mesma plataforma pode ser usada de diferentes formas pelos veículos, evidenciando distintos modelos de produção.

Enquanto *O Estado do Maranhão*, *Meio Norte*, *Tribuna do Norte* e *Gazeta de Alagoas* se colocam como modelos puros, que apostam em um tema específico como “carro-chefe”, evidenciando modelos claros de estratégia, os outros cinco veículos se dividem entre alguns temas, criando tipologias mistas. É o caso da mescla entre temas de entretenimento e sociais nos jornais *A Tarde*, *Diário de Pernambuco* e *O Povo*; e da distribuição dividida entre temas políticos e temas de interesse público, como ocorre no *Jornal da Paraíba* e no *Jornal da Cidade*. Assim, na sequência são apresentados os dados referentes a cada uma das cinco tipologias – duas puras e três mistas – encontradas com base nesta análise.

Perfil do entretenimento

Dentre os nove veículos, aquele que apresenta relação mais forte com o que se denomina como entretenimento é o *Meio Norte*. Na página do *Meio Norte* no *Facebook* há a exploração daquilo que pode ser identificado por cliques que geram rentabilidade (Hong, 2012). Mais de 50% das postagens são caracterizadas pelo entretenimento, que tem por objetivo não apenas informar, mas entreter o público, seja com temas mais leves ou por meio da curiosidade. Embora a geração de cliques esteja também relacionada a fatores estruturais e de formato – não contemplados neste artigo –, os temas de entretenimento abordados pelo *Meio Norte* apareciam quase sempre para despertar curiosidade, com postagens inclusive de conteúdo internacional. Para exemplificar pode-se citar as postagens “Musa fitness compartilhou clique ousado no Instagram” (*Meio Norte*, 10 de setembro) e “A foto deixou vários internautas em choque” (*Meio Norte*, 12 de setembro). Por outro lado, conforme o gráfico abaixo (Gráfico 3), a *fanpage* que mais se distancia da política é a do *Meio Norte*, com somente 7% das postagens sobre o tema.

Gráfico 3 – Distribuição dos temas do *Meio Norte*



Fonte: Elaboração própria (2017).

É importante ressaltar que o que mais chamava a atenção no caso do *Meio Norte* era a busca por notícias sobre curiosidade, que representavam conteúdos que buscam atrair o leitor. Normalmente não há relação de proximidade no conteúdo, mas este serve para chamar a atenção. Do total das publicações de entretenimento, que somavam 681, 306 foram categorizadas como curiosidades, tal como o exemplo: “Por ser magro, jovem acreditou que poderia entrar em vaso” (*Meio Norte*, 27 de agosto de 2016). Trata-se de um conteúdo voltado para o público que tende a acessar notícias mais leves (Boczkowski & Mitchelstein, 2012; Tewksbury, 2003).

No caso dos veículos que usam a rede social ao estilo do *Meio Norte* e que se enquadram nesta tipologia, pode-se perceber uma ênfase na busca por acessos a qualquer custo, mesmo que os temas não façam referências regionais, que segundo Triling et al. (2017) também seria um fator que causa interesse nos leitores. Além disso, esse tipo de veículo se aproxima do perfil dos periódicos nacionais, que também têm explorado mais o entretenimento (Massuchin & Carvalho, 2016) e demonstra uma mudança no jornalismo que, cada vez mais, tem trazido notícias que se aproximam do que Chagas (2016) chama de “tabloidização”. A estratégia da abordagem centralizada na curiosidade se dá, em grande medida, pelo reconhecimento de que as *fanpages* servem como “ponte” para os portais e sites de notícias, o que garante receita (Hong, 2012).

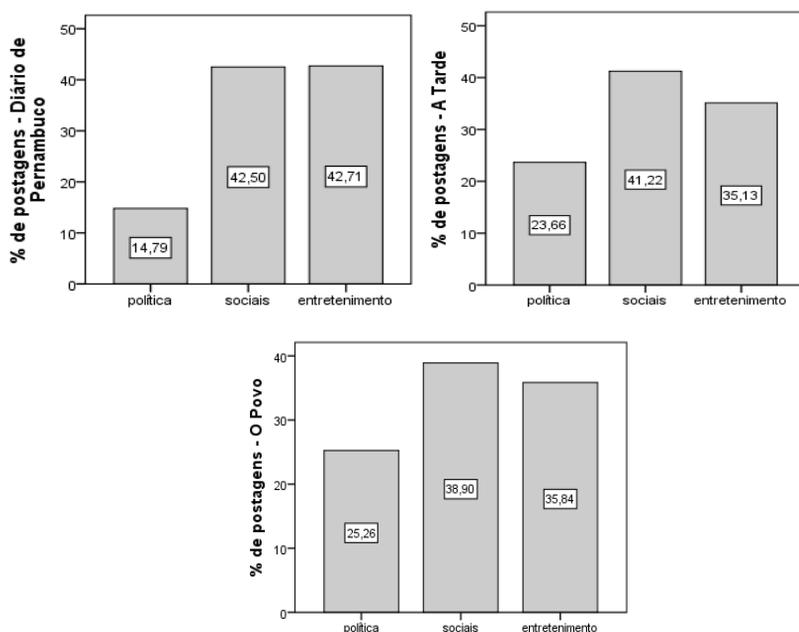
Entretenimento e temas sociais

Um outro grupo de jornais se utiliza das *fanpages*, mas de modo diferenciado, explorando dois grandes temas, com uma estratégia mista: entretenimento que vai angariar cliques e temas sociais para mostrar a proximidade com o público. Aqui tem-se como exemplo o *Diário de Pernambuco*, o *A Tarde* e *O Povo* (Gráficos 4, 5 e 6). Em nenhum dos três casos o percentual de entretenimento supera significativamente o de temas sociais, mas há um número considerável de postagens que têm o intuito de chamar a atenção do leitor e entretê-lo, que chega a quase 43% no caso do *Diário de Pernambuco* e a 35% no caso dos outros dois.

Apesar de parecer que aqui se trata do mesmo perfil de entretenimento, tem-se uma diferenciação, pois não há a exploração da curiosidade do leitor e há mais notícias postadas sobre esporte

e variedades. São mais comuns as abordagens sobre os times estaduais, principalmente no *A Tarde* e *n'O Povo*, o que evidencia uma relevância regional das postagens.

Gráficos 4, 5 e 6 – Distribuição dos temas do *Diário de Pernambuco*, *A Tarde* e *O Povo*



Fonte: Elaboração própria (2017).

Apesar do objetivo aqui ser o de construir uma tipologia a partir de padrões encontrados, o caso d'*O Povo* chama a atenção porque, dentre todos, ele acaba sendo o veículo que apresenta uma *fanpage* mais equilibrada em termos de conteúdo, dando espaço tanto para entretenimento quanto para política, por exemplo, já que se tratava de um período eleitoral. Embora postagens sobre variedades e esportes encabeçassem o *ranking*, os temas na sequência eram campanha eleitoral e política institucional.

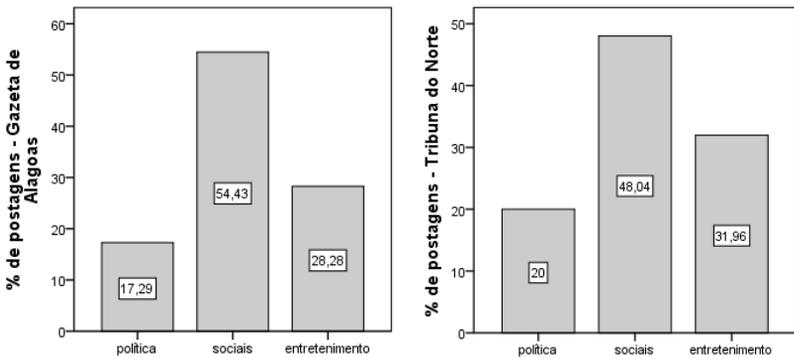
Dessa forma, nota-se que no caso desta tipologia, há uma espécie de balança que mede o peso do entretenimento e dos temas sociais e políticos. Apesar da tentativa de chamar a atenção do público com entretenimento e curiosidades, que interfere na escolha dos temas que são publicados na rede social (García-Perdomo et al., 2017; Trilling et

al., 2017; Jonhson, 2015), o jornal não se desliga totalmente do contexto social e político ao qual está vinculado. Isso pode significar duas coisas: a) que não são somente os conteúdos de curiosidade (que se transformam em “caça-cliques”) que importam; e b) que temáticas de entretenimento com apelo local/regional também chamam a atenção do leitor, fazendo com que o veículo invista neste tipo de conteúdo em sua *fanpage*.

Perfil social

Apesar da presença de entretenimento que ainda segue na casa dos 30%, a *Gazeta de Alagoas* e a *Tribuna do Norte* são os dois jornais que dão mais espaço e visibilidade para os temas sociais em suas *fanpages*, que são o carro chefe das postagens publicadas (Gráficos 7 e 8). Isso mostra que os veículos podem investir também em conteúdo de interesse público⁸ e que é possível afirmar que há temas sociais distribuídos na rede de alguns veículos, ainda que isso não seja um padrão e faça parte apenas de algumas tipologias.

Gráficos 7 e 8 – Distribuição dos temas da *Gazeta de Alagoas* e *Tribuna do Norte*



Fonte: Elaboração própria (2017).

Essa proximidade com temas sociais também está associada à regionalização do conteúdo, o que mantém a identidade dos jornais, que representam os principais de cada estado. Isso diferente dos temas de entretenimento, que tendem a estar mais associados aos conteúdos nacionais e internacionais. No caso desses dois veículos e da caracterização desta tipologia, é importante reforçar

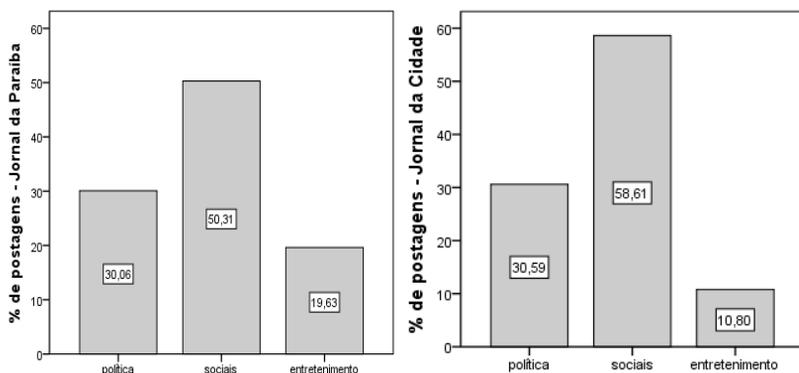
como os contextos estão bastante visíveis no modo como os veículos abordam os temas nas redes sociais.

Nos dois casos estudados, o subtema que mais aparece é violência e segurança. Assim, os jornais acabam refletindo a realidade social dos dois estados (Alagoas e Rio Grande do Norte), que possuem altos índices de violência, ainda que Chagas (2016) chame a atenção pelo fato de que estes veículos, quando muito tratam de crimes, como é a maior parte dos casos das postagens, se aproxima também do gênero tabloide. As *fanpages* com enfoque social, embora ainda ofereçam algum tipo de conteúdo de entretenimento, tem o diferencial de regionalizar a produção jornalística e gerar interesse pelo valor notícia proximidade, que segue relevante nas redes sociais.

Temas sociais e políticos

Da mesma forma que há jornais que mesclam temas sociais com entretenimento em suas postagens, há outro segmento que trabalha muito mais com a proximidade entre temas sociais e políticos, dando bem menos espaço para o entretenimento. São os casos, dentre as páginas analisadas, do *Jornal da Paraíba* e do *Jornal da Cidade*, em que mais de 50% dos *posts* são de temas sociais, mas há outros significativos 30% sobre política. Conseqüentemente, o espaço dado aos temas de entretenimento cai drasticamente em comparação com as três primeiras tipologias apresentadas.

Gráficos 9 e 10 – Distribuição dos temas do *Jornal da Paraíba* e *Jornal da Cidade*



Fonte: Elaboração própria (2017).

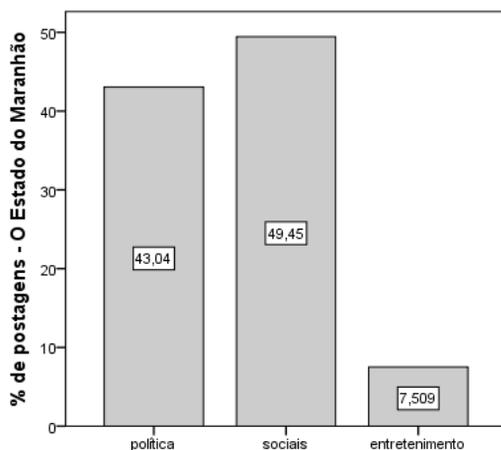
Neste sentido, nota-se que a afirmativa de que há sempre predomínio do entretenimento nas redes sociais, porque este seria o modelo padrão de uso deste espaço, não se sustenta por completo, pelo menos se observado os jornais regionais. Além do modelo em que há ênfase em temas sociais, tem-se também o caso da mistura entre política e temas sociais. Em se tratando de temas sociais, aqui também predominam postagens sobre violência e segurança, assim como sobre economia. No caso do *Jornal da Paraíba*, por exemplo, 74 das 433 postagens eram focadas em assuntos sobre violência e segurança. Notadamente, são temas de apelo regional e local, como já discutido anteriormente.

Sobre a entrada dos temas políticos como importantes, pelo menos para os editores de conteúdo – já que este trabalho não investiga o consumo e engajamento –, há dois tipos de assuntos contemplados: as eleições locais, já que se tratava de um período eleitoral, assim como política institucional, majoritariamente de abrangência nacional. Nesta tipologia, de modo bastante enfático, não se tem espaço para o entretenimento, o qual é substituído por política, ainda que o predomínio seja sempre dos temas sociais. Reitera-se a possibilidade de tratar de temas de interesse público e que a máxima do espaço para entretenimento não se ajusta a todos os modelos de utilização da rede social.

Perfil político

Apesar da ênfase nos temas sociais, identificada em boa parte das *fanpages* analisadas, tem-se ainda um perfil diferente, que é exemplificado pelo jornal *O Estado do Maranhão* (Gráfico 11). Do total de postagens analisadas, 43% delas eram sobre política. Dada a concentração da mídia regional, assim como a relação de proximidade com grupos políticos (Pinto, 2017), aparece um perfil de uso da rede social que evidencia este aspecto politizado dos veículos.

Gráfico 11 – Distribuição dos temas do O Estado do Maranhão



Fonte: Elaboração própria (2017).

Neste caso, a máxima de que os veículos jornalísticos podem ser atores políticos – tanto durante disputas eleitorais quanto fora delas – também pode ser transposta para compreender o uso que os jornais podem fazer das redes sociais. Sabendo do potencial de distribuição do conteúdo (Zago & Bastos, 2013), torna-se estratégico fazer com que o conteúdo político também circule.

A atuação na distribuição de temas políticos pode ocorrer tanto quando o interesse se dá por assuntos locais – como no caso de temas eleitorais – quanto de questões de abrangência nacional – relacionado ao executivo nacional, por exemplo. O caso analisado, que estimulou a criação da tipologia pela sua diferenciação ante os demais veículos, apresentou 21,2% das postagens sobre política institucional e 17,4% de campanha eleitoral. De toda forma, independente da escolha, este é um modelo de uso da *fanpages* inverso ao caso do *Meio Norte*, que representava a ausência das temáticas políticas, o que justifica a importância da criação das diferentes tipologias para mapear os distintos modos de uso que geram, em consequência, diferentes modelos editoriais para o jornalismo das redes sociais.

Ressalta-se que apesar da presença de quase 50% dos textos sobre temas sociais – o que poderia aproximar o jornal analisado de um modelo social/político –, o destaque que o jornal dá ao tema político o diferencia de todos os demais: a categoria, apesar de não ser a principal, tem mais que o dobro da média geral presente no gráfico 1, que é de quase 21%. São 43% das postagens focadas ou em política eleitoral e/ou

institucional, o que está muito acima dos demais jornais. Assim, optou-se por criar uma tipologia específica, que agrupa os veículos que abrem espaço para temas políticos, diferenciando-se amplamente dos demais, ainda que este assunto não seja predominante na página⁹. O que justifica a tipologia específica e a inclusão do referido jornal, portanto, é a diferença dele ante os demais na prioridade dada ao tema político eleitoral. De todos, é o que mais se aproxima deste modelo.

5 Conclusões

Este artigo teve por objetivo apresentar uma tipologia de uso das redes sociais pelos jornais que se apropriam deste espaço para distribuir conteúdo jornalístico, utilizando as *fanpages* do Facebook como canais informativos. O artigo apresentou uma análise considerando o comportamento de veículos regionais – que fogem do âmbito nacional. Além disso, a pesquisa comparativa permitiu, a partir de 9.993 postagens, dividir as páginas em distintos perfis de utilização no que tange o tipo de conteúdo jornalístico publicado pelos produtores de notícias.

A pesquisa concluiu que não há um único padrão de uso das redes sociais para a circulação do conteúdo jornalístico dos jornais porque as opções feitas pelos produtores estão baseadas em interesse econômicos, editoriais e do público, que são distintos. Isso evidencia a existência de diferentes jornalismo, não podendo categorizar a “mídia regional” como um subsistema único (Pinto, 2017). A sistematização de uma tipologia de uso das redes sociais pelos jornais elencou, ao menos, cinco tipos diferentes de utilização. Há os jornais que focam no entretenimento; têm aqueles que mesclam entretenimento e temas sociais; há os que enfatizam apenas temas sociais como “carro-chefe”; aparece também um perfil que mistura o social com as postagens políticas; e, por fim, há os jornais que atuam como atores políticos também nas redes, enfatizando a política nas publicações.

Essas cinco categorias indicam diferentes modelos de produção para o jornalismo nas redes sociais baseadas em políticas mercadológicas e editoriais diferentes. Portanto, a prática do uso das redes sociais não se dá de forma padronizada e semelhante pelos veículos. Apenas observando a tematização das notícias, têm-se comportamentos diferentes, que além das políticas internas, são marcados por diferenças contextuais e do interesse dos públicos distintos de cada veículo.

A análise, além de identificar as diferenças entre os veículos, mostrou que os temas sociais se sobressaem nas postagens dos veículos regionais quando se observa os dados agregados. Isso mostra uma certa diferenciação do modelo de mercado dos veículos nacionais, ainda que alguns já se aproximem, principalmente colocando em evidência a ênfase nas postagens de entretenimento. Existem veículos que apresentam mais similaridades e outros que se diferenciam visivelmente dos padrões identificados pela literatura.

O fato de alguns veículos não seguirem a tendência das postagens que buscam entreter o público – a partir da apresentação de temas *soft* – não significa, automaticamente, que não haja estratégias. Como foi discutido, há estratégias mercadológicas e editoriais. Nestes casos, as estratégias editoriais mantêm a rede social muito próxima de um padrão do veículo convencional e se sobressai em relação à busca dos cliques a partir do entretenimento. Os interesses do público e a necessidade de se diferenciar dos conteúdos *soft* que já circulam em outras páginas não-jornalísticas também podem explicar os perfis mais voltados para temas sociais e políticos. Dependendo do perfil do público, estes podem se transformar em conteúdo que ganha mais acesso.

Nota-se, também, que os jornais que usam mais do entretenimento são aqueles que têm uma intensidade maior de postagens nas *fanpages*. Logo, na maior parte das vezes, não significa que os jornais deixam de falar sobre temas sociais e políticos, mas que eles exploram ao máximo a estratégia do entretenimento e isso faz com que haja um aumento considerável na quantidade de postagens. Se não fosse a ênfase no entretenimento enquanto estratégia para angariar mais acessos, como aponta a literatura, a intensidade de postagem seria muito mais próxima entre os jornais. Estes veículos, portanto, partem de uma estratégia mercadológica muito mais visível que os demais, como é o caso do *Diário de Pernambuco*, *Meio Norte* e *O Povo*.

A pesquisa permitiu uma observação panorâmica e abrangente, justamente com o objetivo de identificar padrões, o que é uma das finalidades da pesquisa quantitativa. Apesar da ausência de detalhes – o que pode ser verificado em pesquisas qualitativas e/ou estudos de caso em trabalhos futuros – o artigo identificou pontos convergentes e diferenciados entre os jornais no que tange o uso das *fanpages*. Os veículos regionais demonstraram estratégias editoriais e mercadológicas distintas, mas que em alguma medida se aproxima de veículos maiores quando observados os resultados de outras pesquisas da área.

Dentre as lacunas que ainda podem ser estudadas estão as comparações entre as regiões, que também permitirão resultados amplos sobre a forma como se faz jornalismo nas redes sociais no Brasil. Por fim, entende-se que a contribuição desta pesquisa – com a criação da tipologia – está em permitir identificar como outros jornais se aproximam ou se distanciam dos modelos identificados, o que oferece continuidade às pesquisas desta subárea de estudos em jornalismo.

NOTAS

- 1 O artigo apresenta resultados da pesquisa “Cobertura jornalística em período eleitoral e a circulação de informação em redes sociais: um estudo das fanpages dos principais jornais da região Nordeste”, desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS) e financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Estado do Maranhão (FAPEMA), Edital Universal Proc. N. 01226/16. Uma versão prévia deste trabalho foi apresentada no Congresso da Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación Social (ALAIIC), na Universidade da Costa Rica, entre os dias 30 de julho e 1º de agosto de 2018, também com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Estado do Maranhão (FAPEMA), Proc. Eventos Científicos N. 01663/18.
- 2 Apesar deste trabalho discutir somente a importância dos temas para a criação de diferentes modelos de produção para as redes sociais e, afirmar que temas de entretenimento (variedades, cultura, esportes e curiosidades) fazem parte de uma estratégia para gerar acessos para os portais, a literatura também mostra outros fatores que podem gerar mais acessos para além dos temas.
- 3 Nesses 11,5% que foram desconsiderados, 6,8% das postagens continham temas que não foram possíveis de enquadrar naqueles previamente definidos, sendo aceitável para a pesquisa por estar abaixo de 10%, não tendo grande representatividade dentro do total. Já os outros 4,7% diziam respeito às postagens sem qualquer tipo de conteúdo noticioso. Como o objetivo aqui é construir tipologias a partir da priorização dada aos temas das postagens jornalísticas, optou-se por selecionar apenas as postagens que traziam este tipo de conteúdo.
- 4 A página analisada do jornal *Meio Norte* (PI) é diretamente ligada ao portal de notícias, mas que também tem ligação com o jornal impresso.

- 5 A região Nordeste é a que possui maior número de estados (nove) e, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), concentra 28% da população brasileira (56 milhões), sendo a segunda mais populosa. Além disso, possui 18% do território, sendo a terceira maior. É também a que possui o menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Por outro lado, foi a que mais aumentou sua contribuição no Produto Interno Bruto (PIB) nos últimos anos.
- 6 Destaca-se que a pesquisa mais ampla da qual este artigo faz parte trabalhou também com outras variáveis como estilo, formato, presença de *hashtag*, tema específico de campanha, abrangência e citação de candidatos. Essas características são analisadas em outros trabalhos.
- 7 Essas informações serão checadas a partir da nova fase da pesquisa, que busca entender as lógicas de apropriação pelo viés dos produtores e editores de conteúdo.
- 8 Neste trabalho não há a intenção de medir a relação do público com estes conteúdos, portanto não há como saber se aqui há maior engajamento por estes temas públicos em oposição aos de entretenimento.
- 9 Destaca-se, ainda, que os temas políticos englobam apenas duas categorias: política eleitoral e política institucional. Enquanto isso, temas sociais variam desde saúde e educação até infraestrutura urbana e minorias, agrupando, ao menos, oito categorias prévias. Os assuntos considerados como entretenimento resumem três categorias. Dessa forma, torna-se mais difícil que temas políticos ultrapassem 50% porque as possibilidades de cobertura também são mais reduzidas.

REFERÊNCIAS

- Bauer, M. (2002). Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: M. Bauer & G. Gaskell (Orgs.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (pp. 189-217). Petrópolis: Vozes.
- Boczkowski, P. & Mitchelstein, E. (2012). How Users Take Advantage of Different Forms of Interactivity on Online News Sites: Clicking, E-Mailing, and Commenting. *Human Communication Research*, 38 (1), pp. 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2011.01418.x>
- Brasil. (2016). *Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: Secom, 2016. Recuperado de <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>

Carvalho, L. (2010). *Legitimação institucional do jornalismo informativo nas mídias sociais digitais* (Dissertação de Mestrado em Comunicação). Recuperado de <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/6315>

Chagas, V. (2016). Economia política do jornalismo popular em perspectiva comparada: uma análise sobre a tabloidização no Brasil, na Índia e na África do Sul. *Brazilian Journalism Research*, 12 (1), pp. 60-81. <https://doi.org/10.25200/BJR.v12n1.2016.791>.

Devito, M. A. De. (2017). From Editors to Algorithms. *Digital Journalism*, 5 (6), pp. 753-773. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1178592>

Garcia de Torres, E. et al. (2011). Uso de *Twitter* y *Facebook* por los medios iberoamericanos. *El profesional de la información*, 20 (6), pp. 611-620. <https://doi.org/10.3145/epi.2011.nov.02>

García-Perdomo, V.; Salaverría, R.; Kilgo, D. K. & Harlow, D. (2017). To Share or Not to Share: The influence of news values and topics on popular social media content in the United States, Brazil, and Argentina. *Journalism Studies*, 22 (1). <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1265896>

Hermida, A. (2010). *Twittering the News*. *Journalism Practice*, 4 (3), pp. 297-308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>

Hong, S. (2012). Online news on Twitter: Newspapers social media adoption and their online readership. *Information Economics and Policy*, v. 24, pp. 69-74. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2012.01.004>

Johnson, T. S. P. (2015). Entre hard e soft news: explorando modelos de personalização de notícias em plataformas sociais. *Lumina*, 9 (2), on-line. Recuperado de <http://ojs2.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/21218>

Ju, A., Jeong, S. Ho & Chyi, H. I. (2014). Will Social Media Save Newspapers? *Journalism Practice*, 8 (1), pp. 1-17. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.794022>

Larsson, A. O. (2018). I Shared the News Today, Oh Boy. *Journalism Studies*, 19 (1), pp. 2-20. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1154797>

Lohman, A. (2016). O impacto das variáveis “origem do tráfego” e “página de destino” nas métricas de engajamento em sites de notícias: análise do site d’o Globo. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e desenvolvimento em Design. Belo Horizonte. Recuperado de <http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/o-impacto-das-variveis-origem-do-trfego-e-pgina-de-destino-nas-mtricas-de-engajamento-em-sites-de-notcias-anlise-do-site-do-globo-24573>

Massuchin, M. & Tavares, C. (2015). Portais de notícia brasileiros e interesse dos internautas: o que mudou entre 2012 e 2013 na composição da seção “notícias mais lidas”? *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 12 (2), pp. 359-378. <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2015v12n2p359>

Massuchin, M. & Carvalho, F. (2016). Conteúdo jornalístico nas redes sociais: as estratégias dos jornais brasileiros o facebook. *Textual & Visual Media*, n. 9, pp. 155-176. Recuperado de www.cpop.ufpr.br/cpop/producoes/67/2016-textual-media-journalisticcontent-pt.pdf

Newman, N; Fletcher, R.; Levy, D. A. L. & Nielsen, R. K. (2016). Reuters Institute Digital News Report 2016. Oxford: *Reuters Institute for the Study of Journalism*.

Pinto, P. (2017). *Brasil e as suas mídias regionais: estudos sobre as regiões Norte e Sul*. Rio de Janeiro: Luminária Acadêmica.

Poell, T. & Van Dijck, J. (2014) Social media and journalistic independence. In J. Bennet & N Strange (Orgs), *Media Independence: Working with Freedom or Working for Free?* (pp. 182-201). Londres: *Routledge*.

Shoemaker, P. J.; Johnson, P. R.; Seo, H. & Wang, X. (2010). O Readers as gatekeepers of online news: Brazil, China, and the United States. *Brazilian Journalism Research*, 6 (1), pp. 58-83. <https://doi.org/10.25200/BJR.v6n1.2010.226>

Tandoc Jr, E. & Maitra, J. (2018). News organizations use of Native Videos on Facebook: Tweaking the journalistic field one algorithm change at a time. *New Media & Society*, 20 (5), pp. 1679–1696. <https://doi.org/10.1177%2F1461444817702398>

Tewksbury, D. (2003). What Do Americans Really Want to Know? Tracking the Behavior of News Readers on the Internet. *Journal of communication*, 53 (4), pp. 694–710. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02918.x>

Trilling, D.; Tolochko, P. & Burscher, B. (2017). From newsworthiness to shareworthiness how to predict news sharing based on article characteristics. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94 (1), pp. 38-60. <https://doi.org/10.1177/1077699016654682>

Zago, G. de S. (2014). *Circulação e recirculação das narrativas do acontecimento no jornalismo em rede: a copa do mundo de 2014 no Twitter*. (Tese de Doutorado em Comunicação). Recuperado de <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/109008>

Zago, G.; Silva, A. (2014). Consumo de Informações em Sites de Redes Sociais: Jornalismo, Redes Sociais e Economia da Atenção no Twitter. In VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Curitiba. Recuperado de www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_2_Jornalismo_Midia_Livre_e_Arquitetura_da_Informacao/25925arq01065966083.pdf

Zago; G. & Bastos, M. T. (2013). Visibilidade de Notícias no Twitter e no Facebook: Análise Comparativa das Notícias mais Repercutidas na Europa e nas Américas. *Brazilian Journalism Research*, 9 (1), pp. 116-133. <https://doi.org/10.25200/BJR.v9n1.2013.510>.

MICHELE GOULART MASSUCHIN. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Doutora e mestre em Ciência Política e graduada em Comunicação Social - Jornalismo. Faz parte do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Opinião Pública (CPOP). E-mail: mimassuchin@gmail.com.

CAMILA QUESADA TAVARES. Professora da graduação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação reconhecido pela CAPES da Universidade Federal do Maranhão (UFMA/Imperatriz). Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF), mestre em Ciências Sociais Aplicadas pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela mesma instituição. Coordenadora do grupo de pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS). E-mail: camila.tavares8@gmail.com Concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito; revisão da versão em língua estrangeira.

REGILSON FURTADO BORGES. Graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela UFMA. Mestrando em Jornalismo pela UEPG. Membro do grupo de pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS). E-mail: regilsonfurtado@gmail.com Concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito.

RECEBIDO EM: 18/03/2018 | ACEITO EM: 31/08/2018

ARTIGO

LUGARES DE ENUNCIÇÃO E DISPUTAS DE SENTIDO EM RELAÇÃO AO TRABALHO JORNALÍSTICO EM ARRANJOS ALTERNATIVOS ÀS CORPORAÇÕES DE MÍDIA

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

RAFAEL GROHMANN

*Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro (RJ),
Brasil*

ORCID: 0000-0003-1063-8668

MICHELLE ROXO

FIAM-FAAM – Centro Universitário, São Paulo – SP, Brasil

ORCID: 0000-0002-1344-3412

ANA FLÁVIA MARQUES

Universidade de São Paulo, São Paulo – SP, Brasil

ORCID: 0000-0002-3447-3506

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1079

RESUMO – O artigo pretende analisar como “arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia” nomeiam suas atividades de trabalho em relação ao jornalismo e manifestam determinados *ethos* em seus textos de apresentação (sites oficiais) – tomados, aqui, como *corpus* de análise. Considerando um conjunto de iniciativas desta natureza em São Paulo, procura identificar os diferentes lugares de enunciação destes arranjos, bem como as disputas de sentido engendradas nestes espaços. Define critérios operacionais para visualizar a presença/ausência de marcas enunciativas de identificação (com o jornalismo) e de diferenciação (em relação ao sentido de jornalismo enunciado pelos sujeitos), a partir da construção de duas categorias de análise, classificadas como “marcadores de *práxis* jornalísticas” e “qualificadores de jornalismo”.

Palavras-chave: Arranjos alternativos. Enunciação. Jornalismo. Disputas de sentido. Trabalho.

PLACES OF ENUNCIATION AND DISPUTES OF MEANING OF JOURNALISTIC WORK IN ALTERNATIVE ARRANGEMENTS TO MEDIA CORPORATIONS

RESUMO – The paper intends to analyze how “alternative arrangements to media corporations” name their work activities in relation to journalism and express certain *ethos* in their presentation texts (official websites) – taken here as a *corpus* of analysis. Considering a set of initiatives of this nature in São Paulo, it seeks to identify the different places of enunciation of these arrangements, as well as the disputes of meaning engendered in these spaces. It defines operational criteria to visualize the presence/absence of identification marks (with journalism) and of differentiation (in relation to the meaning of journalism enunciated by the subjects), from the construction of two categories of analysis, classified as “markers of journalistic praxis” and “journalism qualifiers”.

Key words: Alternative arrangements. Enunciation. Journalism. Meaning disputes. Work.

LUGARES DE ENUNCIACIÓN Y DISPUTAS DE SENTIDO EM RELACIÓN AL TRABAJO PERIODÍSTICO EN ARREGLOS ALTERNATIVOS A LAS CORPORACIONES DE MEDIOS

RESUMEN – El artículo pretende analizar cómo “arreglos económicos alternativos a las corporaciones de medios” nombra sus actividades de trabajo en relación al periodismo y manifiestan determinados *ethos* en sus textos de presentación (sitios oficiales) – tomados aquí como *corpus* de análisis. Considerando un conjunto de iniciativas de esta naturaleza en São Paulo, busca identificar los diferentes lugares de enunciación de estos arreglos, así como las disputas de sentido engendradas en estos espacios. Define criterios operacionales para visualizar la presencia/ausencia de marcas enunciativas de identificación (con el periodismo) y de diferenciación (en relación al sentido de periodismo enunciado por los sujetos) a partir de la construcción de dos categorías de análisis, clasificadas como “marcadores de praxis periodística” y “calificadores de periodismo”.

Palabras clave: Arreglo alternativo. Enunciación. Periodismo. Disputas de sentido. Trabajo.

1 Introdução

Desde os protestos de junho de 2013 – quando o Mídia Ninja ganhou centralidade midiática (Peruzzo, 2013; Waltz, 2017) – o surgimento de formas “alternativas” ou “independentes” de produção jornalística tem provocado o olhar da pesquisa em jornalismo (Ramos & Spinelli, 2015; Figaro & Nonato, 2017; Reis, 2017; Assis et al., 2017; Carvalho & Bronosky, 2017). Novos atores e modelos produtivos, articulados via rede, expressam formas de organização descentralizadas das grandes redações, potencializadas por avanços tecnológicos, que assinalam mudanças nas condições de produção e consumo de informações. Este fenômeno ganha expressão em um cenário também caracterizado pelo diagnóstico da precarização do trabalho (Figaro, Nonato & Grohmann, 2013; Mick & Lima, 2013) e retração dos postos formais de emprego nas grandes redações, associado a processos de

reestruturação produtiva e flexibilização das relações de trabalho, que atinge variados setores, entre os quais o jornalismo.

Este artigo insere-se nesta pauta de investigação e é parte integrante de pesquisa coletiva “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia”, iniciada em 2016, cujo desenho metodológico mais amplo é explorado em Figaro, Nonato & Kinoshita (2017). Em uma definição provisória¹, podemos definir “arranjos” a partir das denominações “arranjos econômicos”, entendidos como “aglomerações produtivas cujas articulações entre agentes locais não são suficientemente desenvolvidas para caracterizá-los como sistemas” (Suzigan, 2004, p. 454) e “arranjos produtivos locais”, como “aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais – com foco em um conjunto específico de atividades econômicas – que apresentam vínculos mesmo que incipientes” (Suzigan, 2004, p. 546), isto é, um olhar para os modos de organização do trabalho. Com a nomenclatura “arranjos alternativos às corporações de mídia”, queremos enunciar arranjos que: a) não são projetos individuais; b) projetam alguma perspectiva de trabalho; c) têm presença nas mídias digitais; d) não são uma corporação ou um conglomerado de mídia “tradicional”.

A partir do mapeamento de 73 iniciativas desta natureza na cidade de São Paulo, que possui centralidade no contexto econômico e midiático brasileiro, procuramos analisar, nos limites deste artigo, uma dimensão particular da referida pesquisa: os lugares de enunciação em relação ao jornalismo e ao trabalho do jornalista, com base nos textos de apresentação presentes nos sites oficiais destes veículos. Como os textos dos arranjos enunciam suas atividades de trabalho e como isso os posiciona em relação ao jornalismo? Que disputas de sentido se configuram neste processo e como estas se relacionam a estratégias de qualificação/diferenciação das práticas jornalísticas vocalizadas nestes espaços?

2 Enunciação e disputas de sentido

Concebemos como *corpus* os textos de apresentação das iniciativas jornalísticas, presentes nos sites oficiais – nas seções “Quem somos” ou “Sobre”. Estes textos são parte de uma série de atividades de linguagem em relação ao trabalho, especialmente o trabalho jornalístico. Esses “discursos sobre o trabalho” revelam

uma produção de saber em relação à atividade de trabalho – quem fala, como fala e com quais valores – na qual podemos identificar “as modalidades segundo as quais circula a ‘linguagem sobre o trabalho’ e de que modo ela é formulada pelo coletivo ou rede de coletivo” (Nouroudine, 2002, p. 26).

O conjunto de enunciados presentes nos textos de apresentação não está solto no mundo, mas se liga a formações discursivas mais ou menos estabilizadas que, por sua vez, se relacionam a práticas sociais presentes no campo profissional jornalístico. Como afirma Fairclough (2008, p. 93), a partir de sua terminologia texto-discurso-prática social, “a constituição discursiva da sociedade não emana de um livre jogo de ideias na cabeça das pessoas, mas de uma prática social que está firmemente enraizada em estruturas sociais materiais, concretas, orientando-se para elas”. Os discursos, pois, se ligam a modos de ser e estar no mundo.

Nomear “quem somos” é marcar um lugar no mundo, com suas identificações e distinções, evidenciando as identidades (*ethé*) presentes no discurso – no sentido dado por Aristóteles (1998) e retomado por Barthes (2001) e Maingueneau (2008): “o *ethos* é, no sentido próprio, uma conotação: o orador enuncia uma informação e, ao mesmo tempo, diz: eu sou isto, não sou aquilo” (Barthes, 2001, p. 78).

No *ethos*, como lembra Fiorin (1994), há tanto a construção discursiva do “eu” quanto do “outro”, sem o qual o sentido não é produzido. O sujeito discursivo, pois, “se constitui, se reconhece como tendo uma determinada identidade na medida em que interage com outros discursos, com eles dialogando” (Nagamine, 2012, p. 26). Isso nos leva à concepção de “dialogismo” (Bakhtin, 2003), no sentido de que “o locutor não é um Adão, e por isso o objeto de seu discurso se torna, inevitavelmente, o ponto onde se encontram as opiniões de interlocutores imediatos” (Bakhtin, 2003, p. 213). Os discursos, pois, se inscrevem nas correntes históricas, demarcando o seu lugar ao mesmo tempo em que dialogam com outros discursos (Baccega, 1995).

As palavras, vivas na língua, como constata Bakhtin (2010), possuem “acento de valor” ou “acento apreciativo”, demarcando valores, como “fios ideológicos” que tecem os signos. Assim, ao escolhermos uma palavra e não outra, revelamos, ao mesmo tempo, a concordância com determinados discursos e a discordância em relação a outros, a reflexão e a refração, que são parte do dialogismo: “o ser, refletido no signo, não apenas nele se reflete, mas também se refrata”

(Bakhtin, 2010, p. 47). Isto é, onde ele se localiza frente às disputas de sentido em determinado campo – os lugares de enunciação.

O *ethos* presente no discurso, com suas relações dialógicas perpassadas por valores, manifesta, a partir das marcas enunciativas, os seus lugares de enunciação. Segundo Baccega (1998, p. 95), “na enunciação estão as marcas das condições de vida de um grupo, de uma classe social, as quais originam a condição de mais ou menos abstração, de maior ou menor generalização no uso da palavra”. Ou seja, enquanto indícios dos sujeitos inscritos no discurso. Por enunciação, Ducrot & Todorov (1988, p. 83) entendem o “ato pelo qual enunciados, frases, sequências, etc., se realizam, assumidos por um locutor particular, em circunstâncias espaciais e temporais precisas”. Revelam, portanto, enquanto “instância linguística logicamente pressuposta pela existência do enunciado” (Fiorin, 2004, p. 70), os textos em movimento, na *práxis*.

Na análise de um *ethos*, evidenciamos, pois, seu lugar de enunciação, onde os sentidos são produzidos e disputados. Essas disputas ocorrem porque, como lembra Bakhtin (2010) em relação à refração, a linguagem não é um terreno apenas de consensos, mas também de embates. Então, nos discursos, as contradições e os conflitos são manifestados, materializados e sintetizados.

Essas disputas de sentido que se dão a partir dos lugares de enunciação e suas marcas discursivas se configuram como “lutas por classificação” ou “lutas classificatórias”, nos termos de Bourdieu (1996; 2008), enquanto lutas simbólicas – que se dão também no plano da linguagem – travadas em determinado campo para impor uma visão legítima em relação ao mundo social.

Nessas lutas, está em jogo como se dá discursivamente a produção de sentido sobre o processo de identificação/pertencimento ao campo, bem como os princípios de avaliação/reconhecimento dos produtores e produtos considerados legítimos. “É a própria luta que faz a história do campo”, sintetiza Bourdieu² (1996, p. 181). O teórico pontua que estas lutas simbólicas também estão associadas a estratégias distintas, que podem garantir acúmulo de capital específico aos agentes. Existir socialmente em um campo de produção significa, no limite, se diferenciar, construir um “nome próprio” capaz de ser reconhecido pelos produtores deste espaço. Isso tende a levar os recém-chegados, por exemplo, a terem interesse pela ruptura e pelo “envelhecimento” de determinadas práticas e modos de conceber a atividade: ao instituir o “novo”, buscam alcançar posições

simbolicamente mais vantajosas, até então dominadas ou sequer reconhecidas, dentro da lógica relacional que movimenta as apostas no jogo (Bourdieu, 1996). Assim, seguindo os termos deste esquema interpretativo, pensar o jornalismo como campo é estar atento para os princípios de hierarquização, às lógicas de diferenciação e pertencimento mobilizadas pelos agentes, bem como à “invenção” e/ou atualização de posições e oposições que movimentam as lutas internas e redefinem os próprios limites deste espaço (e do que o jornalismo é). Lutas simbólicas que parecem adquirir maior complexidade, quando consideramos a emergência destes novos arranjos produtivos, engendrando estratégias de legitimação e pertencimento ao jornalismo.

Em particular, neste texto, procuramos mapear os diferentes lugares de enunciação dos arranjos econômicos alternativos e as disputas de sentido implicadas nesses lugares. Interessa-nos olhar como os arranjos enunciam “modos de jornalismo” e “modos de ser jornalista” (Grohmann, 2017b), e como, em seus *ethé*, a *práxis* jornalística é naturalizada ou classificada, marcada e qualificada nas relações dialógicas revelando sentidos de profissão e trabalho em jornalismo, enquanto sentidos também identitários.

3 Aspectos metodológicos

Na construção do *corpus* da pesquisa “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia”, tomamos como ponto de partida o mapeamento realizado pela *Agência Pública*, publicado em 2016 e intitulado “O mapa do jornalismo independente”. Conforme texto publicado no site da *Agência Pública*, as iniciativas foram selecionadas com base nos seguintes critérios: são organizações que nasceram na rede; não vinculadas a grandes grupos de mídia, grupos políticos, organizações ou empresas; “produzem primordialmente conteúdo jornalístico”; e são constituídas como projetos coletivos – blogs mantidos individualmente, por exemplo, não entraram no levantamento (Pública, 2017). Consideramos as iniciativas selecionadas pela agência, bem como aquelas indicadas pelos respectivos leitores, também disponível no site da *Pública* – ela mesma um dos arranjos que compõem o nosso *corpus* de análise. Outras iniciativas foram inseridas no processo de construção de

nosso banco de dados, por meio de indicações mapeadas a partir da técnica da bola de neve (Baldin & Munhoz, 2011) e buscas na internet – neste último caso, levando em conta critérios como: natureza coletiva do arranjo; autodenominação como jornalistas e desvinculação de grandes grupos de mídia. Nosso quadro amostral inicial, não estatístico e construído de forma exploratória, foi fechado em junho de 2017, totalizando 183 veículos do Brasil, sendo 73 de São Paulo (Figaro, Nonato & Kinoshita, 2017). Este desenho metodológico é fruto de um processo de construção coletiva, que tem nos incitado a constantes problematizações e revisões, à medida que avançamos nas etapas da pesquisa e aprimoramos nosso ferramental de análise no cotejamento com o objeto empírico.

Como já afirmamos, o *corpus* é formado pelos textos de apresentação das 73 iniciativas de São Paulo, seguindo o desenho geral da pesquisa, com o objetivo de: a) mapear nestes enunciados as iniciativas que expressam (ou não) vínculos de identificação com o jornalismo; b) definir critérios operacionais para visualizar marcas de identificação (com o jornalismo) e de diferenciação (em relação ao sentido de jornalismo enunciado pelos sujeitos nestes respectivos espaços). Para tanto, construímos duas categorias de análise, as quais denominamos: marcadores de práxis jornalísticas e qualificadores de jornalismo. A primeira categoria nos permitiu observar a presença nos textos de apresentação de palavras-chave associadas a toda uma “gramática” historicamente sedimentada em torno do jornalismo, associadas a um conjunto de elementos (discursivos/operacionais) socialmente reivindicados/atribuídos a esse campo de produção. São referências a um tipo de saber (de procedimento, de narração), que configuram uma competência propriamente jornalística (Traquina, 2013). Assim, ainda que os sujeitos não tenham acionado diretamente a palavra jornalismo ou jornalistas para definirem sua posição nestes textos de apresentação, a expressão desses marcadores nos permitiu visualizar vínculos de pertencimento e/ou identificação com a *práxis* jornalística. Expressões tais como reportagem, apuração, notícia, entrevistas foram tomadas como exemplares destes marcadores.

A segunda categoria, qualificadores de jornalismo, nos permitiu observar, para além da presença/ausência de relações de identificação e pertencimento com o jornalismo, a recorrência de princípios de diferenciação nestes espaços, em relação a perspectivas e concepções de jornalismo. Interessava-nos, com isso, identificar traços acionados por essas iniciativas de forma a qualificar o

jornalismo ali praticado, e, com isso, produzir diferença em relação a “outras” perspectivas possíveis.

Em relação a esses qualificadores, identificamos a recorrência de dois princípios centrais de diferenciação. O primeiro relacionado à especialização ou vinculação a um “território” e público específicos (jornalismo cultural, jornalismo comunitário, de periferias, latino-americano). O segundo, associado ao esforço destes textos de acionar traços distintivos em relação à perspectiva de jornalismo adotada pelas respectivas iniciativas. São exemplos desses qualificadores expressões como: “narrativa contra-hegemônica”; “jornalismo sem fins lucrativos para manter a independência”; “produção jornalística de qualidade”; “jornalismo fundado na reportagem”; “jornalismo crítico e alternativo aos grandes conglomerados de mídia”; “jornalismo humano, humanizado e humanizador” entre outros.

De forma prática, a pesquisa foi operacionalizada a partir da construção de uma planilha com as 73 iniciativas, os textos de apresentação coletados dos sites dos arranjos, e colunas com as categorias comentadas acima, para preenchimento a partir das análises dos textos de apresentação, que foram realizadas tomando por base a discussão teórica envolvendo os lugares de enunciação como forma de posicionar discursivamente o *ethos*, com identificações e embates.

4 Identificação com o jornalismo

Tomando por base somente os textos de apresentação, podemos considerar que, das 73 iniciativas mapeadas, 37 se identificam mais fortemente com o jornalismo, utilizando expressões como “jornalismo” ou “jornalista” como forma de explicitar vínculos de pertencimento com esse campo de produção. Contudo, 12 iniciativas dentre aquelas que não se identificam como jornalísticas, acionam marcadores de *práxis* jornalística – dado que também sinaliza alguma forma de vinculação ao campo – a partir do registro de palavras como “reportagens”, “entrevistas”, “revista”, “pautas” e “matérias”. São elas: *Candeia*, *Formiga.me*, *Las Abuelitas*, *Migramundo*, *Move that Jukebox*, *Mulher no Cinema*, *Ovelha Mag*, *Portal Aprendiz*, *Porvir*, *Revista Capitolina*, *Revista Paralela* e *Vaidapé*. Como se observa no exemplo de *Capitolina*: “é uma revista online independente para garotas adolescentes. [...] A cada mês, nossas *matérias principais* se

adequam a um tema escolhido por nós. Além disso, temos *colunas diárias* sobre as mais diversas áreas de interesse” (grifos nossos).

Dentre as 37 iniciativas que se identificam explicitamente como jornalísticas, há uma multiplicidade de sentidos que buscam qualificar/diferenciar suas respectivas práticas e noções de jornalismo nos textos de apresentação. Ressalta-se, nesse universo, um conjunto de enunciados que revelam um esforço de marcar explicitamente uma posição de oposição em relação ao jornalismo da grande mídia e/ou às razões de mercado.

Noções como “crítica” e “contraponto” são evocadas, por exemplo, em alguns enunciados dos arranjos. A “crítica” é relacionada tanto a “acontecimentos políticos, econômicos e sociais” (*Correio da Cidadania*) – no sentido de uma visão crítica dos fatos – quanto com um jornalismo “crítico e alternativo aos grandes conglomerados de mídia” (*O Independente*), o que incorpora o questionamento dos conglomerados midiáticos. O “contraponto”, por sua vez, possui algumas dimensões: uma é a editorial, como um contraponto “à uniformidade editorial da grande imprensa” (*Correio da Cidadania*), no sentido de “dar visibilidade a questões que passaram a ser omitidas pela mídia comercial” (*Ponte*). Este contraponto da “visibilidade” é colocado em relação com o que seria “silenciado”, “encoberto” pela mídia comercial. No caso de *Vozes da Vila Prudente*, é desenhado no registro de uma perspectiva alternativa de “dentro para dentro”, diferente da narrativa apresentada pela “mídia convencional” em relação à realidade periférica, “geralmente negativa e superficial”. Outra dimensão do contraponto é a questão econômica: uma mídia que não viva “de dinheiro de anunciantes e seus interesses econômicos” (*Correio da Cidadania*), que mantenha “independência editorial absoluta” (*O Independente*). A terceira dimensão é o contraponto à grande mídia enquanto uma estrutura, o que é revelado mais propriamente pelo texto dos *Jornalistas Livres*, cujo enunciado relaciona, em um plano macro, tanto a questão editorial/ideológica quanto econômica. “Estratagemas da tradicional indústria jornalística”, “interesses empresariais e ideológicos, comerciais e privados, corporativos e corporativistas”, “mídia centralizada e centralizadora” são algumas das expressões em tela. O lugar de enunciação do coletivo é marcado a partir de uma oposição entre a grande mídia e o trabalho desenvolvido pelos *Jornalistas Livres*, que expressa “amor apaixonado pela democracia e a defesa radical dos direitos humanos”.

Algumas das 37 iniciativas mapeadas, como vimos, assumem explícita vinculação com a perspectiva de um jornalismo politicamente engajado, que arroga o papel de intervir na realidade. O desenho de uma prática orientada por um ideal, por um compromisso de transformação social, voltada para a defesa de determinadas causas e bandeiras políticas, aponta para a atualização de um *ethos* “romântico” (Abreu, 1998), que identifica o exercício da atividade como missão, na chave de uma ação política transformadora. Alguns enunciados dos textos de apresentação reforçam essa percepção e projetam a ideia de que a produção à margem da grande mídia é hoje o lugar possível para a realização de princípios vinculados a este *ethos*, deslocado da figura das redações tradicionais: “Nossa vontade de registrar a realidade é idêntica à vontade de transformá-la. Causas e ações nos interessam” (*Fluxo*); “nossa pauta está onde a luta social e a articulação das transformações culturais, políticas, econômicas e ambientais se expressa” (*Mídia Ninja*).

Outras iniciativas, em contraposição, acionam de maneira mais explícita qualificadores que se associam à tentativa de construção de um lugar de enunciação distanciado, invocando princípios como imparcialidade, transparência, isenção, precisão, equilíbrio entre as partes em conflito. São preceitos que se ligam à própria constituição de um *ethos* profissional dos jornalistas ao longo do século XX (Traquina, 2013), à emergência do “paradigma do jornalismo de informação”³ (Charron & de Bonville, 2016) e a um modo de produção da imprensa ancorado em bases comerciais e empresariais. Não por acaso, são reforçados pelas grandes empresas jornalísticas, dentro de suas estratégias discursivas, como forma de demarcar a legitimidade de seu lugar no mundo social, bem como a autonomia do jornalismo em relação a outros campos sociais, como o político, ao qual esteve originalmente interligado (Barbosa, 2007).

Postulando a noção de distanciamento, este conjunto de enunciados refrata signos que relacionem explicitamente o jornalismo à transformação ou à alternativa contra-hegemônica, como no exemplo abaixo:

[...] nossos jornalistas buscam subsidiar todas as nossas classificações de modo claro, objetivo e transparente. [...] Nossa equipe não faz militância nem manifesta preferência — ela é estimulada a ouvir todos os lados. Qualquer comportamento destoante da busca pela isenção e da pluralidade não faz parte da filosofia de Aos Fatos, tampouco de sua linha editorial. (Aos Fatos).

Esses sentidos disputados acerca da noção de jornalismo, em alguns casos, trazem para a cena da enunciação (Maingueneau, 2008) a relação entre jornalismo e militância, a partir de um princípio de aproximação ou distanciamento entre estas práticas. Podemos notar essa disputa de sentidos a partir de exemplos de veículos como *Geni*, *Aos Fatos* e *Fluxo*, por exemplo. O *ethos* de *Geni* é de uma “revista comprometida com valores libertários e que seja militante – e que sirva à militância”. Enquanto *Geni* se aproxima da militância, mas não da expressão “jornalismo”, *Fluxo* concebe “jornalismo” com “ativismo” e “política”: “fazer jornalismo é fazer política. É reconhecer que o ativismo não contamina nosso ofício”. O *ethos* de *Aos Fatos*, ao contrário, refrata discursivamente a relação do jornalismo com a militância: “não faz militância nem manifesta preferência”.

Se o registro de noções como isenção e pluralidade é valorizado no texto de *Aos Fatos*, para o veículo *Megafonia*, por sua vez, este lugar de enunciação distanciado, que reforça uma “posição de autoridade midiática”, deve ser desconstruído, como forma de valorizar narrativas que aprofundem “a complexidade que há nas lutas sociais e nas ruas”, em vez de utilizar “a imparcialidade como disfarce da notícia”. Destaca-se, entretanto, que para além de posições claramente demarcadas – entre a perspectiva de um jornalismo politicamente engajado × um jornalismo informativo/distanciado – há casos em que os textos de apresentação constroem zonas de sentido intermediárias, e invocam noções que valorizam tanto uma ação socialmente orientada para determinadas causas e bandeiras, quanto o “rigor na apuração dos fatos” (*Pública*), o “registro da realidade” (*Fluxo*), “o fato – preciso apurado e verdadeiro” (*Conexão Planeta*). O valor “da informação de qualidade, verdadeira, checada e contextualizada”, o tratamento e exposição de “dados e evidências”, por exemplo, é qualificado pela revista *Gênero e Número* como forma de destacar a contribuição do jornalismo “aos debates que pautam a sociedade e às lutas travadas nas ruas e nas redes”.

A prática da reportagem, e seus respectivos qualificadores – “reportagens de fôlego” (*Pública*), “grandes reportagens” (*Puntero Izquierdo*), “reportagens especiais aprofundadas” (*Opera Mundi*), “jornalismo fundado na reportagem” (*Farofafá*), é acionada por uma série de iniciativas de modo a legitimar a qualidade do jornalismo ali praticado. Evocação que revela o lugar de enunciação simbólico de prestígio deste gênero (e do jornalista que fala a partir dele), como forma de discurso historicamente associada, no Brasil, à construção da

legitimidade do jornalismo enquanto campo de produção específico. “A Pública acredita na reportagem. E no repórter” (*Pública*). “Produzimos REPORTAGEM. Lamentamos o confinamento a que a indústria midiática relegou o mais nobre dos gêneros jornalísticos e trabalhamos para reduzir o abismo de desequilíbrio” (*Jornalistas Livres*).

Também a noção de independência (editorial/financeira) aparece nos enunciados de uma série de iniciativas, num esforço de qualificar a natureza de sua produção, em que sejam levadas em conta as diferenças em relação às propostas em tela e ao esforço discursivo destas de demarcar maior ou menor distanciamento de interesses comerciais e econômicos (*Agência Pública, Correio da Cidadania, Fluxo, Gênero e Número, O Independente, Nexo, Mídia Ninja, Pressenza, Geni, Volt Data Lab*). Sintomaticamente, dois veículos do *corpus* analisado trazem em sua própria nomenclatura o signo independente, ainda que partam de perspectivas de jornalismo significativamente distintas, como *O Independente* e *Mídia Ninja* (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação).

A construção de um olhar para a periferia se revela como um princípio enunciativo de diferenciação que marca o *ethos* de veículos como *Agência Mural de Periferias, Desenrola e Não Me Enrola, Énois, Vozes da Vila Prudente, Periferia em Movimento*. Mudar a forma como os sujeitos “se relacionam com a região onde moram” (*Agência Mural de Jornalismo das Periferias*), criar “empoderamento e fortalecimento da cidadania” (*Vozes da Vila Prudente*), informar sobre “fatos socioculturais que acontecem na periferia de São Paulo” com “olhar positivo” (*Desenrola e Não Me Enrola*), “fazer matérias com um olhar que só a gente tem” (*Énois*), são alguns dos sentidos que circulam nos textos de apresentação destes veículos, cuja produção se vincula à cobertura jornalística de um “território” específico, em geral, de “dentro para dentro” (*Periferia em Movimento*), embora existam nuances. A temática de gênero, por sua vez, é o eixo central da produção de três veículos que expressam vínculos de identificação/pertencimento com o jornalismo, quais sejam: *Geni, AzMina* e *Gênero e Número*. Ainda que reunidas em torno de uma pauta político-identitária, há diferenças significativas na forma como estas propostas qualificam suas práticas jornalísticas, a partir da expressão mais direta, distante ou matizada da noção de militância, como explorado anteriormente.

O signo “novo jornalismo” também se insinua em diversos textos, a partir do esforço de qualificar/legitimar seus respectivos *ethos* e diferenciá-los de “outros jornalismo”. Expressões como

“novo”, “pioneiro”, “único”, “original” são reveladoras de algumas estratégias enunciativas distintivas e relacionais, mobilizadas pelos sujeitos, com vistas a definir uma posição simbolicamente vantajosa neste campo de produção, como vetores de mudança que anunciam a chegada de outros modelos. *Opera Mundi*, por exemplo, enuncia seu *ethos* a partir de um projeto “único no mercado”, capaz de trazer “uma nova visão dos fatos”. A *Agência Pública* classifica-se como “pioneira”; *Outras Palavras* enuncia um “novo jornalismo compartilhado e colaborativo”; enquanto *Nexo* reforça o compromisso de oferecer aos leitores uma “abordagem original”. *Megafonia* demarca sua preferência pelo desenvolvimento de “um novo jornalismo”, distante do valor da imparcialidade, ao passo que *Fluxo* se define como um “território onde repórteres, cinegrafistas, fotógrafos, editores e artistas podem explorar novas possibilidades para o jornalismo”. Também significativo é o caso da *Agência Democratize*, cuja aposta ambiciona a “superação de modelos existentes”, nem “formato empresarial” nem “coletivo”, refratando-os discursivamente a partir da construção de uma “terceira via” para o jornalismo. O *ethos* deste veículo é sintetizado a partir de um qualificador distintivo, “pensamos diferente”, como expresso no seguinte trecho:

Formada em agosto de 2015, a Agência Democratize foi criada com o objetivo de se estabelecer como uma terceira via do jornalismo. Mas o que seria isso? Uma terceira via ao jornalismo não é apenas a negação, como a superação dos modelos já existentes. Para isto, não atende ao formato empresarial do jornalismo corporativo, no qual a informação é filtrada a partir de interesses de poucas famílias, impossibilitando o acesso a um conteúdo de qualidade e verdadeiro para a maioria dos brasileiros. Mas também não atende ao formato de coletivo, pois, para que o jornalismo alternativo possa bater de frente com a mídia corporativa e anti-democrática, não basta manter o mesmo modelo de produção de conteúdo, apenas “feito ao contrário” ou com viés de esquerda. É necessário pensar diferente. E é isso que fazemos: pensamos diferente. (Agência Democratize).

No *corpus* analisado, nota-se que a expressão “jornalismo profissional” não é invocada nos textos de apresentação, o que sugere, num sentido preliminar, que o uso deste qualificador como estratégia distintiva é, no cenário contemporâneo, uma aposta mais valorizada por empresas jornalísticas (Oliveira, 2016) do que propriamente por estes novos arranjos produtivos, considerando as “lutas por classificação” (Bourdieu, 1996) que atravessam o campo jornalístico. Embora seja significativo assinalar o caso da *Agência Plano* (rede de jornalistas e fotógrafos latino-americanos) e

da *Agência Pública*, as quais mobilizam a expressão “profissionais” para referenciar o conjunto de seus integrantes. Ressalta-se, ainda, o exemplo de *Opera Mundi* que, ao destacar a presença, entre sua equipe de colaboradores, de “jornalistas com passagens por importantes veículos de comunicação” (como *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil*, *Editora Abril*), mobiliza, em certo sentido, o capital simbólico de jornalistas, associado à trajetória profissional em veículos da grande mídia, como aposta de legitimação no campo.

5 Outros lugares de enunciação

As 36 iniciativas que não apresentam vínculos de identificação/pertencimento explícito com o jornalismo nos textos de apresentação revelam um mosaico complexo de enunciados, dos quais extraímos três dimensões centrais. Por um lado, há os “produtores de conteúdo” com enunciados como: “voz com autoridade sobre criatividade e inovação” (B9), “conteúdos que trazem inspiração e proposição” (Brasis), “cobrir a expansão da inovação disruptiva” (*Projeto Draft*), “uma revista de bom gosto elaborada para agregar valores a SUA MARCA, PRODUTO e SERVIÇO” (*Revista Paralela*), “produção de conteúdo que engaje de verdade” (*Papo de Homem*). Estas formações discursivas guardam relação com uma gramática associada à “nova morfologia do trabalho” (Antunes, 2013), como signos sintetizadores de um espírito empreendedor e inovador. Expressões como “criatividade”, “inovação”, “engajamento” fazem parte deste universo discursivo. A questão do engajamento, central para as marcas atualmente (Grohmann, 2017a), somada ao enunciado “agregar valores à sua marca, produto e serviço”, evidencia uma noção de “produção de conteúdo” alinhada a pressupostos hegemônicos de comunicação. Cabe ressaltar como o *ethos* expressado a partir deste lugar de enunciação também estabelece relações dialógicas com “narrativas inspiracionais”, que se baseiam “nessa lógica capitalista de gestão e da produção de mercadorias, bem como na inserção dessa produção em um mercado de ideias” (Casaqui, 2016, p. 4). Isto é, uma produção de conteúdo que deve “inovar”, “engajar” e “inspirar”, enquanto mobilização de afetos (Illouz, 2011) em prol das marcas.

Outras iniciativas posicionam seu *ethos* em relação à democratização da comunicação, não enunciando em nenhum momento a expressão “jornalismo”, preferindo “mídia” ou “comunicação”, como em

“mídias alternativas, comunitárias e públicas” (*Barão de Itararé*), “rede de produtores e produtoras independentes de mídia” (*Centro de Mídia Independente*), “comunicação compartilhada” e “mídias e articulistas independentes” (*Ciranda Internacional da Comunicação Independente*). Estas iniciativas marcam sua distinção em relação ao *ethos* jornalístico a partir da não-enunciação como forma de mostrar que a luta pela democratização da comunicação não se restringe às fronteiras da atividade jornalística. As expressões “rede” e “compartilhada” também dão uma dimensão mais coletiva à produção desses veículos. Podemos notar, ainda, a presença das palavras “alternativa” (em um dos textos de apresentação) e “independente” (no nome de duas iniciativas), sem aparentes distinções entre seus usos discursivos.

Há também lugares de enunciação que se referem a projetos vinculados a pautas político-identitárias e projetos educativos ou sociais, sem vinculação discursiva ao jornalismo nem à defesa pela democratização da comunicação, onde a questão midiática/comunicacional aparece como um “meio” para o objetivo principal da iniciativa, como em “ONG dedicada ao empoderamento feminino por meio da informação” (*Think Olga*), “produtores de conteúdo que visam ao empoderamento feminino” (*Lado M*). Por fim, no conjunto da amostra, há dez arranjos que conjugam a atividade jornalística junto a outras atividades, o que é expresso discursivamente pela presença de qualificadores de jornalismo – já explorados na seção anterior – e também de outros qualificadores. Para uma parcela destas iniciativas, os qualificadores de jornalismo se relacionam à ação e transformação do mundo: “jornalismo e a educação para melhorar o mundo, principalmente para nós, mulheres” (*AzMina*), “nossa vontade de registrar a realidade é idêntica à vontade de transformá-la” (*Fluxo*). Esses qualificadores relacionam-se, também, a valores de colaboração, compartilhamento (*Outras Palavras*) e jornalismo comunitário (*Desenrola e Não Enrola*). Já o *Énois*, por sua vez, traz, em seu texto de apresentação, elementos semelhantes aos dos anteriores (como, por exemplo, a noção de “produção jornalística [...] descentralizada”), além de marcas enunciativas relacionadas aos arranjos que falam de “inovação” e “qualidade”, como em “inovação e diversidade pro jornalismo” e “produção jornalística de qualidade”.

A estes qualificadores de jornalismo, se juntam outros qualificadores. Uma parte deles se refere a atividades realizadas pelos arranjos como “consultorias, palestras e debates” (*AzMina*), “produtos de comunicação, campanhas, metodologias, estratégias

de distribuição de conteúdo e mobilização jovem” (*Énois*). Podemos observar, por esses dois casos, como, mesmo quando é enunciado um qualificador de jornalismo mais relacionado à transformação social, outros “produtos” se relacionam, em alguma medida, a um jornalismo considerado “empreendedor” (Grohmann & Roxo, 2015).

Dentre os dez projetos, há quatro que articulam, de alguma forma, jornalismo e educação, mas sob pontos de vista diferentes. *AzMina* compreende “jornalismo e educação” a partir do recorte de gênero, tanto a partir da revista quanto de outras atividades desenvolvidas. O *Desenrola e Não Enrola* se considera um “projeto de educomunicação” (que também desenvolve jornalismo comunitário e cultural). *Centro de Estudos Barão de Itararé* se apresenta como espaço para “formação de novos comunicadores”. *Outras Palavras*, além de apresentar relações com a “mídia independente, comunicação alternativa e midialivrismo”, se apresenta como “Escola Livre de Comunicação Compartilhada”. *Énois* também se considera uma escola, mas de jornalismo, com um lugar de enunciação que é menos do midialivrismo, da comunicação compartilhada ou da educomunicação, mas de “produtos e estratégias de distribuição de conteúdo e mobilização”.

Considerando essa multiplicidade de enunciados e a diversidade de relações de identificação expressas, podemos reconhecer, em primeira instância, a dificuldade de situar os diferentes lugares de enunciação desenhados por essas iniciativas, bem como as disputas de sentido que os atravessam – não redutíveis a lutas classificatórias travadas em torno da definição de jornalismo. O que pretendemos, pois, com este artigo, foi mapear, de uma forma panorâmica, essa multiplicidade de lugares de enunciação, a presença/ausência de marcas enunciativas relacionadas ao jornalismo e às estratégias distintivas desenhadas nestes espaços. Isso nos revela, em alguma instância, que falar em “arranjos alternativos às corporações de mídia” não é tratar de um objeto unidimensional; pelo contrário, os enunciados analisados nos mostram diferentes olhares, projetos distintos de jornalismo e de sociedade.

6 Síntese e discussões

Os quadros a seguir têm a intenção de sintetizar a exposição da análise, evidenciando a multiplicidade dos lugares de enunciação mapeados na pesquisa:

Quadro 1 – Identificação com o Jornalismo

Lugar de Enunciação	Alguns exemplos	Qualificadores de jornalismo
Jornalismo politicamente engajado	<i>Fluxo, Mídia Ninja, Jornalistas Livres</i>	“causas e ações nos interessam”, “nossa pauta está onde a luta social [...] se expressa”
<i>Ethos</i> do jornalismo informativo	<i>Aos Fatos</i>	“não faz militância nem manifesta preferência”
Valorização da reportagem	<i>Pública, Fluxo, Conexão Planeta, Puntero Izquierdo, Farofafá</i>	“rigor na apuração dos fatos”, “o fato – preciso apurado e verdadeiro”, “jornalismo fundado na reportagem”, “reportagens de fôlego”
Independência (editorial/ financeira)	<i>Pública, Correio da Cidadania, Gênero e Número, O Independente, Nexo, Volt Data Lab</i>	“independência editorial absoluta”, “Mídia Ninja (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação)”, “jornalismo sem fins lucrativos para manter a independência”.
Olhar para as periferias	<i>Agência Mural de Jornalismo das Periferias, Desenrola e não me enrola, Énois, Vozes da Vila Prudente</i>	Mudar a forma como os sujeitos “se relacionam com a região onde moram”, criar “empoderamento e fortalecimento da cidadania”, informar sobre “fatos socioculturais que acontecem na periferia de São Paulo” com “olhar positivo”, “fazer matérias com um olhar que só a gente tem”
“Novo” Jornalismo	<i>Opera Mundi, Agência Pública, Outras Palavras, Nexo, Megafonia, Agência Democratize</i>	“novo”, “pioneiro”, “único”, “original”, “novo jornalismo compartilhado e colaborativo”, “abordagem original”, “novas possibilidades para o jornalismo”, “superação de modelos existentes”,

Fonte: elaboração dos autores

Quadro 2 – Outros lugares de enunciação

Lugar de Enunciação	Alguns exemplos	Qualificadores
Produtores de conteúdo	<i>B9, Brasis, Projeto Draft, Revista Paralelo, Papo de Homem</i>	“voz com autoridade sobre criatividade e inovação”, conteúdos que trazem inspiração e proposição”, “uma revista de bom gosto elaborada para agregar valores a SUA MARCA, PRODUTO e SERVIÇO”, “produção de conteúdo que engaje de verdade”
Democratização da comunicação	<i>Barão de Itararé, Centro de Mídia Independente, Ciranda Internacional</i>	“rede compartilhada”, “mídias alternativas, comunitárias e públicas”, “rede de produtores e produtoras independentes de mídia”
Pautas político-identitárias e/ou educacionais	<i>Think Olga, Lado M, AzMina, Desenrola e Não Enrola, Énois</i>	“empoderamento feminino por meio da informação”, “produtores de conteúdo que visam o empoderamento feminino”, “jornalismo e a educação para melhorar o mundo”

Fonte: elaboração dos autores

Classificar e categorizar são desafios metodológicos inerentes à prática da pesquisa: por um lado, as categorizações não podem ser tomadas como estanques ou cristalizadas – pois dentro de cada categoria há variedade de posicionamentos, como procuramos demonstrar ao longo do texto; por outro, essas classificações nos auxiliam com pistas e indícios para entrever o objeto de pesquisa. Nessas “lutas por classificação” (Bourdieu, 1996), travadas discursivamente no âmbito desses arranjos econômicos alternativos, há tentativas de distinções “externas” no sentido de pontuar diferenças em relação ao jornalismo da “grande mídia” e o jornalismo “tradicional” – e distinções “internas”, que podem ser traduzidas nos mais variados lugares de enunciação sintetizados nos quadros acima, inclusive produzindo tensionamentos em relação à própria expressão “jornalismo”.

Mas os lugares de enunciação revelam também identificações significativas: por diferentes formas, há relações com a deontologia do jornalismo, ora com o “independente” reafirmando a relevância do discurso jornalístico em seu grau de distanciamento do *establishment*, ora com valores relacionados à imparcialidade, objetividade, e o compromisso com o registro da realidade. Nestes casos, nota-se efeitos de aproximação (e não apenas de distanciamento) de uma forma hegemônica de se conceber o jornalismo e das próprias estratégias

enunciativas mobilizadas pela grande mídia para legitimar seu lugar no campo profissional.

O jornalismo como possibilidade de transformação social da realidade é, de alguma forma, recuperado e ressignificado por algumas iniciativas, seja a partir de pautas político-identitárias ou educacionais, do discurso de democratização da comunicação, do olhar para as periferias ou do diálogo com a tradição de um jornalismo politicamente engajado, que evoca noções como causa, missão e militância. Aqui, nota-se, por um lado, o tensionamento do discurso de um jornalismo “técnico” e distanciado das contradições sociais, quando se afirma a legitimidade de conceber a atividade na chave de um compromisso explícito com determinadas lutas políticas. Por outro, um esforço para compatibilizar a noção de engajamento/militância com preceitos deontológicos e saberes consolidados no campo profissional, como a valorização da reportagem e do rigor na apuração dos fatos.

Como esses diferentes lugares de enunciação se relacionam com as dinâmicas do campo jornalístico? Em certo sentido, esses lugares sinalizam disputas por classificação e distinção (Bourdieu, 1996; 2007), que renovam ou atualizam abordagens e perspectivas existentes no campo. Podemos compreender, por exemplo, o *ethos* do “jornalismo politicamente engajado”, do “jornalismo informativo” e da “valorização da reportagem” como inscrições que não nascem com os novos arranjos alternativos, mas que estão historicamente marcadas no campo profissional. Com as iniciativas aqui estudadas, esses lugares no campo são atualizados a partir das enunciações.

O mesmo pode ser dito em relação ao *ethos* de “democratização da comunicação”, ao mesmo tempo marcado por um engajamento político, mas também pela negação da expressão “jornalismo” como estruturante de sua perspectiva. As iniciativas relacionadas a esse *ethos* são mais antigas que a maioria dos arranjos (que emergiram principalmente após 2013), com ascensão marcada pelo contexto dos fóruns sociais mundiais na virada do século (o *CMI* é de 1999 e o *Ciranda* é de 2001), e com sujeitos atuantes há mais tempo na profissão (como Altamiro Borges, do *Barão de Itararé*). Trata-se de um *ethos* que se aproxima da militância, sem marcar a identidade profissional jornalística.

Enquanto alguns lugares de enunciação apontam para atualização de abordagens e perspectivas existentes no campo, outros nos dão indícios de deslocamentos e transformações mais profundas, que redefinem/tensionam os limites do jornalismo. Este é o caso do *ethos* de produtores de conteúdo, associado a toda uma gramática do

empreendedorismo e do capital, que avança, no mundo contemporâneo, seguindo a racionalidade própria do sistema neoliberal (Dardot & Laval, 2016), *ethos* que expressa a influência de forças externas – de áreas como administração, gestão e negócios – incidindo sobre o jornalismo (Carbasse, 2015) enquanto narrativa (“inovação”, “criatividade”, “agregar valor”) e também como modo de enxergar a atividade jornalística (modelos de negócio; jornalista como sujeito empresarial).

Se os lugares de enunciação mapeados nesta etapa da pesquisa se relacionam, por um lado, com as especificidades das lutas internas que movimentam o jornalismo como campo de produção, sinalizam, por outro, mudanças de grande envergadura no mundo do trabalho, associadas às condições de uso e mobilização da força produtiva, bem como à presença de potencialidades tecnológicas, que redefinem as próprias feições das práticas jornalísticas na contemporaneidade – conforme deixa entrever o desenho mais amplo da pesquisa coletiva, a ser explorado à medida que avançamos no conhecimento sobre a dinâmica destes novos arranjos.

NOTAS

- 1 Pois um dos objetivos da pesquisa é justamente definir o que são arranjos alternativos às corporações de mídia.
- 2 Conforme sua análise do campo literário, presente no livro *As Regras da Arte* (1996).
- 3 Na tipologia proposta pelos autores franceses, este modelo desenvolve-se em contraposição ao chamado “jornalismo de opinião”, característico do século XIX e fortemente vinculado às lutas políticas. A partir de uma perspectiva positivista, que aponta para a noção de neutralidade em relação aos fatos, o jornalismo de informação “se considera servidor do real” e se ancora em valores e regras que “visam a valorizar os elementos referenciais da informação” (Charron & de Bonville, 2016, pp. 198 e 254). Em relação ao contexto brasileiro, outros autores chamam atenção para este deslocamento na maneira de se praticar e conceber o jornalismo, caracterizado pela transição, no século XX, de uma imprensa político-partidária para um modelo de imprensa comercial, ancorado no paradigma da informação com base nos fatos. (Sodré, 1977; Barbosa, 2007; Ribeiro; 2003). Este deslocamento é operado no bojo de mudanças estruturais mais amplas, relacionadas ao desenvolvimento das sociedades urbano-industriais.

REFERÊNCIAS

- Abreu, A. (1998) Jornalistas: de românticos a profissionais. *Antropolítica*, 5 (2), pp. 7-19.
- Antunes, R. (2013). A nova morfologia do trabalho e suas principais tendências. In R. Antunes (Org.). *Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil II* (pp. 13-28). São Paulo: Boitempo.
- Aristóteles. (1998). *Arte Retórica e Arte Poética*. São Paulo: Ediouro.
- Assis, E. et al. (2017). Autonomia, ativismo e colaboração: contribuições para o debate sobre a mídia independente contemporânea. *Pauta Geral*. 4 (1), pp. 3-20. Recuperado de www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/9899
- Baccega, M. (1995). *Palavra e Discurso*. São Paulo: Ática.
- Baccega, M. (1998). *Comunicação e Linguagem*. São Paulo: Moderna.
- Barbosa, M. (2007). *História Cultural da Imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Bakhtin, M. (2003). *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bakhtin, M. (2010) *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec.
- Baldin, N. & Munhoz, E. (2011) *Snowball* (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: X Congresso Nacional de Educação – EDUCERE. Curitiba/PR, pp. 329-341. Recuperado de educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf
- Barthes, R. (2001). *A Aventura Semiológica*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bourdieu, P. (1996). *As Regras da Arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras,
- Bourdieu, P. (2007). *A Distinção*. São Paulo: Edusp.
- Bourdieu, P. (2008) *A Economia das Trocas Linguísticas*. São Paulo: Edusp.
- Carbasse, R. (2015). Tinos para os negócios e bom jornalismo? A figura do jornalista empreendedor nos debates sobre o futuro da profissão. *Brazilian Journalism Research* 11 (1), pp. 262-283. doi.org/10.25200/BJR.v11n1.2015.816
- Carvalho, G. & Bronosky, M. (2017). Jornalismo Alternativo no Brasil: do impresso ao digital. *Pauta Geral*. 4 (1), pp. 21-39. Recuperado de www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/10007
- Casaqui, V. (2016). A Inspiração como Forma Comunicacional do

Capitalismo Cool. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). São Paulo/SP: ECA-USP. Recuperado de portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0837-1.pdf

Charron, J. & de Bonville, J. (2016). *Natureza e Transformação do Jornalismo*. Florianópolis: Insular.

Dardot, P. & Laval, C. (2016). *A Nova Razão do Mundo*. São Paulo: Boitempo.

Ducrot, O. & Todorov, T. (1988) *Dicionário Enciclopédico das Ciências da Linguagem*. São Paulo: Perspectiva.

Fairclough, N. (2008) *Discurso e Mudança Social*. Brasília: Ed. UnB.

Figaro, R. (2014). O campo da comunicação e a atividade linguageira no mundo do trabalho. *Chasqui*. 126, pp. 57-65. [dx.doi.org/10.16921/chasqui.v0i126.266](https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i126.266)

Figaro, R. & Nonato, C. (2017). Novos “Arranjos Econômicos” Alternativos para a Produção Jornalística. *Contemporânea*. 15 (1), pp. 47-63. [dx.doi.org/10.9771/1809-9386contemporanea.v15i1.21451](https://doi.org/10.9771/1809-9386contemporanea.v15i1.21451)

Figaro, R., Nonato, C. & Grohmann, R. (2013). *As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista*. São Paulo: Atlas.

Figaro, R., Nonato, C. & Kinoshita, J. (2017). Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Curitiba (PR). Recuperado de portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0420-1.pdf

Fiorin, J. (1994). Polifonia Textual e Discursiva. In: D. Barros & J. Fiorin (Orgs.). *Dialogismo, Polifonia, Intertextualidade* (pp. 29-36). São Paulo: Edusp.

Fiorin, J. (2004). O Pathos do Enunciatário. *Alfa*. 48 (2), pp. 69-78. Recuperado de periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/download/4297/3885

Grohmann, R. (2017a) A Noção de Engajamento: sentidos e armadilhas para os estudos de recepção. Encontro Anual da Compós. São Paulo/SP: Cásper Líbero. Recuperado de www.compos.org.br/data/arquivos/2017/trabalhos_arquivo_7GE76QSBYJXKK26A2HDW_26_51_89_17_02_2017_21_52_18.pdf

Grohmann, R. (2017b). Inovação como Fórmula Discursiva Convocatória para as Práticas Jornalísticas: sentidos mobilizados por textos do Observatório da Imprensa. *Contemporânea*. 15 (1), pp. 207-226. [dx.doi.org/10.9771/1809-9386contemporanea.v15i1.20646](https://doi.org/10.9771/1809-9386contemporanea.v15i1.20646)

Grohmann, R & Roxo, M. (2015). Os discursos sobre o jornalista-empresendedor em sites especializados na cobertura do campo profissional. *Contemporânea*. 13 (2), pp. 471-486. [dx.doi.org/10.9771/1809-9386contemporanea.v13i2.20646](https://doi.org/10.9771/1809-9386contemporanea.v13i2.20646)

org/10.9771/1809-9386contemporanea.v13i2.13524

Illouz, E. (2011). *O Amor nos Tempos de Capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar.

Maingueneau, D. (2008). *Análise de Textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez.

Mick, J. & Lima, S. (2013). *Perfil do Jornalista Brasileiro*. Florianópolis: Insular.

Nagamine, H. (2012). Conceitos e fundamentos: enunciação e construção do sentido. In R. Figaro (Org.). *Comunicação e Análise do Discurso* (pp. 19-43). São Paulo: Contexto.

Nouroudine, A. (2002). A linguagem: dispositivo revelador da complexidade do trabalho. In M. Souza-e-Silva & D. Fãita (Orgs.). *Linguagem e Trabalho* (pp. 17-30). São Paulo: Cortez.

Oliveira, M. R. (2005). *Profissão Jornalista: um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia* (Dissertação de Mestrado). Recuperado de www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Comunicacao/Dissertacoes/Defendidas/michelleroxo.pdf

Oliveira, M. R. (2016) O Jornalismo Profissional e suas Fronteiras: estratégia de distinção de um jornal-empresa a partir da emergência de novos meios e processos de produção. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). São Paulo/SP: ECA-USP. Recuperado de portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1952-1.pdf

Peruzzo, C. (2013). Movimentos Sociais, Redes Virtuais e Mídia Alternativa no Junho em que “o gigante acordou” (?). *MATRIZES*. 7 (2), pp. 73-93. doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v7i2p73-93

Pública, Agência. (2017). O mapa do jornalismo independente. Recuperado de apublica.org/mapa-do-jornalismo/

Ramos, D. & Spinelli, E. (2015.) Iniciativas do Jornalismo Independente no Brasil e Argentina. *Extraprensa (USP)*. 9 (17), 114-123. doi.org/10.11606/extraprensa2015.104463

Reis, M. (2017). Comunicar, Resistir: um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil. *Vozes & Diálogo*. 16 (1), pp. 193-204. Recuperado de siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/9455

Ribeiro, A. P. (2003) Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, 31, pp. 147-160.

Sodré, N. W. (1977). *História da Imprensa no Brasil* (2ª ed). Rio de Janeiro: Edições do Graal.

Suzigan, W. et al. (2004). Clusters ou sistemas locais de produção: mapeamento, tipologia e sugestões de políticas. *Revista de Economia Política*. 24 (4), pp. 543-562. Recuperado de www.rep.org.br/PDF/96-6.PDF

Traquina, N. (2013). *Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular.

Waltz, I. (2017). Mídia NINJA e o ethos profissional dos jornalistas: a ascensão da mídia livre sob a ótica da redação dos veículos de massa. *Mediação*. 19 (24), pp. 215-237. Recuperado de www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/4770

RAFAEL GROHMANN. Pesquisador de Pós-Doutorado da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA-USP). Integrante do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA-USP). E-mail: rafael-ng@uol.com.br. Concepção, planejamento, coleta e interpretação de dados, redação e revisão crítica do artigo.

MICHELLE ROXO. Professora do Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM – Centro Universitário. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Integrante do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA-USP) E-mail: michelle_roxo@yahoo.com.br. Concepção, planejamento, coleta e interpretação de dados, redação e revisão crítica do artigo.

ANA FLÁVIA MARQUES. Mestranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA-USP). Integrante do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA-USP). E-mail: anaflaviamarx@gmail.com. Concepção, planejamento, coleta e interpretação dos dados.

RECEBIDO EM: 04/12/2017 | ACEITO EM: 13/06/2018

ARTIGO

VALORES DE UMA PROFISSÃO EM CRISE:

tensões e desafios de jornalistas de veículos tradicionais em meio à consolidação da internet no modo de fazer jornalismo

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores
em Jornalismo

HENDRYO ANDRÉ

Universidade Positivo, Curitiba – Paraná (PR) – Brasil
ORCID: 0000-0002-2357-9743

KÉRLEY WINQUES

Faculdade Ielusc, Joinville – Santa Catarina (SC) – Brasil
Universidade Federal de Santa Catarina – Santa Catarina (SC) – Brasil
ORCID: 0000-0001-7571-281X

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1087

RESUMO – No presente estudo, buscou-se compreender tensões e desafios enfrentados por jornalistas que atuam em meios tradicionais com a intensificação dos impactos da internet na rotina produtiva e na identidade profissional. A pesquisa, originária de um seminário com graduandos da disciplina de Teorias do Jornalismo do curso de jornalismo da Universidade Positivo, buscou entender o contexto das mudanças estruturais que suscitam questionamentos sobre uma crise no modelo de negócios das empresas jornalísticas. O estudo surgiu com a aplicação de entrevistas semiestruturadas a 14 jornalistas de Curitiba (PR) e a confrontação desses conteúdos com o dossiê *Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos*, escrito por Anderson, Bell & Shirky (2013). Observa-se, a partir de uma análise de conteúdo das entrevistas, resistência dos jornalistas ao novo ecossistema apresentado pelos autores do dossiê, bem como dificuldades para reconhecer as potencialidades dos novos espaços abertos ao jornalismo na internet.

Palavras-chave: Jornalismo pós-industrial. Teorias do jornalismo. Crise. Perfil profissional.

VALUES OF A PROFESSION IN CRISIS: the tensions and challenges journalists from traditional media face while doing journalism at a time of internet consolidation

ABSTRACT – The objective of this study is to understand the tensions and challenges which traditional media journalists face in light of the Internet and its increasing impact

on production routines and professional identities. This study is a result from a Journalism Theory seminar held for journalism graduate students at Positivo University. The focus was to understand the structural changes which journalism is going through, and to raise questions about a business model crisis affecting journalistic companies. The study used semi-structured interviews with 14 journalists from Curitiba (Paraná, Brazil) and compared them with the report *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*, penned by Anderson, Bell & Shirky (2013). Through the use of content analysis for the interview process, we observed a certain reluctance from journalists toward the new ecosystem presented in the report, as well as some difficulties they have in recognizing the power of new spaces of internet journalism.

Key words: Post-industrial journalism; journalism theories; crisis; professional profile.

VALORES DE UNA PROFESIÓN EN CRISIS: tensiones y desafíos de periodistas de enseñanza en medio de la consolidación de Internet en el modo de hacer periodismo

RESUMEN – En el presente estudio se buscó comprender tensiones y desafíos enfrentados por periodistas que actúan en medios tradicionales con la intensificación de los impactos de la internet en la rutina productiva y en la identidad profesional. La investigación, originaria de un seminario con graduados de la disciplina de Teorías del Periodismo del curso de periodismo de la Universidad Positivo, intentó entender el contexto de cambios estructurales que suscita cuestionamientos sobre una crisis en el modelo de negocios de las empresas periodísticas. El estudio surgió con la aplicación de entrevistas semiestructuradas a 14 periodistas de Curitiba (Paraná, Brasil) y la confrontación de esos contenidos con el dossier Periodismo Post-Industrial, escrito por Anderson, Bell & Shirky (2013). Se observa, a partir de un análisis de contenido de las entrevistas, resistencia de los periodistas al nuevo ecosistema presentado por los autores del dossier, así como dificultades para reconocer las potencialidades de los nuevos espacios abiertos al periodismo en internet.

Palabras clave: Periodismo post-industrial. Teorías del periodismo. Crisis. Perfil profesional.

1 Introdução

Já não é novidade que o jornalismo, enquanto modelo de negócio, passa por mudanças estruturais: de um grupo relativamente restrito e privilegiado de pessoas cuja missão era a de distribuir conteúdos às *massas* a uma gama de produções independentes, com interesses declaradamente particulares e, por vezes, sem compromissos com o rigor de apuração e checagem. De tiragens ou índices de audiência estratosféricos à segmentação de público. Da lucratividade mais alta em comparação a outros setores empresariais (Sant'Anna, 2008, Costa, 2014) à ética *hacker* e à produção amadora, baseada na cultura da participação (Shirky, 2011). Da necessidade intrínseca de se colocar objetivamente em meio às principais

discussões públicas ao rechaço a formatos e gêneros informativos consagrados com o desenvolvimento de variadas formas narrativas. Da vivência cotidiana com dilemas éticos-deontológicos (Sánchez-Vázquez, 1987) que envolvem o ofício à parcialidade declarada ou mesmo à pós-verdade¹. Das relações – nem sempre saudáveis, bem verdade – com detentores do poder nas esferas pública e privada à cobertura de acontecimentos noticiosos de forma distinta do que se havia visto e produzido até então, inclusive com a necessidade de confrontação a todo momento com as *fake news*. Enfim, de uma cultura profissional relativamente estabelecida a um mundo fluido, em transformação ou, nas palavras de Anderson, Bell & Shirky (2013), um lugar no qual as “mudanças recentes foram tão imprevisíveis e vieram de forma tão rápida que organizações tradicionais foram incapazes de se adaptar” (p. 73), gerando, segundo os autores, uma crise no modelo de negócios e também de legitimidade do jornalismo.

Essas modificações na produção e circulação de informações levam a crer que o mundo dos jornalistas já não pertence exclusivamente a essa mesma gente. Algumas dessas transformações no modo de se conceber a área desde o advento da internet, citadas no primeiro parágrafo, propuseram e ainda propõem novos e arditos dilemas e desafios a empresários e, particularmente ao que interessa neste estudo, a jornalistas. Em menos de duas décadas, esses profissionais passaram a necessitar de conhecimentos sobre redes sociais e dispositivos móveis, depararam-se com formas dinâmicas de produção de notícias, estruturadas por meio de estratégias de produção e divulgação de conteúdos multimídia. Há ainda entre eles preocupações em compreender a lógica dos algoritmos do *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, em ultrapassar os limites das bolhas e em trabalhar com *tags* e técnicas de SEO para que os conteúdos produzidos sejam encontrados no *Google* e em outros mecanismos de buscas. Não bastasse, hoje precisam aprender princípios de programação; vasculham rotineiramente novas redes sociais e demais ferramentas virtuais em busca de potencialidades e adaptações no modo de se exercer esta ocupação. Por todas essas novidades perpassa a possibilidade de existir virtualmente e, assim, defender o jornalismo enquanto instituição basilar, essencial à democracia.

Sem se prender a saudosismos, como aquele que põe o ofício exercido antes do advento da internet obrigatoriamente como melhor, e, ao mesmo tempo, com a intenção de problematizar implicações do contexto atual, o presente artigo é originário de uma atividade

pedagógica realizada no segundo semestre de 2016, em formato de seminário, com estudantes² do segundo ano do curso de jornalismo da Universidade Positivo. De natureza exploratória e heurística, a atividade, que integrou a disciplina Teorias do Jornalismo, ministrada por um dos autores, teve como objetivo propor que os estudantes identificassem e compreendessem, a partir da aplicação de entrevistas semiestruturadas com jornalistas que atuam em veículos de Curitiba (PR), dilemas, desafios, adaptações e perspectivas desses profissionais e das empresas onde trabalham a partir de elementos discutidos no dossiê *Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos* (Anderson et al., 2013).

Os autores do estudo, que serviu de base à atividade pedagógica, partem do princípio de que o campo profissional passa, desde a popularização do acesso às redes digitais, por uma verdadeira *crise* em relação ao modelo de negócios; esse colapso, por conseguinte, afetaria institucionalmente o campo, fator que criaria problemas de credibilidade à profissão. De acordo com o relatório, “a crise visível de instituições jornalísticas é a redução de suas funções tradicionais. Mas uma segunda crise, menos discutida, é a necessidade de estabilidade institucional, previsibilidade e margem de recursos em novos projetos” (Anderson et al., 2013, p. 87). Para os pesquisadores, essa noção de crise seria perpassada inicialmente pela redução no quadro de funções nas redações, mas tal apontamento não pode ser desvinculado de queda nas receitas, perdas de leitores e, como acrescenta Costa (2014), à “emergência das novidades trazidas pela tecnologia e pela comunicação em rede” (p.54). No primeiro aspecto, embora não haja estatísticas metodologicamente consonantes em relação aos números³, em 2016, ano da elaboração da atividade que resultou neste estudo, houve, segundo a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), 1,2 mil demissões de jornalistas no país, o pior índice registrado na história do jornalismo brasileiro (ABI, 2017). A crise, que teria sido aguçada por instabilidades na economia e na política e pelo advento de novas tecnologias, resultou no fechamento naquele ano de 15 veículos tradicionais e na queda entre 8% e 15% na circulação dos cinco principais jornais do país (ABI, 2017). Antes de 2016, todavia, o panorama já não era favorável: dados da Agência Volt, especializada em jornalismo de dados e que acompanha as demissões em redações brasileiras, mostraram que mais de 1,4 mil jornalistas foram demitidos no país entre 2012, ano inicial da série estatística, e 2015. Em 2017, pouco mais de 300 jornalistas perderam o emprego, número que foi

quase dobrado em 2018: 580 profissionais demitidos até o fechamento deste artigo (Volt Data Lab, 2018).

Dada a necessidade de reestruturação da área, que, conforme os dados apresentados, também parece ser condizente com a realidade de parte considerável das empresas jornalísticas brasileiras, os autores do dossiê se dedicaram a entender como o jornalismo norte-americano deverá se reconfigurar a partir de 2020, desde as formas de subsídio econômico das informações até como a atividade poderá se manter como uma instituição necessária à democracia. Os responsáveis pela obra de referência afirmam que parte dos dilemas enfrentados se deve às transformações tecnológicas e sociais propiciadas pela internet, à medida que “a capacidade de reconhecer, localizar e narrar um fato relevante no formato mais condizente para um público específico segue sendo necessária, mas [com a internet] o número de formatos e a variabilidade da audiência aumentaram” (Anderson et al., 2013, p. 46). Este princípio defendido pelos autores deve se adequar ao contexto brasileiro, ainda que com dissonâncias no tempo, no espaço e na intensidade (Rodrigues, 2013), justificativa para o uso deste texto em sala e da consequente realização de entrevistas com jornalistas.

Antes da avaliação das entrevistas, feita por meio de análise de conteúdo, e de como elas dialogam com o dossiê, voltam-se atenções ao conceito de jornalismo pós-industrial, especialmente com a problematização dele à realidade brasileira.

2 O dossiê e a realidade no jornalismo brasileiro

O contexto de *adaptação* do jornalismo norte-americano à internet, ao qual o dossiê se reporta, não pode ser simplesmente replicado na avaliação dos desafios impostos ao modelo brasileiro. A lógica de desenvolvimento da indústria jornalística no Brasil perpassa por desigualdades estruturais, tanto em âmbito histórico, quanto econômico, político, cultural e social, que tornam o modo de produzir informação jornalística no país diferente – senão mais complexo – que nos Estados Unidos e na Europa Ocidental. Assim, apesar de a referência hegemônica de produção de notícias ser a estadunidense, o que revela muito sobre a falta de compreensão das potencialidades que a área pode explorar no Brasil, a indústria jornalística tida como referência desenvolveu-se neste país de maneira singular em pelo

menos três contradições: a) um monopólio midiático sem precedentes em âmbito privado, sustentado por uma dependência parasitária de verbas públicas, que faz apologia aos valores neoliberais (Kucinski, 2005); b) hegemonia de veículos com linhas editoriais conservadoras a certo ufanismo e prevalência da forma sobre o conteúdo, isto é, a um anseio de inovação eminentemente técnico⁴; c) precarização do acesso à educação formal a grande parte do público, que refrata na incompreensão dos direitos sociais a uma cultura, quase sempre conflitante, de relacionamento no espaço virtual que se inicia e se consolida, para grande parte da população, pelos dispositivos móveis – sobretudo, os *smartphones*⁵.

Ainda que com essas advertências, o dossiê se mostra como um documento relevante para se compreender alguns dos dilemas que a área profissional no Brasil enfrenta a partir de um divórcio causado entre jornalismo e publicidade – ou, nas palavras de Anderson et al. (2013), no fato de a internet ter acabado com o subsídio da publicidade tradicional nos veículos jornalísticos, argumento que reforça o contexto de refletir sobre a reestruturação da área. Mais que apontar um colapso no modelo de negócios, o dossiê trabalha numa perspectiva de que a própria maneira industrial de produção de notícias tornou-se anacrônica. Rodrigues (2013) alerta que todo o modo de produção capitalista passa por transformações estruturais – o problema da indústria jornalística tradicional, conforme a autora, é a dificuldade para se adaptar a três palavras de ordem dessa nova forma de organização da economia: criatividade, reatividade e flexibilidade, fatores que dialogam com as contradições descritas no parágrafo anterior. Ela avalia como um dos mais importantes motivos para a adversidade no modelo de negócios a impossibilidade de a indústria tradicional se reestruturar a partir de novos valores, “já que uma de suas principais características é uma estrutura fortemente hierarquizada, centralizada, que pretenda garantir o controle dos processos internos e, sobretudo, o controle daquilo que será veiculado” (p. 138).

Costa (2014) complementa o argumento quando se propõe a discutir as principais mudanças na cadeia de valor do jornalismo. Para o autor, a lógica pós-industrial precisaria, necessariamente, superar o paradigma de que a atividade se restringe à produção de conteúdo: é fundamental que empresas e profissionais tenham ciência de que os jornais, com a internet, deixam de comandar integralmente a cadeia produtiva; em outros termos, de uma cadeia produtiva industrial

formada por quatro setores bem definidos (produtores de conteúdos, setor administrativo-financeiro, departamento comercial e logística de circulação), o jornalismo passou a depender de empresas externas: sobretudo, o *Google* e o *Facebook*.

Essas redes não apenas modificam a cadeia de produção, mas também oferecem aos jornalistas uma gama de informações impensáveis num contexto industrial. Assim, a noção de crise pode ser entendida como um momento de instabilidade e, conseqüentemente, de reestruturação no ecossistema jornalístico. Essas reconfigurações, em tese, proporcionam mais liberdade aos profissionais e ao público (Anderson et al., 2013), aspecto que conflita com a estrutura historicamente hierarquizada das redações (Rodrigues, 2013). Os autores do dossiê destacam também que as possibilidades criativas se ampliam, ou seja, as transformações e evoluções de ferramentas on-line possibilitam produzir e fazer circular informações de forma visual (estética), multimídia (variados elementos) e interativa (sensível ao toque). Outro fator é a ubiquidade de acesso, a popularização dos dispositivos móveis e redes – wi-fi, 3G e 4G – que apresentam múltiplas possibilidades de distribuição e inserção no cotidiano de usuários.

Redes sociais e transformações causadas pela popularização de dispositivos digitais, aliás, foram os temas centrais de uma pesquisa realizada pelo *International Center for Journalists* (Centro Internacional para Jornalistas), em 2017, intitulada, em tradução livre, *O Estado da Tecnologia em Redações Globais*⁶. Alguns dos principais resultados do estudo, a nível mundial, apontam que: a) há uma grave lacuna tecnológica nas redações; b) ganhar a confiança do público ainda é um desafio; c) modelos de geração de receita continuam um problema; e, por fim, d) jornalistas buscam uma especialização que não está sendo oferecida pelos empregadores.

Cabe pontuar que as principais provocações apontadas no diagnóstico sobre a conjuntura latino-americana são: a instabilidade da rentabilidade, a conquista de um público leal e a criação de conteúdos de qualidade. Além disso, as redações têm mais dificuldades com as mudanças nos modelos de negócio e com a identificação de novas fontes de receita. A realidade apresentada dialoga com o contexto brasileiro. Essas características conflitam com a estrutura hierárquica hegemônica nas organizações tradicionais de empresas jornalísticas. Contudo, elas precisam ser compreendidas para que seja possível repensar os valores dos profissionais e do próprio ofício.

Apresentada a discussão sobre o conceito de jornalismo pós-industrial, especialmente com a problematização dele à realidade brasileira, voltam-se as atenções, respectivamente, para o perfil e aportes metodológicos e para a análise das entrevistas.

3 Perfil dos entrevistados e procedimentos metodológicos

Entre as discussões propostas na atividade pedagógica estavam a avaliação da relação dos produtores com as notícias desde a popularização da internet, a compreensão sobre a essencialidade do jornalismo, além das percepções que esses profissionais têm sobre os desafios e perspectivas para a reconfiguração da área a partir da realidade na qual vivem. Os 14 encontros foram organizados pelos estudantes e ocorreram entre meados dos meses de agosto e setembro de 2016 com jornalistas de emissoras de rádio, televisão e jornais impressos de Curitiba, no Paraná.

Há no grupo, dividido igualmente entre homens e mulheres, profissionais ligados a afiliadas das quatro principais emissoras televisivas do país: *Rede Globo (RPCTV)*, *SBT (Rede Massa)*, *Rede Record (RICTV)* e *TV Band*, além da *É-Paraná* (emissora educativa local). Há ainda aqueles que atuam no meio impresso (*Tribuna do Paraná*, jornal popular historicamente líder em vendas nas bancas em Curitiba e região metropolitana, e *Gazeta do Povo*, que deixaria de circular no formato diário em 31 de maio de 2017) e no rádio (*BandNews FM*, principal emissora *all news* da cidade voltada para um público entre 25 e 40 anos, e *Banda B Curitiba*, uma das principais emissoras AM da região). Nenhum dos jornalistas trabalha com a internet como atividade-fim, embora a maior parte acumule funções, já que todas as empresas também alimentam portais on-line.

No período, os entrevistados, escolhidos pelos discentes aleatoriamente, atuavam, portanto, em redações dos principais veículos locais e tinham um perfil particularmente singular, fato que relativiza alguns dos resultados obtidos, mas que, ao mesmo tempo, colocava a maior parte dos jornalistas consultados em situação de pressão. Bergamo, Mick & Lima (2012), por exemplo, elaboraram uma pesquisa para identificar o perfil do jornalista brasileiro. No relatório, os autores trabalharam com uma amostra que, no recorte por classificação etária, agrega 59% de profissionais entre 18 e 30 anos. Neste estudo, a distribuição dos entrevistados por idade não é tão polarizada: há

especialmente participantes na faixa entre 31 e 40 anos (J1, J4, J6, J10, J11 e J14) e entre 20 e 30 anos (J2, J3, J5, J7 e J9); o restante está acima dos 41 anos (J8, J12 e J13). Além disso, apenas um não é diplomado em Jornalismo (J13) – o mais antigo formou-se em 1997 (J6); o mais novo, em 2015 (J7). Com exceção de quatro deles (J3, J5, J11 e J13), todos possuem formação complementar, seja em outra graduação ou em pós-graduações *latu sensu* (especializações ou MBAs). Nenhum deles possui pós-graduação *stricto sensu* (mestrado, mestrado profissional ou doutorado). Todos estão vinculados ao mercado formal e, excluídos dois (J2 e J12), exercem a profissão de forma assalariada com registro em carteira de trabalho. Todos, exceção feita a dois entrevistados (J12 e J14), trabalham na iniciativa privada. Apenas quatro (J1, J7, J9 e J10) atuavam na época de aplicação da pesquisa em veículo jornalístico há menos de dois anos, sendo que apenas um deles pertence à faixa etária mais baixa (J7).

Ainda que a internet seja um nicho simultâneo de laboro quase unânime entre os participantes, este estudo lida majoritariamente com jornalistas cujas carreiras são tidas como consolidadas no mercado tradicional – isso ocorreu justamente pelo fato de não ter havido arbitrariedade na escolha dos entrevistados, o que fez com que os estudantes procurassem, em geral, entrevistar pessoas que tinham como referência no jornalismo local. Dito isso, mais da metade dos participantes já ocupou ou ocupa cargo de editor ou de gestão dentro dos veículos que trabalha, algo que aponta para trabalhadores integrados ao modelo de produção de notícias industrial ou, no mínimo, formados para atuarem nele. Mesmo que se tratem de profissionais que integram um mercado específico de jornalismo, analisar as percepções dessas pessoas sobre as transformações pelas quais passa a atividade, portanto, mostra-se pertinente à medida que parte desses jornalistas teve, tem ou terá possibilidades de esboçar e propor estratégias nos veículos em que trabalham.

As entrevistas, extraídas de um roteiro formado por 30 perguntas, foram gravadas e decupadas – devido ao recorte do artigo, nem todas as questões foram trabalhadas neste texto; além disso, do universo inicial de 19 entrevistas, cinco foram descartadas devido ao não seguimento das orientações da atividade. Dito isso, a primeira metade é formada por questões fechadas⁷ e tem como foco o levantamento de dados sobre a formação acadêmica, o histórico profissional e outras informações pertinentes para se compreender o perfil dos respondentes – os principais dados desta seção foram

apresentados no início deste item. Já a segunda metade, discutida nos próximos tópicos, é formada por questões abertas⁸. Nela há um conjunto de perguntas sobre a crise institucional do jornalismo, conforme apontado pela obra de referência, e sobre as implicações das novas tecnologias digitais nas rotinas produtivas.

As respostas foram transcritas e organizadas em um único arquivo (com quase 50 páginas e mais de 20 mil palavras), agrupadas por perguntas e comparadas por meio de uma análise de conteúdo, que consiste na organização dos dados a partir de inferências, isto é, padrões de respostas que passam a ser identificados. Para cada um dos eixos da análise foram compiladas as respostas e realizada uma confrontação (comparação) entre as falas. Nesse sentido, metodologicamente o trabalho buscou seguir o princípio defendido por Bardin (2010) de que “o analista é como um arqueólogo. Trabalha com vestígios: os ‘documentos’ que pode descobrir ou suscitar. Mas os vestígios são a manifestação de estados, de dados e de fenômenos” (p. 41). Ao ser compreendida como um conjunto de regras e métodos, a análise de conteúdo, portanto, apropria-se das propriedades heurísticas para enriquecer o caráter exploratório da pesquisa, o que “aumenta a propensão para a descoberta” (p. 31).

A análise, apresentada nos próximos tópicos, foi dividida em três partes, todas vinculadas à estrutura argumentativa do dossiê utilizado na atividade de seminário, e trabalhadas, respectivamente, nos três próximos tópicos. Na primeira, houve a intenção de entender, a partir das impressões e vivência dos entrevistados, como estão configurados o mercado jornalístico e a profissão, bem como as percepções sobre a existência ou não de uma crise no modelo de negócios. Essa discussão foi confrontada com a impressão que profissionais integrados à lógica industrial de produção de notícias têm no que compete à essencialidade do jornalismo em regimes democráticos. Por fim, a análise se debruça sobre as pressões enfrentadas por esses profissionais no exercício da atividade e sobre como as metas e resultados são trabalhados dentro das redações.

4 Valores de uma profissão em crise

De acordo com a maior parte dos respondentes, o jornalismo permanece essencial à sociedade e a profissão precisa ser valorizada. A atividade, ainda segundo os participantes, passa por um período

de incertezas, embora não haja consenso sobre origens e, menos ainda, consequências desse fenômeno. As rotinas produtivas são perpassadas por pressões que interferem no trabalho cotidiano, desde a escassez de recursos humanos e materiais até a iminente possibilidade de demissão, as intimidações para o cumprimento de metas e a busca desenfreada por audiência. Por fim, os jornalistas consultados sentem que os empregadores são transparentes na apresentação da situação econômica, mas, contraditoriamente, não têm noções a respeito do faturamento das empresas.

Apresentada a síntese, quando indagados sobre como avaliam o cenário de crise na área, a parcela mais significativa dos entrevistados (com exceção de *J7* e *J10*) reconheceu que o termo se encaixa com relativa pertinência ao contexto vivido pelas empresas onde trabalham. Um deles (*J10*) disse que no veículo no qual atua, uma emissora de tevê, não houve qualquer tipo de malogros ao negócio e que acompanha o período de turbulência na profissão apenas por relatos de colegas de empresas concorrentes; isto é, para ele, o problema é superdimensionado. A afirmação, porém, precisa ser relativizada por se tratar exatamente de um dos entrevistados que estava, à época, há menos de um ano empregado. Há uma tendência de menor pressão a esse tipo de profissional justamente por conta do salário mais próximo ao piso salarial⁹. Já o outro jornalista que não concorda com a ideia de que haja uma crise instaurada afirma que “as empresas de comunicação não são transparentes neste assunto” (*J7*), e que a falta de organização coletiva da classe jornalística faz com que a categoria profissional compre o discurso de instabilidade vendido pelo empresariado.

O período não é encarado como instável por quase metade dos entrevistados – integram esse grupo os dois jornalistas que avaliam a situação como superdimensionada (*J7* e *J10*). Para eles, não há fadiga do modelo de negócios, ao contrário do que aponta o dossiê. Pelo menos quatro¹⁰ concordam com a existência de graves instabilidades na área, mas as resumem como consequências imediatas ou naturais da estagnação econômica¹¹ (*J2*, *J5*, *J8* e *J14*). Por acreditar vertiginosamente nas interferências do abalo econômico no impasse editorial, um dos participantes busca minimizá-la: “A crise editorial sempre vai existir e é bom que ela exista, porque temos que discutir constantemente a questão editorial” (*J8*). Outros dois acreditam que ela é potencializada por fatores como a falta de hábito de leitura do público, a popularização da internet, e/ou pela forma tediosa como as notícias são produzidas nos veículos tradicionais, mas avaliam que

o fenômeno é norteado fortemente pela economia (*J11* e *J13*). Esse tipo de aspecto interfere, claro, no modelo de negócios. Sant'Anna (2008), por exemplo, ao avaliar os meios impressos, explica que há uma relação direta entre a circulação dos jornais impressos com as variações do Produto Interno Bruto (PIB): “Como acontece com outros bens e serviços, o consumo de jornais, os anúncios publicitários e os classificados tendem a crescer quando a economia cresce” (p. 44). Entretanto, ainda que esse fator necessite ser levado em consideração, ao confrontá-lo com o dossiê, percebe-se que talvez não seja capaz de explicar toda a complexidade pela qual passa a área.

Cinco dos jornalistas consideram que o cenário de estagnação é misto, porém, é mais agudo no quesito modelo, isto é, nas formas tradicionais de produção de notícias (*J3*, *J4*, *J6*, *J9* e *J12*). O participante *J6* contesta a afirmação de que a crise tenha como origem principal o déficit na economia do país, e defende que o período de adversidade seja fruto de uma instabilidade combinada, algo mais alinhado à discussão do dossiê. De acordo com ele, o grande desafio das empresas é compreender o potencial jornalístico e econômico da internet. Isso porque, para ele, o problema tem relação com a

[...] queda no consumo da notícia da forma como a gente conhece, **na forma como eu aprendi a fazer**. Hoje é muito mais simples você construir o seu próprio *hall* de informações, diferentemente do que a gente faz, que é escolher as informações que o leitor ou o telespectador vai receber. **E é isso que nós ainda não conseguimos entender**. O que esse leitor exatamente quer, o que o telespectador exatamente quer. O resultado disso é que as faixas mais jovens do mercado já não têm a televisão como um meio predominante na sua informação. E aí se a televisão já não é [o meio predominante], você pode imaginar o que fica para rádio, para jornal. (*J6*, grifo nosso).

A opinião é compartilhada quando outro jornalista afirma que o motivo da queda de anunciantes se dá pelo “formato em si” (*J9*). Ele acredita que o desafio hoje seja transformar a informação em algo “mais palatável, para que as pessoas continuem gostando e não vire **aquela coisa maçante** [...] Agora tudo é mais dinâmico e a gente tem que adaptar isso. Acho que a crise é nesse sentido” (*J9*, grifo nosso).

Embora se reconheça a existência de um período de turbulência e se divirja apenas nas origens dele, há unanimidade entre os entrevistados sobre a essencialidade do jornalismo (pressuposto também do dossiê), de modo que uma hipotética inexistência da área tornaria a vida em sociedade “ainda pior” (*J9*). As razões variam de argumentos romantizados e que suscitam uma visão normativa – por vezes, platônica – do que seja

a profissão a apontamentos mais pragmáticos e contextualizados. No primeiro caso encaixa-se, sobretudo, a metáfora do quarto poder (*J5*) e algumas de suas derivações. São exemplos: a) a capacidade inata de fiscalização e denúncia (*J4* e *J7*), tipo de argumentação que desconsidera as rotinas produtivas, responsáveis por essas ações tornarem-se cada vez mais esparsas, com uma dependência quase parasitária do Ministério Público e da Polícia Federal, entre outras instituições; b) defesa de que o jornalismo produz narrativas isentas, verdadeiras ou reais (*J1*, *J2* e *J6*), já que a imprensa, após a redemocratização, “tem mais liberdade” (*J13*).

No contexto de polarização política ao qual se vive no Brasil e do qual grande parte do jornalismo de referência se apegou é fundamental perceber que essa idealização da profissão é praticamente inexistente: fiscalização, denúncia e produção de narrativas isentas cedem espaço a coberturas cada vez mais parciais ou panfletárias, e isso parece, em certa medida, ter se naturalizado nas falas desses jornalistas.

Antes de apresentar argumentos mais pragmáticos, vale notar que a metáfora do quarto poder se torna ainda mais obsoleta desde a popularização da internet. Se o termo diz respeito a uma noção do jornalismo enquanto representante do interesse social, “o público não só tinha de ver a imprensa como sua legítima representante política, mas também acreditar que essa imprensa representativa era capaz de entender e retratar corretamente a realidade empírica básica do mundo” (Anderson et al., 2013, p. 68). Assim, essa consideração ratifica a ideia de que, além de uma crise de modelo de negócios, a área enfrenta também tensões relativas à credibilidade frente ao público, premissa não compartilhada pela maioria dos entrevistados.

Voltando à questão dos argumentos mais pragmáticos sobre a importância da profissão, enquadram-se apontamentos relacionados à: a) divulgação de acontecimentos cotidianos considerados relevantes ou curiosos (*J10*); b) possibilidade de fornecer às pessoas aprendizados fora do âmbito da educação formal (*J1* e *J10*); c) cessão ou entrega de argumentos, por materiais informativos e opinativos, para que o público possa formar opinião ou ter consciência sobre os principais temas do dia a dia (*J3*, *J13* e *J14*). Embora não se recuse esse tipo de perspectiva, para Anderson et al. (2013) e Costa (2014), o novo ecossistema da profissão precisa superar a lógica de que o papel dos jornalistas se reduz à produção de conteúdo. Essa mudança de perspectiva pode, inclusive, abrir brechas para que a atividade jornalística dispute espaço com os agregadores, empresas como,

por exemplo, *Google*, *YouTube*, *Spotify* e *Facebook*, que desenvolvem tecnologias ao se apropriarem do princípio da cultura da participação: agregam conteúdos criados por terceiros, que se retroalimentam. Segundo Costa (2014), no jornalismo tradicional não se “entende a informação como serviço, mas como algo puro, que funciona por si só [...] Essa indústria, de forma geral, tem-se preocupado em digitalizar seu conteúdo analógico para oferecê-lo aos internautas de forma gratuita ou contra pagamento” (p. 57).

Independentemente da abordagem – romantizada ou não –, nenhum dos entrevistados sugeriu potencialidades para o jornalismo nascidas a partir das propriedades intrínsecas da internet como solução para a crise, o que sugere desconhecimento ou resistência às transformações em curso. Costa (2014) credita essas objeções, além de questões de negócios, a aspectos geracionais. O autor classifica em três as gerações: 1) nativos analógicos: pessoas já adultas na década de 1990, são indivíduos “experientes, grande parte é versada na crítica. Ao buscar informação na internet, os nativos analógicos preferem as fontes conhecidas, as quais conquistaram credibilidade no mundo analógico” (p. 58); 2) nativos digitais: protagonistas do ambiente digital, aprendem com a internet e dão a ela novos significados; 3) analógicos digitais: nascidos em um mundo analógico, mas imersos na lógica digital. Esse tipo de indivíduo “faz o possível e o impossível para se adaptar ao mundo novo. Muitas vezes, no entanto, seu olho não consegue ir além do aceitar o mundo digital, mas sem compreendê-lo na sua totalidade” (p. 59). De acordo com o autor, as empresas do setor são essencialmente comandadas por nativos analógicos, característica que também se aplica ao universo de entrevistados deste estudo, que organizam os princípios e valores da profissão a partir de parâmetros estruturados na lógica industrial.

A existência da percepção sobre a essencialidade do jornalismo não refrata em segurança quando o assunto é a estabilidade empregatícia. Cinco entrevistados demonstram confiança quando perguntados sobre a crença na preservação do emprego (*J7*, *J10*, *J12*, *J13* e *J14*). Entre eles, há aqueles que relacionam essa intuição a uma política empresarial do veículo jornalístico onde o trabalho os blinda de pressões e/ou os faz se considerarem como jornalistas com amplo potencial de mercado.

Já entre aqueles que se sentem pressionados pelo desemprego, a maioria diz que se trata de uma situação cotidiana, indissociável da rotina profissional (*J1*, *J2*, *J4*, *J8*, *J9* e *J11*). Outro

grupo sente receio de perder o emprego, mas a médio ou longo prazo. Estão nele um entrevistado que aposta na remuneração, baixa quando comparada a de outros trabalhadores da mesma empresa, como um argumento que torna praticamente impossível a demissão a curto prazo (J3). Além dele, há ainda aqueles que acreditam que o cumprimento eficaz do trabalho é um fator determinante para uma ampliação da carreira nos veículos onde atuam, seja por diminuir a possibilidade de demissão, facilitar um reposicionamento rápido no mercado de trabalho ou dificultar a substituição imediata por mão de obra à altura nos quesitos qualificação e envolvimento profissional (J2, J5 e J6). A incipiência do mercado tradicional do jornalismo foi citada apenas por um dos participantes: “A gente tem um grupo de donos de empresas que formam, talvez, quatro grandes empresas de veículos no Paraná, e eu já trabalhei em duas, então a minha restrição é bem alta” (J11).

5 Vida econômica dos veículos: pressão e transparência

Após identificar percepções sobre o cenário de crise da profissão e do modelo de negócios e procurar entender sobre as formas como esses profissionais lidam com os receios do desemprego, passa-se a compreender como os entrevistados têm consciência a respeito da vida econômica da empresa onde trabalham – inclusive, ao conhecimento sobre aumentos ou quedas na receita publicitária. O interesse é perceber como e se essa situação pressiona o trabalho cotidiano.

Exceção feita a um jornalista (J7), conforme descrito no tópico anterior, todos os demais consideram que as empresas são formalmente transparentes no quesito apresentação de índices econômicos. Três não especificam objetivamente como funciona esse processo no dia a dia (J9, J13 e J14). Oito exemplificam a transparência a partir de ações, geralmente reuniões periódicas (mensais, trimestrais ou semestrais) ou ocasionais com gerentes e/ou com o departamento de publicidade (J2, J3, J4, J5, J6, J8, J10 e J11). Pressões do Sindicato dos Jornalistas (J1), conversas informais com colegas (J8) ou o convívio com condições de trabalho precárias (J12) também são formas reconhecidas pelos entrevistados de saber sobre a vida financeira das empresas.

No entanto, quando se indaga sobre a ciência em relação a aumentos ou quedas na receita publicitária, a resposta da maior parte

parece ser contraditória em relação à última questão. Nove deles (J1, J2, J4, J7, J8, J9, J10, J12 e J14) têm pouca ou nenhuma informação sobre aumentos e quedas nas receitas. O restante diz que há transparência nos dados: a) dois afirmam que essa transparência é oriunda de reuniões com as chefias ou do cotidiano da redação (J11 e J13); b) um diz que recebe informações por conta de a empresa ter o sistema de participação nos lucros (J3); c) outros dois por exercerem cargos de chefia ou de estarem muito próximos a esses cargos (J5 e J6). O último entrevistado, aliás, foi o único que mensurou os resultados alcançados pela empresa onde trabalha nos últimos anos, algo que acompanha a lógica temporal de aumento de demissões apresentadas ainda na introdução deste estudo: “De 2013 para 2014, a queda praticamente foi zero. De 2014 para 2015 foi acentuada; de 2015 para 2016 foi desesperadora. A queda na receita publicitária é assustadora” (J6).

A falta de estrutura para o exercício da profissão é citada quando há o questionamento sobre como a situação econômica da empresa onde trabalham interfere na rotina profissional.

Eu temo muito pelo jornalismo de telefone, ou de “CTRL + C, CTRL + V”¹², que é o que mais acontece. E como jornalistas temos que realmente combater isso. Quando você está na rua, olhando para o entrevistado ou no meio do fato, você tem outra visão. E quando há uma estrutura totalmente enxuta, ou quando não há estrutura para ir até um fato, isso realmente me preocupa, e isso acontece diariamente (J1).

Embora haja respondentes que alegam não pensar na situação financeira da empresa diariamente (J5, J6, J7, J9, J10, J11 e J12), a possibilidade iminente de demissão (J2, J4 e J8), o trabalho com metas (J3) e a busca desenfreada por audiência (J14) também são elementos de pressão diária. Mesmo ao negar a alcunha *pressão*, um deles diz que há a existência de situações “desagradáveis” na rotina de trabalho (J13).

Dois depoimentos merecem destaque nesse quesito. O primeiro está ligado à autocensura. Um entrevistado alega que o intuito de gerar menos despesas e/ou buscar mais receitas faz com que algumas pautas caiam no ostracismo: “Você deixa de fazer uma pauta importante por conta própria, em razão de buscar audiência para tentar ajudar de alguma maneira buscar alguma receita pra empresa” (J11, grifo nosso). O segundo depoimento é relativo a como a Convenção Coletiva de Trabalho, tipo de acordo anual que visa a reajustar salários da categoria, interfere no ambiente de trabalho:

É uma negociação muito delicada e que envolve ameaças de lá e de cá. Ameaças não explícitas, ameaças veladas. Então você, às vezes, vai passando por determinados momentos em que você não sabe se vai terminar o seu dia de trabalho e no dia seguinte vai trabalhar de volta [...] Se você sair, não sabe se vai voltar para o mercado. Há 15 anos, você saía e podia ter certeza de que ia voltar. Há 10 anos, quase certeza. Hoje, não tem certeza nenhuma (J6).

Não há consenso entre os entrevistados sobre se o jornalista deve ou não se preocupar com a receita da empresa. Oito afirmam (J1, J2, J5, J7, J8, J9, J11 e J14) que é preciso pensar em estratégias para gerar receitas para a empresa – a principal delas, para os respondentes, é o exercício de um bom trabalho com o mínimo possível de gastos. Bom trabalho que, para os respondentes, não deve ser confundido com caça-cliques: “Você fazer a matéria só para ter o clique, daí você [vai] conseguir ganhar [audiência] com aquilo, mas não tem nada de informação lá” (J9). Já J7 diz que fazer com que os jornalistas aceitem a necessidade de se preocupar diretamente com as receitas da empresa é, além de uma postura pragmática, uma quebra de paradigma que deve ser enfrentada pelas gerações futuras.

Os que discordam do fato de a redação ser obrigada a se preocupar com as receitas da empresa também consideram que a forma de contribuir para o crescimento é por meio de um bom trabalho (J3, J4, J6, J10, J12 e J13). “Assim como a empresa tem jornalistas, também tem quem pense nisso [receitas]. O comercial vai pensar no comercial, o *marketing* vai pensar no *marketing*, porque a gente já tem que pensar o que está acontecendo na política, na economia brasileira” (J3). “É bom saber para que se tenha a integração do que acontece de forma geral, da parte financeira. Só não vejo que deveria participar da parte comercial diretamente. Isso pode atrapalhar o trabalho jornalístico” (J13).

6 Velhos modelos para novas práticas

Indagados sobre como avaliam o modelo de negócios das empresas onde trabalham¹³, os entrevistados mostram-se divididos. Entre os receosos estão aqueles que julgam o modelo como demasiadamente tradicional, inclusive, em alguns casos por ser administrado por uma lógica de cunho familiar (J1, J4, J5 e J7). Há ainda quem alerte que o padrão empresarial é pautado pela precariedade nas condições de trabalho, o que prejudica a independência econômica e/

ou política das empresas (J3, J8 e J12). Questões como burocracia, resistências em relação à inovação e pressões econômicas e políticas no cotidiano de produção de notícias são fatores eminentemente ligados à lógica de produção noticiosa industrial.

Por outro lado, alguns dos respondentes acreditam que as empresas procuram investimentos em outras frentes, como classificados e na busca por espaço na *web*, e que isso garante modelos ideais ou, no mínimo, mais adequados à lógica pós-industrial do jornalismo (J10, J11 e J13). A dependência de empresas com outras atividades-fim, mas pertencentes ao mesmo grupo empresarial, é vista como uma estratégia eficiente (J14), assim como uma política de evitar tornar explícita as relações entre o departamento comercial e a atividade-fim, fatores que aprimoram a gestão dessas empresas (J6 e J9).

Os relatos sobre a profissionalização das empresas, entretanto, entram em contradição quando o assunto envolve novas frentes de viabilidade financeira. Ela esbarra em consequências da própria configuração do modelo de negócios das empresas e repercute no pessimismo hegemônico dos entrevistados quando o assunto são as possibilidades de sobrevivência sem o aporte da publicidade tradicional (J1, J2, J3, J4, J6, J7, J8, J9, J10, J12 e J14). Há aqueles que, apesar de não acreditarem na possibilidade de o jornalismo viver sem esta fonte de receita, apostam em investimentos do setor público para a viabilização dos negócios, fator que continuaria a marcar a dependência dos conglomerados privados de comunicação no Brasil em relação ao estado, ainda que houvesse algumas resistências no aspecto cultural. A situação é ilustrada a partir de exemplos internacionais, onde há veículos “que se sustentam sem o aporte financeiro da publicidade, por meio de financiamentos públicos e até de empresas. Mas é difícil imaginar esse cenário se repetir no Brasil, em curto prazo, sem temer pela qualidade do conteúdo jornalístico produzido” (J7).

Há profissionais que percebem potencialidades ou sobrevida aos veículos sem o aporte da publicidade tradicional, seja por perceberem um crescimento do mercado digital ou por já aplicarem algum tipo de estratégia que foge do escopo da publicidade tradicional (J5, J11 e J13). O caso mais emblemático citado entre os entrevistados é a inserção de conteúdos patrocinados. A ideia consiste em disponibilizar conteúdos de entretenimento e/ou informativos em um *feed* na parte inferior da página. Esses conteúdos, incorporados automaticamente pelo *Google*, geram mensalmente, em média, 2 milhões de cliques originados do site do veículo em questão. Ao agregar conteúdos

externos, isto é, sem produzir, a estratégia banca os salários de pouco mais de 10% dos funcionários da empresa. Se, por um lado, a ação traz uma relação direta com o princípio disruptivo, por outro levanta uma série de dilemas, à medida que o veículo deixa de ter controle sobre o tipo de material que é disponibilizado no próprio site.

Nas implicações éticas/deontológicas oriundas do encontro entre a cultura profissional dos jornalistas e os componentes disruptivos, isto é, a quebra drástica no modo de se produzir e distribuir notícias no mundo digital, o jornalismo parece encontrar mais desafios e também mais possibilidades. Dessa maneira, há mais formas de modelos de negócio de sucesso no mundo digital que se apropriam da lógica agregadora. Empresas de tecnologia, como *Google* e *Facebook*, apresentam esse formato. Apesar da falta de transparência no jeito como os algoritmos agem (Brown, Wenzel & Roca-Sales, 2017), são ferramentas que trazem formas de ampliação de circulação e, ainda, interação e mensuração de impactos por meio de comentários e/ou reações. Por outro lado, as coletividades estão nesses espaços e possuem o poder de partilhar as informações; cabe ao novo perfil profissional, do modelo pós-industrial, utilizar das máquinas e dos públicos no processo de produção (Anderson et al., 2013).

7 Considerações finais

Um dos mais célebres trechos escritos por Karl Marx e Friedrich Engels (1998) diz que “tudo o que é sólido desmanda-se no ar, tudo o que é sagrado é profanado, e os homens são por fim compelidos a enfrentar de modo sensato suas condições reais de vida e suas relações com seus semelhantes” (p. 14). Há duas ou três décadas, seria acusado de embuste quem ousasse argumentar sobre o fim da forma como se configurava a cadeia produtiva dos meios informativos. Embora haja modificações estruturais no ecossistema jornalístico, como apontam as linhas iniciais deste estudo, as resistências por parte de empresários e, ao que interessa neste artigo, jornalistas, ainda são grandes:

Hoje, a sorte do jornalismo nos Estados Unidos está muito mais nas mãos de cada jornalista, isoladamente, do que nas de instituições que sustentam esses profissionais. Para chegar ao jornalismo que uma democracia complexa e tecnocrática exige, precisamos que cada profissional assuma, por si só, a parte mais difícil da tarefa de decidir o que significa jornalismo de qualidade em um mundo no qual informação é o que não falta. (Anderson et al., 2013, p. 85).

Ao trazer preocupações sobre esse novo ecossistema, no presente artigo procurou-se, por meio da aplicação de entrevistas semiestruturadas a 14 jornalistas que atuam na cidade de Curitiba e da confrontação do conteúdo dessas entrevistas com o dossiê *Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos*, escrito por Anderson et al. (2013), discutir o cenário de crise de modelo de negócios.

Ainda que não haja qualquer anseio de encerrar a densa discussão que envolve o assunto, menos ainda de sugerir que a avaliação feita com um universo tão restrito de respondentes reflita e resuma o contexto de crise a uma dimensão conjuntural, no artigo percebe-se o quanto há resistências profissionais para enxergar novas potencialidades no ofício. Essas aversões, em maior ou menor escala, serão enfrentadas por recém-formados, o que sugere desafios ao próprio ensino de jornalismo, motivação inicial para a elaboração deste estudo.

Em um cenário no qual qualquer pessoa é capaz de produzir e, especialmente, distribuir informação a uma gama considerável de pessoas, a área encontra uma série de dificuldades, mas também uma série de oportunidades. Todavia, mesmo que haja mudanças estruturais na forma de se conceber a profissão, é preciso contextualizá-la ao trazê-la para a realidade brasileira. Ao contrário dos países da Europa Ocidental e dos Estados Unidos, o jornalismo no Brasil se configura de forma distinta em, no mínimo, três aspectos: a) monopólio midiático privado, mas dependente de verbas públicas; b) linhas editoriais conservadoras e prevalência da forma sobre o conteúdo; e c) precarização do acesso à educação formal e acesso por meio de dispositivos móveis – sobretudo, os *smartphones*.

Para a maioria dos entrevistados, o jornalismo permanece essencial à sociedade e a profissão precisa ser valorizada. A atividade, ainda segundo eles, passa por um período de incertezas, embora não haja consenso sobre origens e, menos ainda, consequências desse fenômeno. As rotinas produtivas são perpassadas por pressões que interferem no trabalho cotidiano, desde a escassez de recursos humanos e materiais até a iminente possibilidade de demissão, as intimidações para o cumprimento de metas e a busca desenfreada por audiência. Por fim, a maior parcela dos respondentes sente que os empregadores são transparentes na apresentação da situação econômica, mas, em contrapartida, não tem a mínima noção a respeito do faturamento das empresas.

NOTAS

- 1 A pós-verdade não é sinônimo de mentira, mas “descreve uma situação na qual, durante a criação e a formação da opinião pública, os fatos objetivos têm menos influência do que os apelos às emoções e às crenças pessoais”. A pós-verdade consiste na relativização da verdade, na banalização da objetividade dos dados e na supremacia do discurso emocional (Zarzalejos, 2017, p. 11).
- 2 Participaram da atividade os estudantes Adrian Wosniak, Ana Beatriz da Luz, Ana Clara Faria, André Luiz Moraes, André Slosavski, Brayan Valêncio, Bruno Laurentino, Camila Abrão, Camila da Fonseca, Daiany Barth, Dieneffer Santos, Estela Cruz, Gabriel Belo, Gabriel Domingos, Gabriel Krambeck, Gabriela Rodrigues, Gabrielly Domingues, Giovana Canova, Guilherme Carraro, Guilherme Coimbra, Guilherme Dias, Heloise Simões, Jamille Maltaca, Jéssica Mariani, José Leonardo Coelho, Julia Bianchini, Letícia Neco, Lucas Capanema, Luís Faria, Marina Ortiz, Nathalie Oda, Nicole Smicelato, Patrícia Sankari, Phaenna Assumpção, Rafaella Silva, Raul Daniel, Ricardo Heidegger, Talita Brasileiro, Vinicius Severiano e Vitor Teixeira.
- 3 Os números da Agência Volt são relativos, em geral, a demissões midiaticizadas. Além disso, não refletem necessariamente a redução dos cargos, já que não são descontados os preenchimentos de vagas por outros profissionais.
- 4 Não significa negar que haja lacunas tecnológicas nas redações brasileiras.
- 5 Segundo a *Pesquisa Brasileira de Mídia* (Brasil, 2016), que objetiva a conhecer os hábitos de consumo midiático dos brasileiros, o uso do “celular supera e muito o computador como o dispositivo mais utilizado no acesso à internet e algo em torno de três em cada dez respondentes que utilizam a internet declaram utilizar somente um dispositivo para tal atividade. O tempo médio de acesso diário, considerando tanto o meio de semana quanto o final de semana, fica um pouco acima das quatro horas e trinta minutos. (p. 33).
- 6 O estudo é da Universidade de Georgetown e teve apoio de *Storyful*, *Google News Lab* e *SurveyMonkey*. Recuperado de goo.gl/DQq6f3.
- 7 As questões fechadas auxiliaram na delimitação do perfil dos entrevistados. São as seguintes: 1. Nome e veículo onde atua;

2. Naturalidade; 3. Faixa etária; 4. Em que tipo de instituição possui formação em jornalismo (pública, privada ou não possui formação acadêmica); 5. Nome da instituição onde se formou; 6. Se cursou outra graduação. Qual?; 7. Se cursou ou cursa MBA ou especialização. Qual?; 8. Se cursou ou cursa mestrado ou doutorado. Qual?; 9. Quantos empregos possui; 10. O tipo de contrato de trabalho no emprego principal (assalariado, pessoa jurídica, recibo de pagamento autônomo, informalidade; outras); 11. Meios de comunicação onde já atuou; 12. Meios de comunicação onde atua; 13. Tempo de atuação no veículo onde trabalha; 14. Funções que já ocupou no veículo; 15. Funções que ocupa no veículo.
- 8 As questões abertas estão subdivididas em dois blocos. No primeiro, as perguntas são relativas ao contexto pelo qual passam os jornais devido às reconfigurações proporcionadas pela internet: 16. Como avalia a “crise” dos veículos jornalísticos?; 17. De que forma e por que razão o jornalismo ainda é importante na sociedade?; 18. De que forma tem conhecimento sobre a situação econômica da empresa onde trabalha?; 19. Como a situação econômica da empresa pressiona seu trabalho no dia a dia?; 20. Como avalia o modelo de negócios da empresa onde trabalha?; 21. Tem conhecimento sobre aumentos ou quedas na receita publicitária da empresa onde trabalha?; 22. Sente medo de ser demitido?; 23. O jornalista deve se preocupar com a receita da empresa? E se ela está mal, o jornalista pode contribuir de alguma forma?; 24. Quais possibilidades existem para que a empresa onde trabalha sobreviva sem o aporte da publicidade tradicional? Já a segunda parte é enviesada mais à internet e a forma como as novas tecnologias interferem no processo produtivo: 25. De que forma a internet e as novas tecnologias têm atuado no desgaste do modelo de negócios tradicional?; 26. O que o jornalismo tradicional pode ofertar ao público?; 27. É possível observar várias empresas investindo em portais na internet e no trabalho em mídias sociais e conteúdo *mobile*. É uma perda de foco? Por quê?; 28. De que forma a empresa onde trabalha cobra resultados do meio on-line?; 29. Quais os principais desafios para se fazer bom jornalismo hoje?; 30. Como você avalia os próximos 10 anos do veículo onde trabalha?
- 9 No período da entrevista, o valor mínimo que um repórter no estado do Paraná deveria receber para desempenhar a atividade era de R\$ 2.963,60 para uma jornada diária de cinco horas (Sindijor, 2015). No Brasil, cada unidade federativa (estado) tem um piso próprio.
- 10 Embora seja perceptível a concordância de *J1* com a existência da crise, não fica clara a origem dela pelo áudio ou pela transcrição da fala.

- 11 Desde o final de 2014, quando Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores, PT) foi reeleita à presidência da República, o Brasil vive um período de recessão econômica subsidiado por um crítico cenário político, no qual se inclui um processo de *impeachment* que resultou na cassação do mandato da chefe do Executivo, mas cuja legalidade ainda gera controvérsias. No lugar de Dilma assumiu o então vice-presidente, Michel Temer (Movimento Democrático Brasileiro, MDB), publicamente entusiasta da saída da mandatária, e um dos investigados na Operação Lava-Jato que, desde 2013, apura casos de corrupção no país. A turbulência política dividiu ainda mais o país e, em 2018, culminou na eleição de Jair Bolsonaro (Partido Social Liberal, PSL), candidato de extrema-direita.
- 12 A expressão tem relação com dois comandos bem recorrentes no mundo da informática. “CTRL + C” faz alusão a uma seleção de conteúdo copiada de uma fonte qualquer; enquanto “CTRL + V” refere-se ao ato de colar esse mesmo conteúdo no jornal.
- 13 A resposta do entrevistado J2 não ficou clara e foi desconsiderada.

REFERÊNCIAS

- ABI. Associação Brasileira de Imprensa. (2017). *2016: Ano trágico para a imprensa: 1200 demissões*. Recuperado de goo.gl/mqLVgQ.
- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial. *Revista de Jornalismo ESPM*, 2(5), pp. 30-90. Recuperado de goo.gl/X3PvPa.
- Bardin, L. (2010). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bergamo, A., Mick, J., & Lima, S. (2012). *Quem é o jornalista brasileiro* (Relatório de Pesquisa/2012), Florianópolis, SC, Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina e Federação Nacional dos Jornalistas.
- Brasil, Brasília, Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. (2016, junho). *Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: relatório final*. Recuperado de goo.gl/1JpcyG.
- Brown, P., Wenzel, A., & Roca-Sales, M. (2017,). New report: Local audiences consuming news on social platforms are hungry for transparency. *Tow Center for Digital Journalism*. Recuperado de goo.gl/8yBMRT.
- Costa, C. T. (2014). Um modelo de negócio para o jornalismo digital. *Revista de Jornalismo ESPM*, 3(9), pp. 52-115. Recuperado de <https://goo.gl/igneNG>

Kucinski, B. (2005). Do discurso da ditadura à ditadura do discurso. In B. Kucinski (Org.). *Jornalismo na era virtual: Ensaios sobre o colapso da razão ética*, pp. 113-121. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

Marx, K., & Engels, F. (1998). *O manifesto comunista*. Rio de Janeiro: Paz e Terra. (17ª ed.).

Rodrigues, C. (2013). O jornalismo, a vida na mídia e a sociedade empreendedora. *Revista Alceu* 14(27), pp. 136-148. Recuperado de goo.gl/ArpobG.

Sánchez-Vázquez, A. (1987). *Ética*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. (10ª ed.).

Sant'Anna, L. (2008). *O destino do jornal: A Folha de S. Paulo, O globo e o Estado de S. Paulo na sociedade da informação*. Rio de Janeiro: Record.

Sindijor. Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná. (2015). *Homologada: Convenção Coletiva dos jornalistas está em vigor*. Recuperado de goo.gl/N42RNm.

VOLT DATA LAB. Agência de Jornalismo Independente. (2018). *A conta dos passalhos: um panorama sobre demissões de jornalistas nas redações do Brasil desde 2012*. Recuperado de goo.gl/vEPnyZ.

Zarzalejos, J. A. (2017). Comunicação, Jornalismo e 'fact-checking'. *Revista Uno* 1(27), pp. 11-13. Recuperado de goo.gl/HHn5sc.

HENDRYO ANDRÉ. Doutor em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (2018). Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Paraná (2012). Professor do curso de Jornalismo da Universidade Positivo. E-mail: hendryo.andre@up.edu.br.

KÉRLEY WINQUES. Doutoranda e mestre (2016) em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora dos cursos de Jornalismo e de Sistemas para Internet da Faculdade IELUSC. E-mail: kerwinques@gmail.com.

RECEBIDO EM: 28/12/2017 | ACEITO EM: 20/12/2018

UNA APROXIMACIÓN NARRATOLÓGICA A LA CRÓNICA LATINOAMERICANA CONTEMPORÁNEA SEGÚN PARÁMETROS DEL PERIODISMO LITERARIO ESTADOUNIDENSE

Copyright © 2019
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

MARCELA AGUILAR

Universidad Finis Terrae, Santiago – Región Metropolitana – Chile

ORCID: 0000-0003-0269-2146

DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1349

RESUMEN – La crónica latinoamericana contemporánea tiene características similares a otras encontradas en el periodismo literario anglosajón. Es más: su variedad de registros se enmarca en la clasificación de Eason (1984), pensada originalmente para el Nuevo Periodismo estadounidense, que plantea dos polos de aproximación epistemológica a la realidad: el Realismo Etnográfico y la Fenomenología Cultural.

Palabras clave: Crónica latinoamericana contemporánea. Periodismo literario. No-ficción.

UMA APROXIMAÇÃO NARRATOLÓGICA À CRÔNICA CONTEMPORÂNEA LATINO-AMERICANA DE ACORDO COM PARÂMETROS DO JORNALISMO LITERÁRIO NORTE-AMERICANO

RESUMO – A crônica latino-americana contemporânea tem características semelhantes às encontradas no jornalismo literário anglo-saxão. E mais: sua variedade de registros enquadra-se na classificação de Eason (1984), originalmente pensada para o Novo Jornalismo americano, que levanta dois polos de abordagem epistemológica da realidade: o Realismo Etnográfico e a Fenomenologia Cultural.

Palavras-chave: Crônica latino-americana contemporânea. Jornalismo literário. Não ficção.

A NARRATOLOGICAL APPROACH TO THE CONTEMPORARY LATIN AMERICAN CHRONICLE ACCORDING TO PARAMETERS OF THE AMERICAN LITERARY JOURNALISM

ABSTRACT – The contemporary Latin American chronicle features are very similar to others found in Anglo-Saxon literary journalism. Furthermore: its variety of voices can be framed into the classification of Eason (1984), originally applied to the American New Journalism, that raises two poles of epistemological approach to the reality: Ethnographic Realism and Cultural Phenomenology.

Key words: Latin American contemporary chronicle. Literary journalism. Non-fiction.

1 Introducción

La creciente importancia de la crónica latinoamericana actual se ha visto reflejada en cuatro ámbitos (Poblete, 2014): (1) la creación de instituciones y organismos destinados a promover el ejercicio confluyente del periodismo y la literatura; (2) el aumento de publicaciones dedicadas a la crónica, tanto revistas como libros; (3) la circulación de documentos respecto de la crónica: decálogos, prólogos y textos “fundacionales” y prescriptivos, que delimitan el *corpus* y definen la práctica de lo que los mismos periodistas consideran crónica; (4) la instauración de premios como el de periodismo de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano; el de Crónica Planeta/Seix Barral o el Nuevas Plumas, que otorgan desde 2010 la Universidad de Guadalajara y la Escuela de Periodismo Portátil.

Pese a todo este despliegue, existen vacíos en el estudio académico de la crónica latinoamericana actual: hasta ahora no se ha alcanzado una definición consensuada respecto de ella ni se han abordado sus especificidades en aspectos narratológicos. Esta investigación busca aportar en esa línea. Para analizar las características narrativas en la crónica latinoamericana contemporánea, esta investigación seleccionó una muestra compuesta de casos que cumplen cuatro criterios:

1. Textos de crónica antologados en libros publicados hasta diciembre de 2017 y producidos por:

a) Cronistas vivos que se autodefinan o que sean definidos por sus pares como tales, a través de entrevistas, ensayos, prólogos o cualquier texto que funcione epitextualmente respecto de la crónica;

b) Seleccionados para una antología de distribución internacional, lo que les significa ser reconocidos como “cronistas” en Latinoamérica y España. Las dos recopilaciones que satisfacen esta exigencia de difusión son la de Jaramillo Agudelo (2012) y la de Carrión (2012);

c) Publicados en medios de prensa, en espacios destinados a contenidos periodísticos, y

d) Publicados en al menos un libro difundido, por el autor y/o su editorial, como “de crónica”.

Con esto se llega a una lista de catorce autores: Leila Guerriero (2009; 2013; 2016), Martín Caparrós (2006; 2015), Alberto Salcedo Ramos (2011; 2013), Josefina Licitra (2007; 2011), Juan Pablo Meneses (2011), Gabriela Wiener (2008), Julio Villanueva Chang (2010), Cristian Alarcón, Juan Villoro (2004; 2014), Daniel Titingher (2006), Alberto Fuguet, Cristóbal Peña, Marcela Turati y Rodrigo Fluxá (2014; 2017).

El *corpus* seleccionado corresponde a autores de diversas nacionalidades y generaciones. La diferencia entre la obra de los más experimentados con la de quienes están comenzando hace que no sean comparables una a una. Sin embargo, esta heterogeneidad, mirada en conjunto, permite observar con mejores detalles cómo se ha manifestado la crónica en el lapso estudiado.

Una vez reunida la muestra, se realizó un análisis narratológico de los textos (Bal, 1990), para saber si la crónica tiene características únicas en este ámbito o si corresponde a lo que los estudios literarios anglosajones llaman periodismo literario, un género que se ha desarrollado en periódicos, revistas y libros desde el siglo XIX.

2 Por qué analizar las historias de no ficción con categorías de la narración

Para contar una historia real es necesario encontrar los hechos que se encadenan unos con otros y hallar un comienzo y un final, como quien tira de un hilo en una madeja, dentro del caos informe de la realidad. Como afirma David Herman (1997), logramos dar sentido a los acontecimientos asumiendo relaciones causales entre unos hechos y otros, generando así guiones (*scripts*) que se combinan en historias.

Esta manera de entender el mundo se relaciona con lo que ha sido llamado “el giro lingüístico”, la convicción de que sólo podemos

aprehender la realidad a través de las palabras y que en este proceso de “empalabramiento” de las cosas también les damos forma. Chillón retoma estas ideas y las vincula con su reflexión sobre la naturaleza logomítica del lenguaje, que sintetiza conocimiento e imagen, abstracción y sensorialidad:

¿No se desprende de ahí acaso que al empalabrar la ‘realidad’ los sujetos no hacen sino imaginarla? Este es, a mi juicio, el hecho decisivo, derivado de esa concepción nietzscheana acerca de la complexión retórica del lenguaje sobre la que venimos reflexionando: que al hablar, al decir, los sujetos inevitablemente ideamos, a saber, imaginamos la ‘realidad’ que vivimos, observamos, evocamos o anticipamos; que *toda dicción humana es, siempre y en alguna medida y manera variables, también ficción*; que no es que uno de los modos posibles de la dicción sea la ficción – junto a la llamada ‘no ficción’ y sus géneros, pongamos por caso –, sino que dicción y ficción son constitutivamente una y la misma cosa; y que el reto para los estudiosos, en todo caso, consiste en discernir cuáles son los grados y las modalidades en que esa ficción constitutiva de toda dicción se da en la comunicación realmente existente. (Chillón, 1999, p. 62, cursivas en el original).

La discusión ha sido larga. Frus propuso que la experiencia de leer historias sobre personajes y acontecimientos que sabemos que existen o que han ocurrido “es la misma de leer historias inventadas” (Frus, 1994, p. 36). A su juicio, el lector sólo distingue unas de otras gracias a las convenciones del género en el cual se enmarcan. La confusión se genera cuando un autor recurre a convenciones de un género referencial para provocar un efecto de realidad en su obra, o para provocar un debate sobre las fronteras entre unos géneros y otros. Según esta perspectiva, es la propia obra la que le dice al lector cómo debe ser leída. Si ese pacto de lectura no es claro o es engañoso, el lector se confundirá o será engañado. Sin embargo, Lehman (1998) afirmó, oponiéndose a los planteamientos de Frus: si bien desde el punto de vista puramente textual una historia de ficción y una de no ficción pueden estar estructuradas de modo muy similar, incluso con marcas que parezcan hermanarlas en un mismo género, el texto de no ficción siempre será evaluado de una manera distinta, porque inevitablemente se le comparará con los hechos reales, y los personajes retratados en él podrán compararse y evaluar cuánta distancia hay entre su representación y lo que ellos son. Es lo que Heyne (1987) definió como la condición de adecuación de un texto, que es juzgada por otros que no son el autor. Un texto puede fracasar completamente en su adecuación, aunque su autor haya declarado su intención de contar una historia real (lo que Heyne llama su condición factual).

El texto de ficción se juzga como una obra completa, el texto de no ficción sólo puede ser juzgado cabalmente en relación con la realidad que cuenta. Puede ser, como explica Frus, que un lector en particular, o muchos de ellos, o casi todos, no tengan posibilidad de hacer ese contraste. Pero eso no extingue la naturaleza de ese texto, su vocación original. Si un lector descubre que ese texto falla en su condición de adecuación, como diría Heyne, eso destruye el relato en su calidad de real.

Por supuesto que la condición factual y la condición de adecuación son sólo el punto de partida de un relato de no ficción. Para ser un relato debe estructurarse como tal. Desde esa perspectiva, la narratológica o narrativa, el análisis de textos de ficción y de no ficción es el mismo o, mejor dicho, se aplican los mismos conceptos y herramientas analíticas, porque en ambos casos se trata de literatura, algo que Chillón define como “un modo de conocimiento de índole estética que busca aprehender y expresar lingüísticamente la calidad de la experiencia” (Chillón, 2014, p. 92). Esa definición calza bien con la que hizo Gabriel García Márquez sobre la crónica periodístico-literaria: “Literatura que se construye con materiales de la realidad” (citado en Caparrós, 2015, p. 52).

La primera parte de este artículo está destinada a evidenciar esos mecanismos y mostrar que son similares a los que se utilizan en el periodismo literario anglosajón. A partir de esas similitudes, la segunda parte plantea que la crónica latinoamericana contemporánea puede ser estudiada utilizando propuestas clasificatorias pensadas originalmente para el Nuevo Periodismo estadounidense, y que ya han sido actualizadas y aplicadas a la producción de literatura de no ficción en Europa. Establecer este diálogo puede ser de gran relevancia para los próximos estudios sobre periodismo literario.

3 Análisis narrativo de la crónica latinoamericana contemporánea

Para su análisis del discurso narrativo, Genette (1989) parte tomando la clasificación de Todorov (1978) sobre los problemas del relato: tiempo, aspecto (punto de vista) y modo (distancia, que en la crítica estadounidense usualmente se aborda como problemas de *showing*, mimesis, o *telling*, diégesis). Genette los redefine como problemas de tiempo, modo y voz.

Cada vez que hay una distorsión de uno de estos aspectos, dice Genette, es porque se busca provocar un efecto en el lector.

Estudiar el orden temporal de un relato es confrontar el orden de los acontecimientos o segmentos temporales en el discurso narrativo con el orden que tienen en la historia. Cualquier alteración es una anacronía, que puede ser una prolepsis (“toda maniobra narrativa que consista en contar o evocar por adelantado un acontecimiento posterior”) o una analepsis, es decir, “toda evocación posterior de un acontecimiento anterior al punto de la historia donde nos encontramos” (Genette, 1985, p. 95).

La analepsis puede ser externa, es decir, ocurrir completamente fuera del tiempo del relato principal (el presente de la narración); interna, si es que ocurre completamente dentro del tiempo del relato principal, o mixta, cuando su punto de partida es anterior y su final se encuentra dentro del relato principal.

En la crónica es común utilizar la analepsis, es decir, el salto hacia atrás, hacia un tiempo que está fuera del tiempo del relato principal, para explicar cómo un personaje o una situación llegaron a ser como son ahora. “La analepsis externa, por el simple hecho de ser externa, no corre riesgo en ningún momento de interferir con el relato primero, pues su misión es la de complementarlo aclarando al lector tal o cual antecedente” (Genette, 1985, p. 105).

En la crónica también se utiliza la prolepsis, es decir, el salto hacia el futuro. La manera habitual de usarlo es en el condicional: meses más tarde, recordaría, por ejemplo. Este uso provoca un efecto de autoridad del narrador, pues demuestra que sabe más que el lector: por lo pronto, conoce cómo se proyectan los hechos a partir del presente.

Saavedra (2001) distingue este recurso como una de las formas en que el narrador de no ficción demuestra su conocimiento y marca su autoridad frente al lector. Gracias a que la narración se sitúa en un presente distinto del presente real, al investigar los acontecimientos el cronista puede organizar el relato de tal forma que hechos que ya ocurrieron en la realidad aparecen, en la trama, como hechos que ocurrirán en un futuro que el o los protagonistas aún no conocen.

Aquí hay dos ejemplos de prolepsis en la obra de Salcedo Ramos. Ambos son de su crónica “Memorias del último valiente. La historia del Rocky Valdez”, antologada en *La eterna parranda* (2011). En el primero se combina prolepsis con iteración:

Adonde vayas la gente te seguirá con la mirada. Adonde vayas tropezarás con algún lugareño que levantará ante ti el dedo pulgar en señal de reverencia. Adonde vayas tropezarás con paisanos enterados de tu trayectoria. Los mayores, porque te conocieron cuando eras noticia; los menores porque te han visto convertido ya en leyenda. (Ramos, 2011, p. 26).

Y en el segundo hay una curiosa mezcla de prolepsis del párrafo y analepsis en el estilo indirecto libre, que además parece una hipérbole, pero se refiere a datos reales de la biografía del boxeador: “Y ni hablar –insistirán los peatones cuando se topen contigo – del rebullicio que causabas en Europa entre los actores más renombrados de la época. Jean Paul Belmondo te recogía en el aeropuerto de París, Omar Shariff te visitaba en el hotel de San Remo, Alain Delon iba de compras contigo en Montecarlo” (Ramos, 2011, p. 24).

En la crónica latinoamericana, quien domina con maestría este recurso es Leila Guerriero. Los siguientes ejemplos demostrarán que la prolepsis es una de las marcas de su estilo. El primero es de “El gigante que quiso ser grande”, publicado por primera vez en *El País Semanal* en 2007 (todos los textos que siguen fueron antologados en *Frutos extraños*, en 2009): “Será una noche rara. Hablará durante horas y, cuando termine, habrá dejado de llover, la calle será una alfombra de insectos bajo la luz lechosa de los faroles, y al día siguiente habrá un sol incendiario. Interminable” (Guerriero, 2009, p. 33).

Está también en “El rastro en los huesos”, publicado originalmente en *El País Semanal* y en *Gatopardo* en 2008, también antologado en *Frutos extraños*: “En un rato tocarán el timbre y Patricia bajará las escaleras con una urna pequeña. Allí, en esa urna, llevará los restos de María Teresa Cerviño” (Guerriero, 2009, p. 90). “Mañana, en un cuarto discreto del barrio de Once, sobre los diarios con noticias de ayer y bajo la luz grumosa de la tarde, se secarán los huesos, el suéter roto, el zapato como una lengua rígida” (Guerriero, 2009, p. 99).

Y en “René Lavand: mago de una mano sola”, publicado por primera vez en *Frutos extraños* (2009), antes que en prensa:

Después, llorará dos veces. Breve, casi seco: el pañuelo del bolsillo a sus ojos, una medusa incandescente en la tarde que apenas ilumina. Llorará, primero, recordando a su padre: el modo en que su padre temía un destino cruel para ese hijo empeñado en lo imposible: en ser mago de una mano sola. Llorará, después, recordando a una mujer que no eligió. Que dejó ir. (Guerriero, 2009, p. 268).

Como se distingue en la cita anterior, Guerriero puede saltar al futuro y dentro de esa prolepsis hacer una analepsis. Y al revés también, construye prolepsis dentro de la analepsis, es decir, cuando está contando un momento del pasado hace un salto hacia el futuro – que sigue siendo pasado para el relato principal, pero que es un pasado más reciente –, con el fin nuevamente de generar un efecto de omnisciencia. En este pasaje de “Lazos de sangre”, publicado en *Paula* en 2005 y, con el nombre de “La nieta robada de Buscarita Imperi”, en *Gatopardo* en 2006, se advierte la habilidad con la que Guerriero se mueve hacia adelante y hacia atrás en el pasado, en dos párrafos:

Treinta y cuatro años después, el 14 de junio de 2005, la Corte Suprema de Justicia de la Argentina declararía inconstitucionales las leyes de Punto Final y Obediencia Debida, instauradas en los años 1986 y 1987, que impedía que los represores de la dictadura bajo la que había estado el país entre 1976 y 1983 fueran juzgados por sus crímenes. Para declarar la inconstitucionalidad de las leyes, la Corte se basaría en el caso de un ciudadano chileno llamado José Liborio ‘Pepe’ Poblete y de su mujer, la ciudadana argentina Gertrudis ‘Trudy’ Beatriz Hlaczik, ambos secuestrados, torturados y desaparecidos en el año 1978 en el campo de concentración El Olimpo, de Buenos Aires, padres a la sazón de una niña de ocho meses, también secuestrada, llamada Claudia Victoria Poblete, que reaparecería veintidós años más tarde bajo otro nombre como hija de un teniente coronel del batallón 601 de Inteligencia del Ejército Argentino y de su esposa, un ama de casa de 70 años. Pero aquel 17 de septiembre de 1971 Buscarita no sabía nada de todo eso – no tenía cómo – y puso agua para el té. Septiembre, a sus espaldas, empezaba a ser el mes tan cruel. (Guerriero, 2009, p. 232).

El párrafo inicial de “El hombre del telón”, de Guerriero, constituye una acronía: se trata de un monólogo del personaje principal que es imposible situar en un momento exacto del relato. Aquí se evidencia que ciertos fenómenos temporales son también fenómenos de voz. Así culmina, como si fuese una puesta en escena, para dar paso al relato:

Yo, de entre todos los hombres, paso las manos por esta tela oscura como sangre espesa que se filtra en mi sueño y mi vigilia y le digo háblame, dime qué quisieron para ti los que te hicieron. Yo Miguel Cisterna, chileno, residente en París, habitante pasajero de Buenos Aires, solo, oculto, negado, tapiado, enloquecido, obseso, soy el que sabe. Soy el que borda. Yo soy el hombre del telón. (Guerriero, 2009, p. 273).

En la crónica domina el relato en tiempo real, a través de la construcción dramática escena por escena, con un registro detallado del diálogo y la descripción minuciosa del ambiente y de los personajes. Esto

provoca en el lector la sensación de estar viviendo el momento relatado al ritmo en que verdaderamente ocurrió. Como ocurre en este pasaje de “El pozolero”, de Marcela Turati, compilado en *Los malos* (Guerriero, 2016):

Todavía no son las ocho de la mañana, pero hoy, lunes 13 de enero de 2014, en la casa de doña Rita López, en Guamúchil, Sinaloa, hay un ambiente de agitación. Dos de sus hijas se acomodan en las sillas dispuestas en el patio techado. Esperan la llamada que desde la cárcel hará Chago, como le dicen a Santiago. En los días como hoy, en los que espera la llamada, doña Rita prohíbe encender la radio, la televisión o cualquier otro aparato que haga ruido e impida escuchar el timbre del teléfono.
— ¿El teléfono está bien colgado? — pregunta nerviosa doña Rita. (citado en Guerriero, 2016, p. 101).

En este pasaje se advierte otro recurso, que se mezcla con la escena: la iteración, que permite dar cuenta de lo que ocurre una y otra vez en las vidas de sus personajes. Turati se mueve con frecuencia entre el relato en tiempo real y el sumario: es su manera de administrar la información sin perder la tensión dramática. Aquí hay otro fragmento del mismo texto, que combina diálogo y sumario:

—¿Cuántas personas deshiciste?
Con el ojo izquierdo casi cerrado por una inflamación, raspones en el rostro y un chichón en la cabeza, Santiago Meza respondió:
—Unas trescientas.
Siguió una lluvia de preguntas de los reporteros presentes:
—¿A qué tipo de personas deshacías?
—A los que me traían.
—¿Tú los matabas?
—Me los traían muertos.
[...]
—¿Qué hacías con lo demás, con lo que te quedaba cuando estaba deshecho?
—Lo echaba en una fosa.
—¿En qué fosa?
—Aquí, en esta casa.
Meza López hizo entonces un gesto con la cabeza, con el que señaló el suelo que pisaban él, los militares y los reporteros: un terreno baldío bardado con bloques de cemento. El interrogatorio duró menos de cinco minutos y, aunque cortante y escueto, Meza López respondió todo lo que le preguntaron. Así, se supo que entre sus víctimas no había mujeres ni niños y que por su trabajo recibía 600 dólares al mes. Dijo primero que había disuelto a 300 personas en un solo año, aunque después aclaró que 300 era, realidad, el número total de víctimas que había deshecho durante los 10 años que había practicado el oficio. Dio detalles a la prensa sobre su modo de trabajo, con una naturalidad que sorprendió a todos. El principal componente era la soda cáustica. El método de cocción, a fuego alto durante un día entero. La capacidad por semana, de tres cuerpos. (citado en Guerriero, 2016, pp. 97-98).

Como se ve en este pasaje, el cambio de velocidad en el relato no obedece a florituras estilísticas, sino a necesidades de la historia. El diálogo del comienzo hace patente la personalidad de Meza López

y sitúa al lector en el horror como si él mismo hubiese estado de pie sobre la fosa común. El sumario siguiente, con su acumulación de datos, está pensado para provocar el hastío, la náusea. El narrador tiene el control total del relato: sabe golpear donde más duele.

4 Peculiaridades de voz y modo del narrador en la crónica latinoamericana actual

Quien habla puede ser un narrador que no participa de la historia (heterodiegético) y uno que sí participa (homodiegético). Usualmente el que no participa relata en tercera persona (él, ella, ellos), mientras el que sí participa suele relatar en primera persona (yo, nosotros). Estos dos tipos de voz, según Genette, se combinan con el modo o punto de vista de la narración. Él distingue tres modos de focalización:

- Focalización interna, en que el narrador parece saber lo mismo que uno de sus personajes (esto independientemente de si la narración está en primera o tercera persona). Puede ser fija o múltiple.

- No focalización, o focalización cero, en que el narrador parece saber más que cualquiera de sus personajes.

- Focalización externa, en que el narrador sólo parece conocer lo que es posible observar desde afuera, desde una cierta posición o lugar, lo que le impide tanto moverse en el tiempo y en el espacio como tener una visión de la vida interior de sus personajes.

Al analizar según sus elementos narrativos los textos de la crónica latinoamericana, se distingue la presencia dominante de un narrador externo, lo que Genette llamaría heterodiegético. Se trata de un narrador que habla en primera persona, pero no porque se concentre en relatar lo que le pasa, sino porque frecuentemente intercala comentarios sobre lo que ocurre en la realidad que está observando. El narrador relata lo que piensa, siente o percibe el personaje, por medio de la narrativización, pero también se presentan textos que tienen solo acceso exterior y que muestran a los personajes a través de diálogos y observación. En ambos casos, sin embargo, está presente el aspecto de la reflexión del narrador.

Entre todos los cronistas analizados, Martín Caparrós destaca por ser una de las personalidades más reconocibles, como narrador en sus textos y como personaje mediático, fuera de ellos. En su libro *Lacrónica* (2015), él se atribuye la paternidad del concepto actual de crónica, al menos en la prensa argentina. En sus 23 textos incluidos en

este *corpus* se distingue claramente un narrador, con características que él ha hecho explícitas en sus ensayos sobre el tema:

Mi cronista es argentino, mira de cerca, escucha codicioso, se sorprende, sabe menos y más de lo que sé; de vez en cuando está feliz de estar adonde está, de vez en cuando la pasa mal en esos sitios. Mi cronista es moderadamente culto, muy clase media con sensibilidad hacia los otros, la pobreza, maneras de la opresión y la desgracia. Mi cronista, de tanto en tanto, pasa de todo y se ocupa de sí, pero en general es un aparato de mirar: uno que absorbe. (Caparrós, 2015, p. 144).

Por supuesto que narra en primera persona, aunque niega que lo suyo sea escribir “sobre la primera persona” (Caparrós, 2015, p. 166). Combina aspectos de narración y de reflexión, y su escritura es muy consistente (mantiene los mismos elementos en toda la obra analizada) salvo en el ángulo y el acceso: en los relatos que se relacionan con personajes y fenómenos de la actualidad argentina suele tener un ángulo simple, mientras sus relatos de viajes tienen usualmente un ángulo múltiple, que le permite completar las experiencias del viaje con información de otras épocas, por ejemplo.

Pese a todas las libertades estilísticas que adopta, su narrador rara vez tiene acceso interior a los personajes. Se cuida incluso de exponer los límites de las declaraciones de sus entrevistados, como en *El sí de los niños*, cuando el cañiche Bobby actúa como improvisado traductor del testimonio de Jagath, un niño prostituto de Sri Lanka: “Dijo Bobby que le contaba Jagath [...]. Dijo Bobby, y nunca sabré si se inventó todo” (Caparrós, 2015, p. 184).

Caparrós conjetura sobre la vida interior de sus personajes en su libro *Amor y anarquía* (2006). En un capítulo (reeditado en *Lacrónica*, 2015) recrea los que, según la evidencia forense, fueron los últimos momentos antes del suicidio de la protagonista, una joven argentina que vivía en Italia:

Supongamos que hacia las cinco de la mañana del sábado 11 de julio de 1998 María Soledad Rosas entró en su habitación con la certeza de que vivía sus últimos minutos. Supongamos que lo había decidido: que entró pensando que había terminado de entender que ése era su destino, que por fin había encontrado el coraje necesario para hacerlo. (Caparrós, 2015, p. 345).

Así, cada párrafo comienza con un “supongamos,” que abre paso a los detalles: la cortina rota, el cable de la ducha enrollado alrededor del cuello, las rodillas flectadas para dejar caer el peso, de modo que el lector va dejándose llevar por lo que el narrador

conjetura, hasta que en la última línea Caparrós lo despierta: “Aunque todo puede haber sucedido de tantos otros modos”.

5 La distancia en el narrador de la crónica latinoamericana

Booth (1996) distingue entre narradores dramatizados y no dramatizados. En el caso de los narradores dramatizados, sean en primera persona o en tercera persona, algunos son meros observadores y otros son narradores-agentes que producen efectos en el curso de los acontecimientos. El narrador puede o no hacer comentarios, y aquí se distinguen tres tipos: los ornamentales, los retóricos y los que integran la estructura dramática.

En forma transversal a la distinción entre narradores observadores y narradores agentes, está la distinción entre narradores autoconscientes de sí mismos como escritores y narradores que rara vez o nunca discuten sobre sus tareas escriturales, o parecen no haberse dado cuenta de que están escribiendo.

Al aplicar el análisis de Booth, la crónica latinoamericana actual se caracteriza por tener un narrador:

- Dramatizado, es decir, que se construye como personaje en el texto, a través de sus comentarios.
- Cercano al autor implícito (concuera con él en su mirada respecto de la realidad, es confiable).
- Cercano a sus personajes: usualmente no los cuestiona, sino que, por el contrario, empatiza con ellos.
- Cercano al lector: el cronista se plantea como alguien que está al mismo nivel que el lector, es uno como él. Por lo mismo, no necesariamente maneja toda la información y muchas veces su relato es el de cómo descubre los acontecimientos. Usualmente dice de dónde obtiene los datos y quién le dice qué cosa, y con frecuencia manifiesta sus dudas respecto de lo que ha conseguido o incluso respecto de la rigurosidad de su registro de los hechos. La mediación del narrador es evidente y provoca el efecto de recibir una versión de los hechos: como si el lector estuviera oyendo el relato oral de un testigo.

Un ejemplo muy claro de este modo de ser del narrador cronista se encuentra en la obra de Alberto Salcedo Ramos. Su cercanía se manifiesta en diversas construcciones narrativas. En “Memorias del último valiente. La historia del Rocky Valdez”, utiliza la segunda persona para dialogar retóricamente con su protagonista:

Ahora, mientras caminas conmigo a través de un angosto corredor bordeado de vendedores ambulantes, destilas un aire de complacencia. Se nota a leguas que te gusta ser quien eres. Se nota a leguas que, aunque insistas en que el pasado 'es una vaina vieja', te encanta evocarlo. No en vano conservas todas esas prendas que prolongan el tiempo ya remoto del esplendor. Al lucirlas, vuelves a noquear a Briscoe, vuelves a ser el que siempre has sido: el amo y señor del coraje. El champion, mi vale. El campeón. (Ramos, 2011, p. 30)

La cercanía con sus personajes y con el lector lo lleva a reírse de sí mismo, en "El testamento del viejo Mile", en la misma antología:

Zuleta me pregunta, con aire de burla, si tengo idea de cómo producían ellos el fuego. Se ve convencido de que ignoro la respuesta y me lo hace sentir con una cierta zorrería en los ojos. A lo mejor piensa también que soy una criatura disminuida, un pobre cristiano que estaría liquidado si la civilización no actuara por él. Cuando confirma que, en efecto, no sé de qué diablos me está hablando, Zuleta responde su propia pregunta. (Ramos, 2011, p. 44).

Y esa cercanía le permite mostrarse vulnerable ante la desgracia, como ocurre en otro de los textos de la antología, "Un país de mutilados":

Al final del viaje, cuando empiece a transcribir los testimonios de las víctimas, me sentiré abrumado por tantas historias de horror parecidas y, sin embargo, diferentes (...). La vida pierde sentido cuando el acto de caminar desprevénidamente sobre la tierra de los ancestros es como jugar a la siniestra ruleta rusa. El alma se desmorona, cae en la trampa mortal mucho antes que el pie. Y nos va dejando cada vez más rotos y más jodidos. (Ramos, 2011, p. 390).

6 Cómo se aplican a la crónica las definiciones del periodismo literario

Después de este análisis, cabe preguntarse si las características narrativas que se encuentran en la crónica latinoamericana son distintas de las que se dan en otros tipos de periodismo literario. Para esto, es necesario comparar los hallazgos de esta investigación con otros estudios. El género más estudiado es el llamado Nuevo Periodismo estadounidense, por lo que resulta útil mirar las conclusiones de los investigadores que se han enfocado en él.

El Nuevo Periodismo estadounidense capturó el interés académico prácticamente desde su surgimiento como corriente.

Son investigaciones centradas principalmente en su similitud con la novela realista que ya había enunciado Tom Wolfe en su famoso Prólogo a la antología *El Nuevo Periodismo*.

Weber (1980) distingue entre una forma existencial y una racional en su libro *Literature of Fact*. Sin embargo, no logra hacer calzar todo lo publicado en periodismo literario con estos dos modos del género. Quien sí lo intenta es Eason (1984), en su ensayo "*The New Journalism and the image-world: two modes of organizing experience*". Él propone una clasificación de los textos de esta corriente del periodismo literario según la manera en que se aproximan a la realidad.

Los textos caracterizados como Nuevo Periodismo, afirma Eason, comparten algunas importantes características: "Los reporteros usualmente se enfocan en eventos que simbolizan una más profunda ideología o mitología cultural, enfatizan la visión de mundo de los individuos o grupos bajo estudio, y muestran una absorción de las estéticas del proceso de reporte creando textos que se leen como novelas o cuentos" (Eason, 1984, p. 52).

Pese a estas similitudes, afirma, los reportajes revelan dos aproximaciones a la experiencia de reporte. Una de ellas, más claramente reflejada en los reportajes de Wolfe, Talese, Capote y Sheehy, puede ser caracterizada como "realismo etnográfico". La otra, representada por Didion, Mailer, Thompson, Herr y Dunne, puede ser caracterizada como "fenomenología cultural".

El realismo etnográfico responde a la fragmentación cultural dando cuenta de "qué es lo que está pasando ahí," lo que sugiere "esto es real". La fenomenología cultural describe cómo se siente vivir en un mundo en el que no hay consenso sobre un marco de referencia para explicar "qué significa todo eso". En vez de argumentar "esto es la realidad", el reportaje se centra en las contradicciones experienciales que ponen en cuestión las versiones consensuadas de la realidad.

La diferencia entre estos dos modos de organizar la realidad social se revela en tres dimensiones, que desde mi perspectiva se pueden reducir a dos, como se ve en el cuadro 1:

Cuadro 1: Dimensiones de organización de la realidad social

Dimensión del reporteo	Clasificación de Eason		
	Relación entre realidad y apariencia	Realismo etnográfico	Fenomenología cultural
		Efecto del observador sobre la realidad	Organiza la experiencia en términos de la tradicional dualidad entre imagen y realidad. El reportero penetra la fachada o imagen pública para revelar la realidad subyacente.
Dimensión de la escritura	Posibilidades del relato	El reportero está situado en la convicción de que observar la realidad para relatarla es un acto pasivo que no implica responsabilidad existencial.	Sospecha que el reportero transforma la realidad al entrar en ella para observarla, lo que lo obliga a asumir decisiones éticas.
		El reportero tiene fe en la capacidad de los modelos de interpretación y expresión tradicionales, particularmente el relato, para revelar lo real. Aunque los reporteros incorporan un cierto relativismo cultural en su atención a los diversos mundos simbólicos de sus sujetos, esta actitud no se extiende al proceso de reporteo, el que es tratado como un proceso natural.	Considera el relato como una forma de juntar al escritor y al lector en la creación de realidad. Las técnicas narrativas apuntan a evidenciar que las historias son una práctica cultural para hacer un mundo común.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información contenida en Eason (1984, pp. 53-55). La primera columna es una propuesta mía

Los reporteros que practican el realismo etnográfico exploran los fenómenos sociales con la convicción de que podrán descubrir, comprender y comunicar lo real. En cambio, dice Eason, la fenomenología cultural se declara incapaz de dar cuenta de una única realidad. Sus cultores reflexionan permanentemente sobre los límites

del conocimiento humano y de su propia habilidad para comprender el mundo que les rodea.

En la crónica latinoamericana se pueden distinguir también estos dos polos. Es más: asumirlos ayuda a organizar la extrema diversidad de estilos de investigación y escritura de los cronistas.

Si se aplica esta clasificación a la crónica latinoamericana actual, en todos los casos estudiados los cronistas reflexionan respecto de los límites de lo que pueden conocer, y plantean dudas sobre la posibilidad de alcanzar una verdad absoluta, objetiva. Tienen, por tanto, una aproximación que Eason clasificaría como más cercana a la Fenomenología Cultural que al Realismo Etnográfico. Sus voces se escuchan claramente en sus textos.

Pedro Lemebel y María Moreno, por ejemplo, son cronistas que dudan sobre la posibilidad de conocer la verdad de los hechos y de los personajes que los rodean, y que relevan su subjetividad – sus recuerdos, emociones y sensaciones, sus reflexiones y errores – no necesariamente porque les parezca más interesante que las subjetividades ajenas, sino porque están convencidos de que lo único de lo que pueden estar seguros es de sus propias experiencias. Y, a veces, ni de eso, como advierte María Moreno – con afilada ironía – en el texto preliminar de su antología *Teoría de la noche* (2011):

Escribo sobre lo que no sé; si lo supiera, ¿para qué lo escribiría? Lejos de la vanagloria de responder a un acopio de conocimientos que una autoridad en ausencia y esfinge le ha dado la venia de echar a rodar, *la escritura inventa*. En suma: soy periodista: fiel a la anécdota de ese aspirante a redactor del diario Crítica a quien le tomaron la prueba de escribir sobre Dios, y quiso precisar ¿a favor o en contra? (Moreno, 2011, p. 9, cursivas en el original).

En los casos de Moreno, Villoro, Wiener y en los últimos libros de Caparrós, su obra roza las fronteras del ensayo y la columna de opinión. Cerca de ellos se ubican Francisco Mouat y Alberto Fuguet, pero con un esfuerzo mayor por recopilar y mostrar datos de la realidad. Fuguet, por ejemplo, en “Leyendo Londres” (antologado en Aguilar, 2010) decide pasar sus primeras 48 horas en Londres visitando librerías en vez de seguir la ruta turística clásica, pero sabe que es una opción personalísima y, por tanto, arriesgada:

Estoy cansado, mareado, no quiero más libros. ahora quiero ciudad. Miro la hora. Me quedan dos horas, he perdido el tiempo. ¿O se me ha ido? ¿Dónde se ha ido?
¿Qué he conocido de Londres? Casi nada. Y casi todo.
El avión despegó.
Abro uno de mis libros nuevos. Dice Londres 09.
Sonríe (citado en Aguilar, 2010, p. 90).

Más alejados están autores que tienen una aproximación etnográfica a la crónica con una voz autoral muy reconocible, como son Guerrero, Alarcón, Salcedo Ramos y Licitra. En el polo del realismo etnográfico se ubican, por ejemplo, Rodrigo Fluxá, Marcela Turati y Cristóbal Peña, quienes parecen estar volcados totalmente hacia la realidad. Sus textos dejan poco espacio a las reflexiones del narrador, lo que no implica que no exista narrador: este se revela poderoso ya que controla la progresión del relato, administrando en silencio y con maestría la entrega de información al lector.

Ellos desarrollan periodismo de investigación con un componente narrativo evidente, pero por su mismo énfasis en el reporte y no en la manera de contar han insistido en sus entrevistas en declararse “simples periodistas” y no “cronistas”.

Giles y Roberts (2014) recogen la tipología de Eason haciendo hincapié en los aspectos narratológicos de sus categorías, características que ya había detectado Anderson (1989): el realismo etnográfico incluye textos que utilizan técnicas literarias asociadas con el realismo social, mientras la fenomenología cultural se asocia con el periodismo literario. De este modo combinan el modelo de Eason con el de Webb sobre racionalismo y romanticismo en periodismo (1974): este autor plantea también dos polos, uno que enfatiza la objetividad, es decir, la adecuación del intelecto del reportero a los objetos (los datos, los hechos) y otra que asume que en esa adecuación siempre se cuele un componente subjetivo. Para Webb, todo el Nuevo Periodismo y el periodismo literario en general se mueve cerca del polo del romanticismo, mientras el periodismo informativo clásico, el de las agencias de noticias, es el que se sitúa en el polo racionalista.

Aare (2016) afirma que el aspecto más importante a la hora de clasificar los textos de periodismo literario es la consistencia entre narrador y autor (lo que Booth llamaría su distancia). Sigue a Cohn (1983), quien divide a la primera persona narrativa en una persona que vive la experiencia y una persona que relata (*experiencing y narrating self*). Cohn piensa que la consonancia y la disonancia existen dentro de esta persona dividida, lo que también puede ser detectado entre narrador y personajes en las narraciones en tercera persona. Aplicado a la crónica: prevalece la consonancia si el cronista-narrador se identifica en gran medida con el cronista-reportero (su alter ego que vive la experiencia) y el foco de la historia está en los acontecimientos percibidos, es decir, en la observación. Se produce disonancia cuando el cronista-narrador reevalúa, critica o de alguna otra forma se distancia de las percepciones y acciones del cronista-reportero.

En el libro *Sexografías* (2008), se encuentran buenos ejemplos de esa disonancia entre el narrador que vive la experiencia y el que la relata. Gabriela Wiener-narradora escribe notas a pie de página de las crónicas antologadas para revelar detalles de la Gabriela Wiener-reportera que no estaban en las primeras versiones de esos textos. Esta disonancia provoca que la atención del lector se centre tanto o más en las reflexiones, dudas y autocríticas de la narradora que en el relato mismo. Este énfasis de Wiener se ha acentuado al punto de que todos sus libros posteriores a este se enfocan casi totalmente en ella: su cuerpo, sus recuerdos, sus relaciones afectivas se han convertido prácticamente en su único objeto de investigación y escritura.

Es la consonancia la que mueve el texto hacia un extremo más mimético, mientras la disonancia lo mueve hacia el polo de la subjetividad. Aare propone una tipología de cinco grupos, que también puede ser aplicada a la crónica latinoamericana actual:

- Narrador en tercera persona reconstruida. El reportero no ha estado presente en la realidad. Las escenas son reconstruidas a partir de testimonios y documentación. Puede ser combinado con las tres formas de focalización. Puede ser objetivo o subjetivo. Corresponde al Realismo Etnográfico de Eason. Ejemplos de este tipo de relato: los perfiles de Leila Guerriero sobre personajes ya fallecidos, como Idea Vilariño, Manuel Henríquez Ureña o Roberto Arlt.

- Narrador en tercera persona retocada. El reportero ha estado presente en la realidad, pero ha sido silenciado en el texto. Las escenas están construidas a partir de observación directa. Puede ser combinado con las tres formas de focalización. Puede ser objetivo a subjetivo. Corresponde al Realismo Etnográfico de Eason. Ejemplos: algunos textos de Marcela Turati y Rodrigo Fluxá.

- Narrador en tercera persona atenuada. El reportero ha estado presente en la realidad, pero sólo aparece ocasionalmente en el texto. Las escenas están construidas a partir de observación directa. Deriva de la focalización interna en el reportero, pero puede, en largos pasajes del texto, estar combinado con focalización externa, focalización interna en un personaje distinto del reportero, o no focalización. Puede ser objetivo o subjetivo. No aparece en la tipología de Eason. Ejemplos de este narrador se encuentran en las crónicas de Cristian Alarcón, Josefina Licitra, Alberto Salcedo Ramos, Leila Guerriero y Juan Pablo Meneses.

- Narrador en primera persona consonante. Se enfoca en la experiencia del reportero. Las escenas están construidas a partir de observación directa. Tiene focalización interna en el reportero, pero

es objetivo (se centra en el objeto, la realidad). Carece de un nombre en la tipología de Eason. Las crónicas de Juan Villoro (2004; 2014) y Martín Caparrós calzan en esta categoría.

- Narrador en primera persona disonante. Se enfoca en la narración del reportero. Las escenas están construidas a partir de observación directa. Tiene focalización interna en el reportero y es subjetivo (el relato se centra en el sujeto, sus reflexiones sobre la realidad). Corresponde a la Fenomenología cultural de Eason. Ejemplos: las crónicas de María Moreno y Gabriela Wiener, quienes permanentemente están cuestionando lo que hicieron, pensaron o sintieron en el momento del reporte.

El análisis textual realizado permite afirmar que la crónica evidencia las mismas características que un grupo importante de textos del llamado periodismo literario anglosajón, y que incluso se le pueden aplicar las clasificaciones que se han definido para ese corpus.

Desde el punto de vista de la narración, la crónica latinoamericana actual dialoga con ejemplos de este periodismo en Europa y Estados Unidos. Eso no significa que derive del Nuevo Periodismo estadounidense: en Latinoamérica se ha dado una tradición importante de periodismo literario; *Operación Masacre*, de Rodolfo Walsh (1957), fue publicado antes que la antología *El Nuevo Periodismo* de Tom Wolfe (1976); la tradición del reportaje colombiano reconoce influencias del reportaje francés antes que de Estados Unidos (Hoyos, 2009), y en Argentina vinculan el periodismo literario con sus cronistas modernistas y con sus novelistas del Siglo XX (Moreno, 2015). Sin embargo, la crónica latinoamericana también dialoga con los textos de Tom Wolfe, Hunter S. Thompson y Norman Mailer, así como con los de otros narradores, no sólo de la literatura, sino también del cine, la televisión, el teatro, la ópera, el tango y hasta el vallenato. Es la dimensión dialógica de textos, enunciada por Bajtín (1982; 1986) en 1956: ninguna crónica se escribe en el vacío; cada crónica responde a un texto anterior, y es posible reconocer ese diálogo, aunque haya décadas o incluso siglos de distancia entre un enunciado y otro, entre una pregunta y una respuesta.

REFERENCIAS

Aare, C. (2016). A narratological approach to literary journalism: how an Interplay between voice and point of view may create empathy with the Other. *Literary Journalism Studies* 8 (1), pp. 106-139.

Argudelo, J. D. (Ed.) (2012). *Antología de crónica latinoamericana*

actual. Bogotá: Alfabeta.

Aguilar, M. (Ed.) (2010). *Domadores de historias. Conversaciones con grandes cronistas de América Latina*. Santiago: Ediciones Universidad Finis Terrae.

Anderson, C. (1989). *Literary nonfiction: theory, criticism, pedagogy*. Carbondale: Southern Illinois University Press.

Bajtín, M. (1982). El problema de los géneros discursivos. In *Estética de la creación verbal*. Ciudad de México: Siglo XXI Editores.

Bajtín, M. (1986). *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Taurus.

Bal, M. (1990). *Teoría de la narrativa (una introducción a la narratología)*. Madrid: Cátedra.

Booth, W. C. (1996). Distance and point of view: an essay in classification. In Hoffman, M. J. & Murphy, P. D. (Eds.), *Essentials of the theory of fiction* (pp. 60-79). Durham: Duke University Press. <https://doi.org/10.1093/eic/XI.1.60>

Carrión, J. (Ed.) (2012). *Mejor que ficción. Crónicas ejemplares*. Madrid: Anagrama.

Caparrós, M. (2006). *Amor y anarquía*. Buenos Aires: Planeta.

Caparrós, M. (2015). *Lacrónica*. Barcelona: Círculo de tiza.

Chang, J. V. (2010). *Elogios criminales*. Santiago: Random House Mondadori

Chillón, L. A. (1999). *Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas*. Valencia: Universitat de Valencia, Servei de Publicacions.

Chillón, L. A. (2014). *La palabra facticia. Literatura, periodismo y comunicación*. Valencia: Universitat de Valencia, Servei de Publicacions.

Cohn, D. (1983). *Transparent minds: narrative models for presenting consciousness in fiction*. New Jersey: Princeton University Press.

Cohn, D. (1999). *The distinction of fiction*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Eason, D. (1984). The New Journalism and the image-world. In N. Sims. (Ed.), *Literary Journalism in the Twentieth Century* (pp. 191-205). Evanston: Northwestern University Press.

Fluxá, R. (2014). *Solos en la noche. Zamudio y sus asesinos*. Santiago: Catalonia.

- Fluxá, R. (2017). *Crónica roja*. Santiago: Catalonia.
- Frus, P. (1994). *The politics and poetics of journalistic narrative: the timely and the timeless*. New York: Cambridge University Press.
- Genette, G. (1989). *Figuras III*. Trad. C. Manzano. Barcelona: Lumen.
- Genette, G. (1993). *Ficción y dicción*. Trad. C. Manzano. Barcelona: Lumen.
- Giles, F. & Roberts, W. (2014). Mapping nonfiction narrative: a new theoretical approach to analyzing literary journalism. *Literary Journalism Studies* 6 (2), pp. 100-17.
- Guerriero, L. (2009). *Frutos extraños. Crónicas reunidas 2001-2008*. Buenos Aires: Aguilar.
- Guerriero, L. (2013). *Plano americano*. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Guerriero, L. (2016). *Los malos*. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Herman, D. (1997). Scripts, sequences and stories: elements of a postclassical narratology. *PMLA* 112 (5), pp. 1046-1059.
- Heyne, E. (1987). Toward a theory of literary nonfiction. *Modern Fiction Studies* 33(3), 479-490.
- Hoyos, J. J. (2009). *La pasión de contar: el periodismo narrativo en Colombia, 1638-2000*. Antioquia: Universidad de Antioquia.
- Lehman, D. (1998). *Matters of fact: reading nonfiction over the edge*. Columbus: The Ohio State University Press.
- Licitra, J. (2007). *Los imprudentes. Historia de la adolescencia gay-lésbica en la Argentina*. Buenos Aires: Tusquets.
- Licitra, J. (2011). *Los otros. Una historia del conurbano bonaerense*. Buenos Aires: Debate.
- Meneses, J. P. (2011). *Equipaje de mano*. Santiago: Lolita Editores.
- Moreno, M. (2011). *Teoría de la noche*. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Moreno, M. (2015). Todos anfibios. *Anfibia*. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/todos-anfibios/>
- Poblete, P. (2014): La crónica periodístico-literaria contemporánea en Chile. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 20 (2), pp.1165-1176.
- Ramos, S.A. (2011). *La eterna parranda. Crónicas 1997-2011*.

Bogotá: Aguilar.

Ramos, S.A. (2013). *El oro y la oscuridad. La vida gloriosa y trágica de Kid Pambelé*. Santiago: Lolita Editores.

Saavedra, G. (2001). Narradores que saben más: La “narrativización” del discurso y el “efecto omnisciente” en no ficción periodística. *Cuadernos.info* 14, pp. 63-73. <https://doi.org/10.7764/cdi.14.182>

Steensen, S. (2013). The return of the humble “I”: The Bookseller of Kabul and contemporary Norwegian literary journalism. *Literary Journalism Studies* 5 (1), pp. 61-80.

Titingier, D. (2006). *Dios es peruano. Historias reales para creer*. Lima: Planeta.

Todorov, T. (1978). *Teoría de la literatura de los formalistas rusos* (Trad. A. M. Nethol). Ciudad de México: Siglo XXI Editores.

Turco, L. (1989). *Dialogue: A Socratic Dialogue on the Art of Writing Dialogue in Fiction*, Cincinnati: Writer's Digest Books.

Villoro, J. (2004). *Safari accidental*. Ciudad de México: Planeta.

Villoro, J. (2014). *Espejo retrovisor*. Ciudad de México: Seix Barral.

Walsh, R. (2003). *Operación Masacre*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Webb, J. (1974). Historical perspective on the New Journalism. *Journalism History* 1 (2), pp. 38-42.

Weber, R. (1980). *The literature of fact: literary nonfiction in American writing*. Columbus, Ohio: Ohio University Press.

Wiener, G. (2008). *Sexografías*. Bogotá: Seix Barral.

MARCELA AGUILAR. Profesora asociada de la Universidad Finis Terrae (Santiago, Chile), y doctora en Ciencias de la Comunicación por la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC).
E-mail: maguilar@uft.cl

RECEBIDO EM: 21/07/2018 | ACEITO EM: 30/09/2018

ARTIGO

GATEWATCHING E CURADORIA COLABORATIVA NA SELEÇÃO DAS FONTES POPULARES PELO RADIOJORNALISMO DA BANDNEWS RIO FM

Copyright © 2018
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisas
dores em Jornalismo

LUAN JOSÉ CHAGAS

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro – RJ, Brasil
ORCID: 0000-0002-2491-8479

DOI: 10.25200/BJR.v14n3.2018.1080

RESUMO – O artigo apresenta resultados de uma observação sistemática e entrevistas com jornalistas que produzem o radiojornal local da *BandNews FM* no Rio de Janeiro. O objetivo é analisar como o processo de *gatewatching* é executado na seleção das fontes via *WhatsApp* na emissora e as especificidades no trabalho desenvolvido nas redações de radiojornalismo. Uma das principais características apresentadas pela emissora é o alto número de vozes populares selecionadas por meio da interação no aplicativo de mensagens instantâneas. Os dados mostram um encaixe temático das vozes populares selecionadas, a curadoria colaborativa em conjunto com os ouvintes e os constrangimentos organizacionais na apuração com o perfil do jornalista sentado e ausente do palco dos acontecimentos. Ao contrário de outros meios, o rádio demanda atualização contínua e a descentralização na seleção dos materiais levados ao ar. Nesse sentido, a pesquisa aponta características que o trabalho no ambiente radiofônico demanda dos jornalistas e as novas estratégias desenvolvidas nas redações com o envolvimento dos públicos via plataformas de redes sociais.

Palavras chave: *Gatewatching*. Curadoria. Fontes. *BandNews FM*. Radiojornalismo.

GATEWATCHING AND COLLECTIVE CURATION: selecting popular radio journalism sources at *Bandnews Rio FM*

ABSTRACT – The article presents results of a systematic observation and interviews with journalists who produce the local radio news program of *BandNews FM* in Rio de Janeiro. The objective is to analyze how the *gatewatching* process is executed in the selection of the sources via *WhatsApp* in the transmitter and the specificities in the work developed in the editorial offices of radiojournalism. One of the main features presented by the broadcaster is the high number of popular voices selected through interaction in the instant messaging application. The data show a thematic fit of the selected popular voices, the collaborative curation together with the listeners and the organizational

constraints in the investigation with the profile of the journalist sitting and absent from the stage of the events. Unlike other media, radio demands continuous updating and decentralization in the selection of materials taken to the air. In this sense, the research points out characteristics that work in the radio environment demands from journalists and the new strategies developed in the newsrooms with the involvement of the public via social networking platforms.

Key words: Gatewatching. Curatorship. Sources. *BandNews FM*. Radiojournalism.

GATEWATCHING Y CURADURÍA COLABORATIVA EN LA SELECCIÓN DE LAS FUENTES POPULARES POR EL RADIO PERIODISMO DE BANDNEWS

RESUMEN – El artículo presenta resultados de una observación sistemática y entrevistas con periodistas que producen el radio de periodismo local de *BandNews FM* en Rio de Janeiro. El objetivo es analizar cómo el proceso de *gatewatching* se ejecuta en la selección de las fuentes vía *WhatsApp* en la emisora y las especificidades en el trabajo desarrollado en las redacciones de radio-periodismo. Una de las principales características presentadas por la emisora es el alto número de voces populares seleccionadas por medio de la interacción en la aplicación de mensajería instantánea. Los datos muestran un encaje temático de las voces populares seleccionadas, la curaduría colaborativa en conjunto con los oyentes y las limitaciones organizacionales en el recuento con el perfil del periodista sentado y ausente del escenario de los acontecimientos. A diferencia de otros medios, la radio demanda de actualización continua y la descentralización en la selección de los materiales llevados al aire. En ese sentido, la investigación apunta características que el trabajo en el ambiente radiofónico demanda de los periodistas y las nuevas estrategias desarrolladas en las redacciones con la participación de los públicos vía plataformas de redes sociales.

Palabras clave: *Gatewatching*. Curaduría. Fuentes. *BandNews FM*. Radio periodismo.

1. Introdução

A *BandNews Rio* é parte de um conjunto de emissoras sob o comando da família Saad no Brasil, que integra ainda redes de televisão abertas e fechadas, portais na internet e a própria rede de radiodifusão. O formato da emissora é *talk and news*, mas figura nas pesquisas do Kantar Ibope Media como a *all news* mais ouvida na capital fluminense¹. A sede fica no Rio de Janeiro, mas a concessão foi habilitada em Niterói, região metropolitana. Fundada em 2004 na capital paulistana, após a compra da então Rádio Sucesso, foi a primeira a transmitir notícias 24h em FM no país e, em 2016, conta com cabeças de rede em São Paulo e Rio de Janeiro e afiliadas em Belo Horizonte, Porto Alegre, Salvador, Curitiba, Brasília, Fortaleza, João Pessoa, Vitória e Orlando, nos Estados Unidos, entre outras praças.

O cenário promissor presente no crescimento do número de retransmissoras ou afiliadas e os números da audiência não estão refletidos no quadro de contratações de jornalistas. Nas pesquisas de audiência de 2015 e 2016, esteve à frente da *CBN* no Rio de Janeiro, segundo o Kantar Ibope Media. Durante o período da pesquisa, a *BandNews* contava com 35 jornalistas na produção de reportagens, seleção de pautas, administração do *site* e até mesmo na operação da mesa de som no estúdio. Além disso, seis estagiários dividem turnos na produção e apuração de informações na redação. A imposição de um perfil de profissional multitarefa e multiplataforma é parte do cotidiano do radiojornalismo, com a diminuição no número de jornalistas, cada vez mais confinados às redações devido a políticas de redução de custos com deslocamentos (Lopez, 2010).

Nesse contexto, o objetivo do artigo é analisar o processo de *gatewatching* na seleção das fontes via *WhatsApp* no programa local da emissora no Rio de Janeiro. Uma das principais características apresentadas pela emissora é o alto número de vozes populares selecionadas por meio da interação no aplicativo de mensagens instantâneas. A partir de uma observação sistemática realizada durante uma semana na redação, os dados mostram um encaixe temático de vozes populares selecionadas, o exercício da curadoria colaborativa em conjunto com os ouvintes e os constrangimentos da apuração no perfil do jornalista sentado e ausente do palco dos acontecimentos. Também nesse processo, o rádio possui especificidades como a atualização contínua e a descentralização do conjunto de apuração e entrada das informações na grade de programação.

2. *Gatewatching* e realimentação ao vivo no radiojornalismo

Analisa-se o meio dos conceitos de rádio expandido, desenvolvido pelo professor e pesquisador da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Marcelo Kischinhevsky (2016); e rádio hipermediático, como proposta da professora da Universidade Federal de Ouro Preto, Débora Cristina Lopez (2010). Nesses dois casos, o meio é envolvido por características específicas de atualização das informações e do próprio processo produtivo que compõe a construção da notícia em emissoras *all news*. Os conceitos de *gatekeeper* e *gatewatching*, nesse sentido, demandam do reconhecimento das especificidades em que os jornalistas estão envolvidos. No ao vivo, a construção informativa

ao longo do dia, a possibilidade de entrada de informações por diversos portões comandados por chefes de reportagens, repórteres, editores e até os apresentadores dos programas nos faz repensar a lógica da *web*, televisão ou dos meios impressos. Como afirmam Shoemaker & Vos (2011), os *gatekeepers* estão em variados canais, sejam nas assessorias e agências, sejam nas funções exercidas no próprio meio.

Para esses autores, é no terceiro canal que a audiência exerce o papel de *gatekeeper* com a seleção, compartilhamento e o comentário realizado pelos leitores/ouvintes/telespectadores, reforçado com as novas tecnologias da informação via internet (Shoemaker & Vos, 2011). De acordo com o argumento utilizado neste sentido, as percepções dos jornalistas agora interagem entre o que é recebido pela audiência e os valores notícia e as relevâncias pessoais atribuídas aos conteúdos. A partir de estudos no *The New York Times* em 2008, Shoemaker, Seo & Johnson (2008) identificaram diferenças entre os critérios de noticiabilidade utilizados pelos jornalistas e os destacados nas preferências da audiência, em exemplos como itens sobre a manutenção de leis e normas ou então que levem o leitor para dentro da história e explicitem interesses relativos a grupos que estão inseridos.

A proposta que segue para a longevidade das notícias mais acessadas no site ainda carece de reflexão, principalmente por considerar que a interação, não necessariamente é um fruto do advento da internet. Torna-se fundamental o reconhecimento do papel da audiência, mas ainda com a possibilidade de manutenção de critérios fundamentais da instituição jornalística. A função mediadora entre o interesse público e o interesse do que vem do público é uma das bases na seleção das informações. Por isso, a interação realizada entre ouvintes e emissoras constitui essa audiência como fonte na programação pelo interesse em levar informações ao ar ou somente pela seleção exercida pelos jornalistas no processo produtivo (Lopez, 2010).

Ao contrário de Shoemaker & Vos (2011), Bruns (2011) argumenta que o jornalismo colaborativo ou cidadão está sendo explorado desde os anos 1980, mas de forma limitada e ainda na convencional produção de cima para baixo. Para ele, há uma mudança radical com as plataformas de mídia social: a interrupção nos modelos jornalísticos de *gatekeeping* e o desenvolvimento do *gatematching*. A escassez de canais de mídia e o crescimento do jornalismo participativo com as possibilidades da internet foram bases

dessa mudança. Em vez do papel de porteiro ou selecionador, a nova função seria agora a de curadoria, como um guia para as informações ou o vigia do que estava sendo destacado pelo próprio público.

Segundo Bruns (2005), o *gatematching* é um processo de produção de notícias sem uma estrutura hierárquica que o controle tradicional havia estabelecido. Ele argumenta que o público tem acesso a diferentes fontes e nem sempre depende dos jornalistas ou da própria mídia para a produção e difusão das notícias. Sem responder claramente se isto se trata realmente de jornalismo, o autor pressupõe que as novas tecnologias proporcionaram o envolvimento dos usuários no acompanhamento e observação do alto número de materiais noticiosos. Mesmo assim, reconhece que não possuem condições de guardar e controlar os portões dos canais de informação disponibilizados com base nos valores notícia estabelecidos pela profissão.

O que resulta deste processo da *ad hoc curation* colaborativa das notícias é em primeiro lugar um fluxo regular de atualizações e informações de fundo que evolui na medida em que a compreensão compartilhada do próprio evento se desenvolve; isto ocorre atualmente com tanta velocidade que mesmo os canais que divulgam as notícias durante 24 horas – anteriormente o padrão-ouro para as reportagens noticiosas atualizadas – agora estão fazendo regularmente referência às informações que conseguiram colher de matérias no Twitter e em outras fontes semelhantes da mídia social. (Bruns, 2011, p. 132)

Com base neste argumento, o autor reafirma a posição dos jornalistas profissionais de aprofundar as informações dentro dos canais de mídia, buscando na investigação um norte para a produção neste novo modelo. Já o público age colaborando com a seleção de materiais informativos e o compartilhamento dos eventos para atualização com a velocidade que demanda a difusão de notícias no atual momento.

“Este compartilhamento maior entre os jornalistas industriais e os usuários contribuintes deixaria para os primeiros mais espaço para se concentrarem no seu trabalho investigativo e no desenvolvimento de matérias originais, que são menos viáveis para os contribuintes não jornalistas sem remuneração” (BRUNS, 2011, p. 130).

A introdução deste novo modelo, segundo o autor, seria a consequência da racionalização dos processos de produção de notícia, com demissões e a redução do quadro de jornalistas nas empresas de mídia. Os sucessivos cortes nas redações, ao lado da multiplicidade de canais informativos e a crescente interação com a

audiência nas mídias sociais contribuíram para o reposicionamento nos mercados de mídia, o *lobbying* de concorrentes, patrocinadores e investidores, e a própria revisão do conceito clássico do porteiro. Desta forma, Bruns (2011) defende que, por parte dos jornalistas enquanto *gatekeepers* de espaços centrais para cobertura e difusão de informações, o domínio está perdido.

Outro argumento sobre o *gatematching* é de que as organizações podem continuar controlando a agenda de notícias, mas se torna improvável que fomentem o debate público no complexo midiático atual (Bruns, 2011). Dentro deste panorama, o autor reconhece a continuidade do jornalismo como uma instituição que deve prevalecer pela qualidade na construção noticiosa, principalmente de caráter investigado, porém segue para um rumo ainda não mapeado em sua totalidade no sentido de reconhecer vantagens e desvantagens do conceito e da participação do público na internet.

Já a pesquisadora brasileira Adriana Barsotti (2014), no livro *Jornalista em mutação: Do cão de guarda ao mobilizador de audiência* que resultou da dissertação de mestrado premiada pela Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, propõe cautela e afirma que os conceitos se mantêm em paralelo e se sobrepõem em alguns casos. Em uma pesquisa realizada com o editor da primeira página do jornal *O Globo*, a autora aponta uma contextualização aplicada ao que chamam de *Mr. Web Gates* como jornalista enquanto mobilizador de audiência na internet. Ela argumenta que a abordagem do *gatematching* se superpõe ao *gatekeeping*, pois mesmo na web, o jornalista continua com o papel de selecionar e checar as informações que estão sendo veiculadas e que os dois casos não dão conta das reconfigurações exercidas no papel de mediação entre as notícias e o público.

Em todos os casos, de uma forma ou de outra, os meios condicionam a produção jornalística em diferentes especificidades. Do formato impresso ao online, a manutenção dos valores notícia e seus critérios de noticiabilidade são aspectos que embasam a seletividade das informações do *gatekeeper* ou do *gatematcher*. Assim, reconhece-se aqui a necessidade da manutenção de abordagens em torno da reconfiguração dos processos de seleção, que são anteriores inclusive ao período compreendido pela internet. Por outro lado, surgem ainda mais necessidades da realocação do conceito nas especificidades do radiojornalismo e suas dinâmicas de construção da notícia.

Sobre a definição em torno das fontes, Pinto (2000) oferece, além de uma classificação que será tratada mais à frente, um debate oportuno sobre os interesses e a forma com que se apresenta no trabalho jornalístico. Para o autor, pessoas, grupos, instituições sociais ou até mesmo vestígios oriundos de falas, documentos, dados que são preparados, construídos ou deixados propositalmente se constituem como fontes. As instituições ou agentes utilizados pelos jornalistas remetem a posições e relações sociais “para interesses e pontos de vista, para quadros espaço-temporalmente situados. Em suma, as fontes (...) são entidades interessadas, quer dizer, estão implicadas e desenvolvem a sua atividade a partir de estratégias e com táticas bem determinadas” (Pinto, 2000, p. 278).

A lógica que propõe o autor parte do questionamento sobre o que querem as fontes quando procuram o jornalismo. Assim, volta-se à origem da discussão sobre a utilização do termo, pois a metáfora remete a um lugar onde nasce água fresca, a origem de algo, da vida, da fecundação em que alguém procura a fonte para coletar algo. Para Pinto (2000) essa lógica está invertida diante da sofisticação no terreno da distribuição das informações principalmente diante da profissionalização desses agentes. Algo que Neveu (2006) também argumenta sobre os mal-entendidos em um comportamento ativo por parte dos jornalistas na busca pelo abastecimento de dados, falas e recursos que agreguem a uma notícia. O erro estaria em reconhecer que essas fontes são fundamentalmente ativas, não necessariamente porque os profissionais não tenham espírito de iniciativa ou liberdade: “Se uma metáfora aquática pode fazer sentido, é a de jornalistas submersos num dilúvio de informações oferecidas pelas fontes” (Neveu, 2006, p. 95).

Ainda que os autores reconheçam essa situação, a profissionalização não necessariamente deixa de posicionar os diferentes tipos de fontes numa programação jornalística. A seleção, pelo *gatekeeper* ou *gatewatcher* continua por meio dos valores notícia e até mesmo pelas vias de fuga dos próprios jornalistas, na utilização do *off* ou mesmo na produção de materiais que não interessam às próprias fontes. Pinto (2000) elenca uma série de objetivos pelos quais perseguem as fontes e os jornalistas:

As fontes buscam: 1. a visibilidade e atenção dos media; 2. a marcação da agenda pública e a imposição de certos temas como foco da atenção colectiva; 3. a angariação de apoio ou adesão a ideias ou a produtos e serviços; 4. a prevenção ou reparação de prejuízos e malefícios; 5. a neutralização de

interesses de concorrentes ou adversários; 6. a criação de uma imagem pública positiva.

Por sua vez os jornalistas busariam: 1. a obtenção de informação inédita; 2. a confirmação ou desmentido para informações obtidas noutras fontes; 3. a dissipação de dúvidas e desenvolvimento de matérias; 4. o lançamento de ideias e debates; 5. o fornecimento de avaliações e recomendações de peritos; 6. a atribuição de credibilidade e de legitimidade a informações directamente recolhidas pelo repórter (PINTO, 2000, p. 280).

A margem de manobra existente na rede noticiosa, a qual apontam Pinto (2000) e Tuchman (1983), é uma das bases pelas quais levam a interrogações na relação e seleção das fontes. Os jornalistas possuem lógicas de atuação, gerem e redirecionam as informações como um poder que não pode ser menosprezado (Pinto, 2000). Há que se diferenciar nesse processo os distintos graus de acesso ao temário jornalístico (Molotch & Lester, 1999) e as novas possibilidades de contextualização diante de agentes que aparecem por meio do *gatewatching*. Há uma zona cinza que envolve a capacidade dos movimentos sociais e fontes populares não profissionalizadas e distintas do poder econômico em sensibilizar esses profissionais. Para além disso, as próprias vozes que não aparecem nos meios, mas auxiliam os profissionais na cobertura de uma determinada temática não se fazem presentes no estudo taxonômico que será aprofundado à frente.

Essa complexificação, por trás do cenário que Pinto (2000) chama de “cor-de-rosa”, envolve uma diversidade e a multiplicação de vozes no cenário midiático. A primeira base é que nenhuma fonte torna público algo que seja inconveniente a si ou a organização a qual pertence. Cabe ao jornalista a procura, o tratamento, a seleção e a construção da notícia, desde que não ocorra a utilização total de um release, por exemplo. O autor reconhece que nessa multiplicidade, o crescimento de dados e informações expressam as intervenções de diferentes atores no cenário social, reforçando o argumento aqui presente do jornalismo como um espaço de disputas.

Se de um lado estão as fontes cada vez mais profissionalizadas na relação com os jornalistas, de outro estão as novas possibilidades de seleção de agentes populares por meio da interação cotidiana. O processo de *gatewatching* é um exemplo desse aspecto na construção colaborativa das notícias com as contribuições do público. No caso apresentado por Bruns (2005, 2011), a interação com os leitores foi fundamental para a cobertura dos gastos de parlamentares no *The Guardian* o que não invalida ou retira o papel do profissional na

mediação entre as informações e os valores notícia. No entanto, torna-se necessário aprofundar as diferenças conceituais nesse processo de curadoria ou de seleção dos materiais do público, principalmente com as possibilidades de acesso (Molotch & Lester, 1999) por meio da interação.

Reconhecer o papel do público como fonte no caso da *BandNews* com uma estrutura específica de seleção de vozes e informações via *WhatsApp* ao interagir com os ouvintes requer o debate sobre os marcos conceituais envolvidos nesse processo. As diferenças entre os conceitos de participação, interação e acesso, tratados muitas vezes como sinônimos provocam equívocos nas análises sobre a presença da audiência nos conteúdos midiáticos. O discurso sobre a interatividade como um fruto da cultura participativa não permite um aprofundamento nos estudos sobre a relação entre os novos atores e a sociedade (Primo, 2007). Até mesmo estratégias de treinamento de setores populares para a entrada nos jornais tradicionais com conteúdos produzidos na periferia como fez, por exemplo, o quadro “*Parceiro do RJ*” no RJ TV da *TV Globo* do Rio de Janeiro já foram iniciativas que tentaram novas abordagens e não levaram necessariamente a conteúdos mais diversos ou inovadores (Becker, 2012).

3. O processo de *gatewatching* na *Bandnews*

O período de amostragem escolhido para a pesquisa foi a semana de 14 a 18 de agosto na *BandNews Rio* com foco nos radiojornais *BandNews Rio* 1ª Edição durante as manhãs e o *BandNews Rio* 2ª Edição, durante as tardes. Como afirma Gil (2008), a observação sistemática é sempre seletiva e enquadra-se nessa amostragem que permite o acesso a dados fundamentais para o cruzamento com as entrevistas semiestruturadas. Nesse contexto, a semana é suficiente para encontrar questões e situações que estruturam o debate sobre o processo de seleção do *gatewatching* radiofônico. As fontes populares, como foco desse processo via *WhatsApp*, são definidas como pessoas comuns, que se apresentam como vítimas de determinada situação – um crime, uma injustiça, uma política pública ineficiente – ou lançam mão de táticas de espetacularização para conseguir visibilidade e reivindicar melhorias no seu cotidiano (Schimitz, 2011; Lage, 2001; Pinto, 2000; Kischinhevsky & Chagas, 2017).

As entrevistas têm o objetivo de explorar o espectro das opiniões dos jornalistas nas redações das emissoras a partir diferentes representações sobre o cotidiano da cobertura sobre a seleção das fontes (Gaskel, 2002; Paterson, 2008; Cruz Neto, 2002) e foram realizadas no mês de agosto com seis jornalistas da *BandNews Rio*: Rodolfo Schneider, diretor de jornalismo; Taís Dias, chefe de redação; Mário Dias Ferreira, chefe de reportagem; Carlos Briggs, coordenador de produção e repórter; Tatiana Campbell, repórter do *WhatsApp*; e Marcus Lacerda, repórter do site. Pretende-se entender questões como a atuação profissional na escolha, seus critérios de noticiabilidade e os constrangimentos organizacionais presentes no processo de *gatewatching*.

O *WhatsApp* é a principal plataforma de relação com as fontes na redação da *BandNews Rio*. O aplicativo de comunicação concentra um grande volume de trabalho na apuração de dados oriundos dos ouvintes. Alguns jornalistas chegam a afirmar que a redação se tornou dependente desses dados já que a escuta desse tipo de fonte seria a “principal prioridade da emissora”. Jargões como a “rádio a serviço dos ouvintes”, “feita pelos ouvintes”, “construída pelos ouvintes” são comuns nessa ótica de seleção considerando-os como fontes no processo de seleção das informações.

O produtor Carlos Briggs explica que no caso de coberturas sobre a Operação Lava Jato no Rio de Janeiro ou ações de fontes oficiais específicas na área política, a emissora sai perdendo por manter uma lógica em torno somente dos ouvintes. Por outro lado, não chega a citar possibilidades do uso desses ouvintes mesmo em casos como os citados pelo profissional, voltando à lógica do encaixe temático em trânsito e segurança. Há uma dependência direta, pelo contexto em que a emissora trabalha com poucos profissionais, dos materiais que chegam por meio do *WhatsApp*.

A *BandNews* criou uma lógica que não consegue mais sair, e nem quer. A emissora é o ouvinte, 99% vêm do ouvinte. Então a nossa relação com as fontes oficiais não é da mesma forma que outras emissoras. Por exemplo, é muito comum nas operações da Lava Jato, a *TV Globo* estar posicionada nos endereços das operações, enquanto a gente não. Nesse aspecto a gente come muita poeira porque não temos uma relação mais próxima dessas fontes oficiais. (C. Briggs, comunicação pessoal, 22 de Agosto, 2017)

Além desses dados dos ouvintes via *WhatsApp*, a relação com fontes profissionalizadas como concessionárias de trânsito também

são constantes no cruzamento de informações em grupos e enviados diretamente pelos órgãos no aplicativo de mensagem instantânea. As redes sociais como *Facebook* e *Twitter* são comuns na consulta a páginas de fontes oficiais e perfis de pessoas que se tornaram fontes na consulta sobre as temáticas. Além disso, aplicativos de *crowdsourcing* como *Onde Tem Tiro (OTT)*, *Fogo Cruzado* e *Waze* também são utilizados para consultas sobre segurança e trânsito. O fluxo de apuração das notícias segue a Figura 1, o que demonstra a dependência direta das interações para cobrir pautas diante do baixo número de profissionais presentes na cobertura. Nas notícias programadas ou agendadas, a diferença é a indicação prévia da chefia de reportagem para a indicação das pautas cobertas pelos repórteres que vão para as ruas.

Figura 1 – Fluxo de Apuração/Seleção de fontes



Fonte: Elaboração do autor.

Em muitos casos na ausência da resposta do outro lado ou na busca pelos órgãos oficiais, a matéria é gravada com o ouvinte e vai para o ar da mesma forma. No caso do grupo, os jornalistas ainda podem indicar novas fontes sobre determinados assuntos. Na quinta-feira, por volta das 10h30, quatro repórteres estavam nas ruas para apurar três pautas agendadas e um deslocamento realizado para apurar casos de ouvintes oriundos do *WhatsApp*. Foi também na plataforma que surgiu o contato do caminhoneiro sobre um assalto a caminhão na avenida Brasil assim como toda a cobertura de trânsito e segurança durante o dia. A edição dos textos é o único foco do sistema integrado de correção pelos coordenadores de produção e chefe de reportagem. Além disso, toda a interação é realizada em conversas mantidas entre a jornalista sentada responsável pela plataforma e os ouvintes durante a programação.

Os jornalistas selecionam as fontes em uma diversidade de formas ao longo do radiojornal local. Os âncoras, mesmo na apresentação do radiojornal, continuam utilizando o *WhatsApp* e o telefone para receber informações e sugestões de pessoas das mais diversas instituições. Rodolfo Schneider utiliza o e-mail e a internet para pesquisar questões relacionadas aos temas discutidos, além de dados oriundos da redação no caso da segurança, número de policiais mortos ou tiroteios. Já Boechat possui o esquema de produção com os dois jornalistas da redação que selecionam sonoras, informações consultadas com as fontes e repassam dados de ouvintes e outros setores, como respostas das assessorias de comunicação de órgãos oficiais. Em dois casos, Schneider recebeu informações no seu celular durante o programa sobre a prisão dos policiais que pediam dinheiro para traficantes em São Gonçalo.

Todos os repórteres produzem diretamente das bancadas na redação, ao contrário da profissional responsável pelo *WhatsApp* que constrói no estúdio ao vivo as notícias das pautas selecionadas do contato com os ouvintes. Nesse caso, o maior número de mensagens é recebido entre as 9h30 e as 11h30, justamente a apresentação do *BandNews Rio* 1ª Edição. Ela realiza um filtro entre comentários e subsídios que podem auxiliar ou possuem intensidade de informação. Em casos que necessitam de apuração, ela desloca as mensagens com o número do contato para dois grupos: Central de apuração que integra a redação com a *BandNews TV* e a *TV Bandeirantes* do Rio de Janeiro; e o segundo que compreende a *Apuração Manhã* com os jornalistas da rádio.

A maior parte dos casos entra na temática trânsito com o critério de que quando três ouvintes enviam a mesma informação, ela entra no ar. Também para esse processo, ela utiliza um bloco de notas que vai acrescentando as informações a partir da interação dos ouvintes cruzando dados com informações de trânsito do aplicativo *Waze* e de fontes oficiais e institucionais relacionados ao tema. Da mesma forma, os jornalistas que recebem esses dados procuram apurar as informações com os ouvintes que entraram em contato e selecionando outras fontes, como especialistas e oficiais para contextualizar e aprofundar os dados.

Os comentários de ouvintes sobre os posicionamentos dos âncoras pelos ouvintes são filtrados e, em muitos casos, não considerados em questões como política e até mesmo segurança. O argumento é de que a intensidade de informações, ou produtividade

segundo Traquina (2005), seria o que interessa para a emissora e não comentários soltos dos ouvintes sobre determinados temas. Assim, critérios de serviço e impacto são os principais utilizados no momento da seleção. A jornalista responsável pelo *WhatsApp* também seleciona fontes com pautas que possam dar continuidade nos relatos enviados. No caso do caminhoneiro assaltado na terça-feira, a ligação virou uma reportagem sobre os assaltos na avenida Brasil. Os estagiários auxiliaram na seleção de agentes oficiais e especializados que pudessem complementar os dados apresentados pela fonte popular.

Mesmo que trabalhando de forma sentada (Neveu, 2006; Pereira, 2004) e garantindo um acesso por meio de uma interação com os ouvintes (Carpentier, 2012), a jornalista cumpre o papel de acrescentar ao radiojornal um volume considerável de notícias construídas em conjunto com essas fontes populares. O exemplo está no que aconteceu na quarta-feira, quando por volta das 6h a jornalista recebeu uma foto enviada pelos ouvintes com a estátua do cantor Michael Jackson com um fuzil em uma das comunidades do Rio de Janeiro. Em menos de uma hora, ela interagiu com mais de 20 ouvintes confirmando a mesma informação e conversando com estes sobre a situação. Depois de desmentir boatos, analisar os relatos enviados com novos dados sobre a presença do tráfico na região, a informação é repassada para o grupo Central de Apuração e Apuração Manhã e uma repórter é deslocada para apurar o caso com outras fontes. A confirmação do caso acontece às 10h com a entrada ao vivo no *BandNews Rio* 1ª Edição com novos relatos enviados sobre a situação dos moradores que foram ouvidos e colocados no ar.

Uma das questões que fica evidente ao longo da cobertura é a impossibilidade de esperar o repórter ir até o local dos acontecimentos no ritmo de velocidade ao vivo da emissora. Assim, a seleção das fontes é realizada dentro da redação, na qual o repórter grava com a fonte e leva a matéria para o ar. É responsabilidade de cada um fazer a seleção e o contato com as fontes numa lógica de dependência e confiança na fidelidade delas com a “verdade”. Da mesma forma é a seleção do que ela fala, o que corresponde ao nível de informação e de possibilidade de cruzamento de dados com outros setores oficiais.

A procura por histórias que possam render reportagens na programação se dá pelos produtores, mas a indicação de fontes também passa pelos repórteres que estão na redação ou vão para a rua. Nesse caso, a continuidade de pautas oriundas do *WhatsApp* e do *Facebook* é a forma com que os jornalistas selecionam as vozes que

entram na cobertura ou recebem indicações de fontes que auxiliam os jornalistas. A seleção das fontes até a chegada ao ar é rápida pela necessidade de informações em “tempo real” e antes dos concorrentes.

O envolvimento citado varia entre diferentes formas de seleção/relação com uma fonte que além de enviar as informações também possui um canal de respostas da Repórter do *WhatsApp*. Há que se ressaltar que no caso da emissora, existe um profissional específico para selecionar e apurar os dados oriundos das fontes populares por meio do aplicativo de mensagem instantânea. Então a definição de “jornalista amador” não se encaixa no modelo de colaboração existente no processo de seleção.

A chefe de redação Taís Dias é responsável, em conjunto com o chefe de reportagem Mário Dias Ferreira pela política de verificação dos materiais que saem da Repórter do *WhatsApp* e vão para o grupo Central de Apuração. Mesmo diante do trabalho intensivo que a velocidade na produção das notícias imprime na redação da *BandNews*, Ferreira destaca que a inovação e a tecnologia no processo de seleção das fontes é um caminho sem volta. A agilidade do processo, segundo ele, precisa ser amparada pelo compromisso de não levar ao ar nada que não tenha passado pela apuração. Porém, nesse quesito, foi possível perceber que diante do trabalho da repórter do *WhatsApp* era praticamente impossível parar para refletir sobre determinadas pautas. As “corriqueiras” de trânsito e segurança entravam praticamente todas no ar, enquanto as denúncias seguiam para a equipe de apuração.

No caso do monumento em homenagem ao cantor Michael Jackson, o chefe de reportagem exemplifica a mudança pela qual passou a emissora nos últimos anos e que continua como um objetivo na estrutura da emissora. Na apuração, o conjunto de profissionais na emissora auxiliou na angulação dos dados com as fontes oficiais como a Polícia Militar e Civil, além dos próprios moradores da região, o que proporcionou o aprofundamento da notícia. M. D. Ferreira (comunicação pessoal, 26 de Agosto, 2017) destaca que nem sempre a fonte que envia a informação aparece na programação pelo número de pessoas que entram em contato, como foi o caso. O fluxo passou do *WhatsApp* para a apuração, do ar para o site.

Como já destacado, a estratégia que se mantém por meio do telefone, do e-mail, dos sites de redes sociais ou da antiga agenda de fontes se concentra no *WhatsApp* com dois profissionais trabalhando nos turnos da manhã e da tarde focados nessa interação. O trabalho se resume a atuar de forma sentada selecionando os materiais oriundos

de fontes populares e oficiais por meio da plataforma, armazenando mensagens durante todo o *BandNews Rio* 1ª Edição e repassando para a Central de Apuração. Segundo ela, a identificação “ouvinte final de telefone” se justifica porque “na maioria das vezes as fontes não querem ser identificados [sic] em casos de tiroteios ou acidentes” (T. Campbell, comunicação pessoal, 23 de Agosto, 2017).

No grupo da Apuração o que eu mando são denúncias de diversos tipos, problemas em hospitais, saúde, a enrolação [sic] do serviço público eu passo para a apuração e a produção do Boechat. Questões de meio ambiente, por conta de vazamentos de óleo no mar ou poluição, esgoto, que envolve a prefeitura, além dos factuais como tiroteio e manifestações que precisam dessa angulação. Eu não repasso comentários porque isso não vai acrescentar nas pautas. Agora se é um comentário com denúncia isso vai para o relatório que será utilizado depois na apuração. Por exemplo, um ouvinte comenta sobre um projétil dentro de casa, vai para o ar e logo depois uma série de comentários aparecem com outros relatos, eu não jogo dentro do grupo, mas para uma pauta terão novas fontes em diferentes pontos do Rio. (T. Campbell, comunicação pessoal, 23 de Agosto, 2017).

Mesmo com a evidência dada em todas as entrevistas sobre o recurso do *WhatsApp*, a utilização se resume ao contato e a seleção das vozes como uma forma tradicional que englobam ainda o telefone, o e-mail e os contatos pessoais existentes já de antemão (R. Schneider comunicação pessoal, 29 de Agosto, 2017). A utilização da tecnologia, segundo M. D. Ferreira (comunicação pessoal, 26 de Agosto, 2017) não exime dos cuidados necessários na apuração cotidiana, mas abre possibilidades para a entrada direto do factual que “vai para o ar na hora” ao contrário das denúncias que são analisadas e apuradas para que não entrem trotes ou notícias falsas.

Os cuidados com a seleção em torno de questões éticas e profissionais são os principais focos de questionamento quanto à forma com que aparecem na programação as colaborações em trânsito e segurança. Não se propõe aqui fazer uma dualidade entre o “ouvinte final de telefone” e os setores oficiais a partir de sua hierarquia da credibilidade, como destaca Traquina (2005). Chaparro (1994) já alertava para as mentiras oriundas de fontes que possuem poder no caso do então presidente da CBF, João Havelange. Rodolfo Schneider afirma que o cruzamento dos dados com setores oficiais para o aprofundamento das informações e a confirmação dos dados continua:

O que acabamos tendo na relação com o ouvinte é a intensidade dos dados que eles nos repassam, a gente acredita no ouvinte até porque enquanto um liga, outros também falam sobre a mesma informação, cruzamos os dados e levamos para o ar.

Nós confiamos plenamente no ouvinte, o que não quer dizer que não nos enviem boatos, coisas que estão 'viralizando', achando que é verdade (R. Schneider, comunicação pessoal, 29 de Agosto, 2017).

A característica do *gatemwatching* é utilizada na curadoria dos materiais enviados, inclusive na resposta dada aos ouvintes quando um material não é verdade. Quando algo passa e vai para o ar, a correção é realizada mesmo sabendo que algo que não aconteceu já foi transmitido: “A gente acredita no que ele está falando no sentido de ir atrás daquela informação, não no sentido de que o que ele mandou a gente bota no ar imediatamente” (R. Schneider, comunicação pessoal, 29 de Agosto, 2017). É possível, nesse sentido, afirmar que ao contrário do que pregam os profissionais da emissora, não há uma inversão da prioridade às fontes populares que continuam dependentes da confirmação da fonte oficial sobre determinadas temáticas. Algo que não acontece quando é ao contrário, pois as agendas estabelecidas por essas instituições entram com o acesso direto à programação na escala dos profissionais que vão para a rua.

[Sobre a utilização do *WhatsApp*] A cada dia temos notado que é uma ajuda, mas também é um perigo. Imagina se passar algo que é uma mentira que afeta muita gente. O caso da van escolar em São Gonçalo é outro exemplo em que a gente confirmou com a Polícia Militar e outros meios de comunicação. São coberturas dinâmicas, e a gente teve uma preocupação pelas crianças, claro que tem coisa que demora. Tem ouvintes que se tornam fontes nossas e a gente confia mais, quase como um colunista, uma pessoa ligada a autoridades, enfim. Até outros meios ligam para cá pedindo o telefone do ouvinte dependendo da história que ele passa. (M. D. Ferreira, comunicação pessoal, 26 de Agosto, 2017).

Nesse tipo de fonte existe uma distinção estabelecida pelos profissionais entre o “ouvinte cativo” que mantém uma relação de credibilidade pelo número de vezes que entrou em contato com informações relevantes; e aquele que habitualmente ou pela primeira vez está se relacionando com a emissora (C. Briggs, comunicação pessoal, 22 de Agosto, 2017). Ele destaca a velocidade das informações e do trabalho desempenhado com um número enxuto de profissionais, nos quais há um limite tênue entre os valores notícia implicados na cobertura e o risco de errar. A explicação para a busca do outro lado em todos os materiais, segundo o coordenador de produção, é a mesma aplicada para outros tipos de fonte: “A questão da credibilidade é fundamental. Não vou ser hipócrita. Dependendo da direção e do tom que a pessoa está dando, a gente corta, pois

a responsabilidade aumenta em buscar o outro lado, analisar uma questão mais de perto. A Band segue uma linha editorial, mas nunca fui censurado” (C. Briggs, comunicação pessoal, 22 de Agosto, 2017).

4. Considerações finais

Os dados levantados na redação da *BandNews FM* no Rio de Janeiro apontam uma série de questões para contínuos debates no âmbito do jornalismo e de novas estratégias profissionais no modelo de *gatewatching*. As especificidades do radiofônico contrapõem os discursos que generalizam demandas e formas de trabalho que, ao contrário da web ou da televisão por exemplo, são inerentes ao perfil do jornalista e da equipe que apura notícias 24h para um meio tão acessível como o rádio. Os casos de trânsito e segurança são exemplos que reforçam essa acessibilidade, mas levantam problemas como o encaixe em determinadas temáticas. Além disso, dois pontos de discussão apontam características que reforçam os conceitos em torno dos estudos de radiojornalismo: a atualização contínua no *gatewatching* e a centralização do papel da jornalista que faz a apuração com os ouvintes.

No primeiro aspecto, a especificidade do modelo de *gatekeeping* é demonstrado no caso da *BandNews FM* por estar presente na função de âncoras, produtores, na jornalista do *WhatsApp*, repórteres e estagiários que com a velocidade do tempo entre a apuração e a ida da informação ao ar acumulam as funções na construção da notícia. Como afirmam Shoemaker & Vos (2011), não se pode compreender o processo de *gatekeeping* a partir de um único formato diante das diferentes plataformas jornalísticas. O *gatewatching*, nesse processo, acontece durante toda a apresentação do programa no papel da jornalista que, além de selecionar ouvintes que serão entrevistados para pautas específicas, realiza a curadoria de informações sobre trânsito e segurança com os dados enviados via mensagens instantâneas.

O canal da audiência acaba sendo uma das principais vertentes de coleta de informações e da seleção das vozes que vão compor as notícias construídas no cotidiano da emissora. É comum, a percepção entre os profissionais na redação de que a relação estabelecida com as fontes populares mudou o formato de apuração das notícias. Por outro lado, a diversificação dos agentes que efetivamente se fazem ouvidos no conjunto da programação ainda aparece pouco na fala

dos entrevistados. A curadoria colaborativa como um processo de *gatewatching* se estabelece na seleção e construção das notícias ao longo da programação ao vivo, dando singularidade ao modelo de trabalho com o profissional exclusivo ao recurso utilizado na interação com os ouvintes no âmbito radiofônico.

O segundo aspecto demonstra também como a seleção das fontes para a construção das notícias é efetuada pelos jornalistas e marcada pela convergência de mídias e o rádio expandido. A utilização do aplicativo de mensagens instantâneas para o contato com as fontes populares se sobrepõe na hora de escolher as vozes para o conjunto das notícias, o que deixa nebuloso o tratamento das informações com fontes tradicionais na redação. O modelo de trabalho executado na *BandNews Rio* levanta possibilidades com a centralização do *gatewatching* no papel da jornalista do *WhatsApp* e a velocidade do fluxo de chegada de novas pautas e acontecimentos. Ainda que de forma inicial e exploratória, a pesquisa evidencia a necessidade de debates não somente sobre novas estratégias profissionais com a curadoria e atualização contínua em conjunto com o público, mas também sobre constrangimentos organizacionais como intensidade de trabalho, o profissional sentado e ausente do palco dos acontecimentos e o encaixe temático das fontes que impossibilita a diversidade de vozes em diferentes temáticas abordadas.

NOTAS

- 1 Dado divulgado pela Associação de Emissoras do Rio de Janeiro (AERJ) em março de 2016. Recuperado de www.aerj.com.br/noticia/444-disputa-pelo-topo-segue-acirrada-no-rio-de-janeiro.-jb-fm-e-super-radio-tupi-avancam.

REFERÊNCIAS

Barsotti, A. (2014). *Jornalista em mutação: Do cão de guarda ao mobilizador de audiência*. Florianópolis: Insular.

Becker, B. (2012). Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. *Matrizes* (Online), 5, pp. 231-250. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v5i2p231-250

Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback: new challenges for Journalism. *Brazilian Journalism Research*. 7 (2), pp. 224-237. DOI: 10.25200/BJR.v7n2.2011.342

Carpentier, N. (2012). The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate? *Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos*, 14 (2), pp. 164-177.

Chaparro, M. C. (1994). *Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo: Summus Editorial.

Cruz Neto, O. (2002). O Trabalho de Campo como Descoberta e Criação. In M. C. de S. Minayo (Org.). *Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade* (pp. 51-66). 21ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes.

Gaskel, G. (2002) Entrevistas individuais e grupais. In M. W. Bauer, G. Gaskel (Orgs.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (pp. 64-89). Tradução de Pedrinho A. Guarechi. Petrópolis, RJ: Vozes.

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6ª ed. São Paulo: Atlas.

Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X.

Kischinhevsky, M., Chagas, L. (2017). Diversidade não é igual a pluralidade – Proposta de categorização das fontes no radiojornalismo. *Galáxia* 1 (36), pp. 11-124. DOI: 10.1590/1982-2554233396

Lage, N. (2001). *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record.

Lopez, D. C. (2010). *Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Covilhã: UBI/LabCom Books. Recuperado de www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf

Molotch, H., Lester, M. (1999). A notícia como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”* (pp. 34-51). Lisboa: Vega.

Neveu, É. (2006). *Sociologia do jornalismo*. São Paulo: Loyola.

Paterson, C. (2008). Why ethnography? In: C. Paterson, D. Domingo, D. (Orgs.), *Making online news: the ethnography of new media production* (pp. 1-15). New York: Peter Lang.

Pereira, F. H. (2004). O jornalista sentado e a produção da notícia

online no Correio Web. *Em Questão*, 10 (1), pp. 95-108. Recuperado de seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/85

Pinto, M. (2000). Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. *Comunicação e Sociedade*. 14 (1-2), pp. 277-294. DOI: 10.17231/comsoc.2(2000).1401

Primo, A. (2007). *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina.

Schimitz, A. A. (2011). *Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo*. Florianópolis: Combook.

Shoemaker, P., Seo, H., Johnson, P. (2008). *Audience gatekeeping: a study of The New York Times most emailed items*. In Conference on Convergence and Society: The Participatory Web (3.0). University of South Carolina, Columbia, SC.

Shoemaker, P. J., Vos, T. P. (2011). *Teoria do gatekeeping: seleção e construção da notícia*. Porto Alegre: Editora Penso.

Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo Volume I: Porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular.

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gili.

Luân José Vaz Chagas. Jornalista graduado pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor) da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), integra o Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas e é bolsista da Fundação Carlos Chagas de Amparo à Pesquisa no Rio de Janeiro (FAPERJ). E-mail: luaanchagas@ gmail.com

RECEBIDO EM: 10/12/2017 | ACEITO EM: 27/02/2018