



UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO DE JANEIRO
UFRJ



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

O Jornalista em Tempos de Internet

**Considerações sobre identidade e práticas profissionais na
comunicação em rede**

Igor Waltz R. M. Pinheiro
Mestrando
DRE: 113011087
Orientador: Muniz Sodré

Rio de Janeiro/RJ
Fevereiro de 2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede

Igor Waltz R. M. Pinheiro

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Muniz Sodré

Rio de Janeiro/ RJ
2015

WALTZ, Igor

O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede. / Igor Waltz. – Rio de Janeiro, 2015.

188 f.

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2015.

Orientador: Muniz Sodré de Araújo Cabral.

1. Comunicação em rede. 2. Práticas jornalísticas. 3. Identidade profissional I. Sodré, Muniz (Orient.) II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III. Título.

O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede

Igor Waltz

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovado em _____ de _____ de 2015.

Examinado por

Prof. Dr. Muniz Sodré – Orientador
Pós-Doutor pela Université Paris-Sorbonne (Paris IV)
Programa de Pós-Graduação em Comunicação – UFRJ

Prof.a Dr.a Marialva Carlos Barbosa
Pós-Doutora pelo Centre National des Recherches Scientifiques
Programa de Pós-Graduação em Comunicação – UFRJ

Prof.a Dr.a Fernanda Lima Lopes
Pós-Doutora pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Programa de Pós-Graduação em Comunicação – UFRJ

Resumo

WALTZ, Igor. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. Rio de Janeiro, 2015, 188 p. Orientador: Muniz Sodré. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) — Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

O advento da internet estimulou a proliferação de ferramentas e espaços para produção e disseminação de bens culturais. A produção de conteúdos informativos, antes privilégio das empresas de comunicação, passa a ser acessível a todos que estejam inseridos no ambiente das redes telemáticas. Além ascensão desses novos agentes dentro do ecossistema comunicacional, os jornalistas hoje se veem pressionados pelo enxugamento das redações, o aumento da sobrecarga de trabalho e a ditadura da instantaneidade. A emergência de um novo modelo comunicativo tem levado muitos autores a apontarem um processo de obsolescência da figura do jornalista. Partindo da hipótese de que estaria em curso não uma crise, mas uma reconfiguração da profissão, este estudo visa identificar como os jornalistas hoje enxergam esse momento de transição. A partir desse quadro, tomamos o conceito de campo jornalístico de Bourdieu (1983; 1997; 2005) para verificar a correlação de forças internas para a emergência de novos valores e identificação de novos papéis sociais. Como metodologia, adotou-se um método etnográfico aplicado a dois grupos: jovens jornalistas, que cresceram dentro do novo paradigma da “comunicação generalizada”; e profissionais com longa experiência em jornalismo, mas ainda atuantes na redação. Esta pesquisa observou que entre as duas amostras, a abertura ao diálogo e a maior participação dos públicos são encaradas pelos jornalistas como um processo irreversível e enriquecedor da notícia, ainda que a inserção nas rotinas produtivas da grande imprensa lhes confira estatuto sobre a palavra final.

Palavras-chave: Internet; Jornalismo; Identidade profissional; Práticas jornalísticas; Redes Colaborativas.

Abstract

WALTZ, Igor *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. Rio de Janeiro, 2015, 188 p. Advisor: Muniz Sodré. Dissertation (Master's degree in Communication and Culture) — Communication School, Federal University of Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

The appearance of internet has encouraged the proliferation of tools and spaces for production and dissemination of cultural goods. The production of informative content, before privilege of media companies, is now accessible to all that is inserted in the environment of such networks. Besides the rise of these new agents, journalists today find themselves pressured by the newsrooms downsizing, increased workload and the dictatorship of immediacy. The emergence of a new communication model has led many authors to suggest an obsolescence of the journalist's figure. Assuming there are an ongoing reconfiguration of the profession, this study aims to identify how journalists today see this time of transition. Within this framework, we take the Bourdieu's concept of journalistic field (1983; 1997; 2005) to verify the correlation of internal forces for the emergence of new values and identification of new social roles. The methodology adopted was an ethnographic method applied to two groups: young journalists, who grew up within the new paradigm of "generalized communication"; and professionals with long experience in journalism, but still active in writing. This research found that between the two samples, openness to dialogue and greater participation of public are seen by journalists as an irreversible process and enriching the news, yet it is up to individuals within the mainstream press routines the power of final word about what is published.

Keywords: Internet; Journalism; Professional identity; Journalistic practices; Collaborative Networks.

Resumen

WALTZ, Igor. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. Rio de Janeiro, 2015, 188 p. Orientador: Muniz Sodré. Disertación (Maestría en Comunicación y Cultura) — Escuela de Comunicación, Universidad Federal de Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

El internet ha estimulado la proliferación de herramientas y espacios para la producción y difusión de bienes culturales. La producción de contenidos informativos, antes privilegio de las compañías de medios, ahora se puede acceder a todo lo que se inserta en el entorno de este tipo de redes. Además del apareamiento de estos nuevos agentes, periodistas hoy se encuentran presionados por la reducción de personal en las redacciones, mayor carga de trabajo y dictadura de la inmediatez. La aparición de este nuevo modelo de comunicación ha llevado a muchos autores a sugerir una obsolescencia de la figura del periodista. Suponiendo que hay una reconfiguración permanente de la profesión, este estudio tiene como objetivo identificar cómo los periodistas hoy en día ven este tiempo de transición. Dentro de este marco, se toma el concepto de campo periodístico de Bourdieu (1983; 1997; 2005) para verificar la correlación de fuerzas internas para el surgimiento de nuevos valores y la identificación de nuevos roles sociales. La metodología adoptada fue un método etnográfico aplicado a dos grupos: los jóvenes periodistas, que crecieron dentro del nuevo paradigma de la "comunicación generalizada"; y profesionales con larga experiencia en el periodismo, pero todavía activo en la escritura. Esta investigación encontró que entre las dos muestras, la apertura al diálogo y una mayor participación del público son vistos por los periodistas como un proceso irreversible y enriquecedor de la noticia, aunque la palabra final acerca de lo que se publica sea de los individuos inseridos en las rutinas de la gran prensa.

Palavras-chave: Internet; Periodismo; Identidad profesional; Prácticas periodísticas; Redes de colaboración.

AGRADECIMENTOS

Ao Altíssimo, seja a forma ou denominação que Ele receba entre as centenas de expressões religiosas que compõem o mosaico da Humanidade. Agradeço a Ele pela força e saúde para suportar esse desafio extenuante.

À minha mãe, Sandra, minha melhor amiga, pelo apoio incondicional e pelo sacrifício para que um dia eu pudesse ter a oportunidade de produzir este trabalho.

Ao meu pai, José Carlos, por me ensinar que a paixão pelo conhecimento é o maior bem que podemos deixar de herança aos nossos filhos.

A meus avós, que sempre me incentivaram e acreditaram em mim, como pais em dobro.

Ao meu orientador, Muniz Sodré, pelos valiosos conhecimentos transmitidos, pela confiança no meu trabalho e por ser uma referência a todos em nossa área.

Às professoras Marialva Barbosa e Fernanda Lima Lopes, pela leitura afetuosa, pelos comentários e pelo incentivo. Sinto-me honrado por terem aceito o convite de compor a minha banca.

Aos amigos do Mestrado, Gisele, Mariana, Carol, Renata, Raphael e Michael, porque as agruras da vida acadêmica se tornam mais suaves quando você dispõe de devotados companheiros com quem possa dividi-las.

Aos amigos da Escola de Comunicação da UFRJ, Mariana, Leonardo, Luana, Daniel e Felipe, e por extensão, PPB, Thays, Letícia, Carlos, Staite e Fernanda, por mostrarem que família também se escolhe.

E às amigas Rachel, por gentilmente ter revisado esta dissertação, e Tatiane, fiel comparsa de jornada acadêmica, da Graduação ao Doutorado, e quiçá muito além. Sou grato pela torcida, pelo carinho e por tudo o que vivemos na ECO.

“A própria prática jornalística está para ser reconstruída e reinventada. O DNA da informação mudou, é preciso mudar o DNA dos jornalistas” (Ignacio Ramonet, 2012).

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. DO GAZETEIRO AO REPÓRTER MULTIMÍDIA: UMA BREVE GENEALOGIA DA PROFISSÃO DE JORNALISTA NO BRASIL.....	25
2.1 O INÍCIO DA IMPRENSA NO BRASIL.....	26
2.1.1 O Raiar Republicano.....	31
2.1.2 O Início da Reportagem.....	34
2.2 ENQUANTO ISSO, AO NORTE.....	36
2.2.1 A imprensa na França.....	36
2.2.2 O modelo hegemônico estadunidense.....	38
2.3 A PROFISSIONALIZAÇÃO DO REPÓRTER NO BRASIL.....	41
2.3.1 As reformas jornalísticas.....	42
2.3.2 O jornalismo nos anos da Ditadura Militar.....	45
2.3.3 Greve: a emergência de uma nova identidade.....	49
2.4 O JORNALISTA NA ERA DA INTERNET.....	50
3. O ADMIRÁVEL MUNDO NOVO DA REDAÇÃO.....	53
3.1 CONDIÇÕES DA PRODUÇÃO E O “JORNALISTA SENTADO”.....	59
3.2 CONFLITOS DE GERAÇÕES OU CHOQUES CULTURAIS?.....	64
3.3 O DEBATE SOBRE A QUALIDADE E O FUTURO DA NOTÍCIA.....	72
4. A IDENTIDADE E O PAPEL SOCIAL DO JORNALISTA.....	78
4.1 CRISE DO JORNALISMO?.....	81
4.2 O JORNALISTA E SUAS AUDIÊNCIAS.....	85
4.3 AS MARCAS DISTINTIVAS DO JORNALISTA.....	92
4.4 A IMPARCIALIDADE EM DISCUSSÃO.....	98
5. CONCLUSÃO.....	107
BIBLIOGRAFIA.....	111
APÊNDICES.....	119

1. INTRODUÇÃO

Nas duas últimas décadas, termos como “instabilidade”, “reconfiguração”, “mutação”, “abalo” e outros correlatos se tornaram uma constante na produção acadêmica para descrever o impacto que as novas tecnologias da informação e da comunicação (TICs) trouxeram aos sistemas de mídia. A emergência e popularização desses novos aparatos comunicacionais gerou profundas transformações na vida econômica, política e social, pautadas principalmente pelo rápido deslocamento de capitais e bens informacionais pelo território global e pelo estímulo à tecnointeração. A comunicação, hegemonicamente massificada durante o século XX, progressivamente se reorganiza no ambiente propiciado pela “rede das redes”.

As mudanças no ambiente comunicacional, ao mesmo tempo revolucionárias e conservadoras, devastadoras e tênues, são muito bem condensadas pela metáfora das “placas tectônicas”. Tal alegoria foi apresentada no dossiê *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*, de 2013, elaborado pelos pesquisadores C.W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky, pesquisadores da *Tow Center for Digital Journalism*, entidade ligada à Escola de Jornalismo da Universidade de Columbia (EUA) e referência em pesquisas na área de jornalismo digital. A alusão do movimento das placas tectônicas, a grosso modo, se compara à análise benjaminiana de que a superestrutura evolui mais lentamente do que a infraestrutura, e que são necessárias décadas para que os efeitos da mudança na esfera de produção se façam sentir nas esferas culturais e intelectuais.

De acordo com as análises de Anderson *et. al.* (2013), as primeiras décadas do século XXI estão sendo marcadas por uma considerável continuidade do panorama comunicacional e jornalístico do centenário anterior: as grandes corporações ainda dominarão grande parte dos fluxos informacionais, mas sua sequência será acompanhada pela reconfiguração do mundo no qual atuam. A estabilidade percebida por um observador externo seria ameaçada por pequenos tremores causados pelos movimentos submersos das ditas “placas tectônicas” até a ocorrência de um “grande evento”.

Para os autores, os rótulos trazidos pelos grandes veículos de comunicação de massa ainda são referências, mas já não representam o “padrão-ouro” do jornalismo e não ocupam mais o posto inquestionável de centralidade no meio jornalístico. Em parte, porque tais empresas já não encaram mais a notícia da mesma forma que outrora, mas também porque estaria em curso uma mudança de contexto da concorrência e do consumo de jornalismo.

Mesmo que essas companhias tivessem como meta manter o posto anterior, todo esforço teria sido em vão.

Ainda que qualquer exercício de “futuurologia” esteja sujeito a imprecisões, e que o dossiê produzido pelos pesquisadores estadunidenses seja especialmente voltado ao mercado jornalístico daquele país, cujas características historicamente delineadas em muito se diferenciam do contexto brasileiro, o documento nos inspirou a pensar os “abalos” que vem incorrendo no Brasil. O relatório nos instiga a prestar atenção em processos ainda em curso no ecossistema da imprensa, como o aumento da proliferação de fontes noticiosas e do consumo de notícias; da segmentação dessas fontes; do encolhimento das redações dos veículos; da sobrecarga de trabalho imposta aos profissionais, entre outros. Esse mapeamento das mutações que ocorrem foi de encontro não apenas ao tema dessa pesquisa, mas a questões de ordem profissional e pessoal do pesquisador, cuja bagagem cultural não pode ser inteiramente apartada deste trabalho, por maiores que sejam o distanciamento e a objetividade exigidos na elaboração de um trabalho de caráter científico.

Graduado por esta mesma Escola em Comunicação Social e habilitado em Jornalismo na segunda metade da década de 2000, o discente foi levado a refletir sobre o impasse entre sua formação, marcadamente voltada ao jornalismo impresso, e suas passagens pelo mercado de trabalho, majoritariamente em veículos online de distintos portes. Seria uma questão de ordem meramente individual ou uma tendência do mercado? Estimulada por essa dúvida, esta pesquisa se propõe a elaborar com o intuito de entender o lugar do profissional de imprensa brasileiro frente a esse novo mundo em devir. Como os profissionais enxergam seu papel frente aos desafios do novo século que lhe chegam em ritmo acelerado? Ele é o vetor ou a vítima? Como se posiciona em uma sociedade em rede, onde todos potencialmente assumiriam o papel de “emissores” e “produtores de informações”? Essas indagações serviram de estímulo inicial para esta pesquisa.

Do ponto de vista teórico, como primeiro passo da nossa análise, tomamos como pressuposto o conceito “campo jornalístico” do sociólogo francês Pierre Bourdieu (1983; 1997; 2005). O campo determina um espaço social estruturado, um “microcosmo”, que funciona de acordo com leis próprias e com um grau de autonomia quantificada pela influência em maior ou menor grau do “macrocosmo” exterior. No interior desse campo, há disputas de forças, dominados e dominantes, em relações constantes de desigualdade, para

conservar ou alterar o esquema de poder. As crenças, valores e disputas determinam as relações entre os agentes dentro do campo profissional.

Constituído no cenário europeu e estadunidense a partir do século XIX, o campo jornalístico se estruturaria a partir de uma lógica dual de legitimação: de um lado, o reconhecimento entre os pares, a partir da consolidação de valores e princípios internos; do outro, as pressões mercadológicas pelos números de receita, audiência, etc. O autor argumenta que tal campo não se constitui por uma racionalidade meramente cultural, mas por uma série de restrições e controles cruzados que os jornalistas impõem uns aos outros e cujo respeito à deontologia funda as reputações de honorabilidade profissional.

Bourdieu argumenta que “os jornalistas são, sem dúvida, tanto mais propensos a adotar o ‘critério do índice de audiência’ na produção ou na avaliação dos produtos e mesmo dos produtores quando ocupam uma posição elevada em um órgão mais diretamente dependente do mercado, sendo os jornalistas mais jovens e menos estabelecidos mais propensos, ao contrário, a opor os princípios e os valores da ‘profissão’ às exigências, mais realistas e mais cínicas, de seus veteranos” (BOURDIEU, 1997, p.106). A explicação do sociólogo chama a atenção para uma correlação de forças internas ao campo, em que o cargo do jornalista e o veículo onde atua são condições determinantes na força que exerce inerentemente ao campo. Adotar o conceito de campo social é propor-se, antes de tudo, lançar um olhar à “tomada de posição” objetiva na conservação ou transformação das estruturas de poder internas que constituem o espaço.

Um dos pontos considerados chave para se entender um determinado campo é o seu grau de autonomia em relação aos demais. Sendo um campo um microcosmo regido por suas instituições e regras de funcionamento próprias, por estar atrelado ao macrocosmo social, não está completamente apartado de leis e influências externas. A hipótese de Bourdieu é que o “campo jornalístico, progressivamente heterônomo, ou seja, progressivamente sujeito a constrangimentos econômicos e políticos, cada vez mais impõe seus constrangimentos a todos os outros campos, particularmente os campos da produção cultural, das ciências sociais, da filosofia, e do campo político” (BOURDIEU, 2005, p. 41). O autor acredita que a autonomia do campo jornalístico está em franco declínio, uma vez que o peso da economia no campo só faz crescer. A necessidade de manter as audiências elevadas e atrair anunciantes são algumas formas como se expressa esse declínio.

Entre os fatores que hoje apontam à heteronomia do jornalismo frente ao campo econômico estão desde a maior pressão dos anunciantes por índices de audiência à precarização das relações de trabalho ligada à massa de trabalhadores desempregados. A superprodução universitária cria um exército reserva que impõe aos jornalistas a necessidade de se ajustar às políticas empresariais em nome da ameaça de se ver facilmente substituído. Deuze (2009) assevera que os riscos de encontrar e manter um emprego se tornou estritamente individual, a partir da decadência do poder de negociação coletiva dos sindicatos, da redução dos núcleos de produção das empresas de mídia e da desregulamentação dos benefícios de bem-estar social.

Em um cenário contemporâneo, pautado pela precarização da força de trabalho, enxugamento das equipes, dificuldade de entrada no mercado de trabalho e retração dos salários e das garantias previdenciárias, soma-se a crescente ubiquidade tecnológica, que para o autor implicam em mudanças nas carreiras de mídia, não apenas do jornalismo. Ele emprega o conceito de *media logic* para elucidar a combinação de hábitos, valores e modos de produção idiossincráticos, arranjos técnicos e organizacionais e processos específicos que organizam o trabalho em um meio de comunicação em particular. Deuze sugere, no entanto, que o que contextualiza profissionais de mídia na era digital é uma crescente complexidade e liquefação contínua das fronteiras entre campos diferentes, disciplinas, práticas e categorias que costumavam definir trabalho na mídia até então. Em última análise, esta abordagem pode ser uma forma útil de considerar o trabalho e o emprego de indivíduos ou grupos de produtores de mídia como parte de (e atrelado em) um ecossistema midiático mais amplo, influenciado por forças sociais, econômicas e tecnológicas.

Para Ramonet (2012), a amálgama das profissões de comunicação, na qual o jornalismo acaba por ser absorvido, é fruto do dismantelamento da esfera pública em esferas de consumidores. A passagem da “mídia-sol” para as “mídias-poeira”, ou seja, a transição de um ecossistema informacional “midia-cêntrico” para “eu-cêntrico”, trazem significativas consequências à comunidade profissional dos jornalistas. O crescimento da informação que circula nas plataformas digitais faria decrescer, na sua visão, o papel da redação como um intelectual orgânico coletivo, sendo seus profissionais paulatinamente substituídos por “jornalistas *free-lancers* de abate”, submetidos a jornadas exaustivas de trabalho e sem a ambiência intelectual-crítica.

O autor francês apregoa que uma suposta revolução digital estaria abalando os grupos midiáticos. À caça de recuperar a rentabilidade perdida com as quedas das tiragens e das receitas publicitárias, as empresas de mídia cortam despesas, demitem levas de profissionais experientes e submetem os remanescentes a extenuantes jornadas de trabalho. Kischinhevsky (2009), por sua vez, alega que em nome do aumento da produtividade, os jornalistas são cada vez mais submetidos a rotinas de trabalho que põem em xeque seu papel de mediador, sobrecarregando-o de tarefas que comprometem a qualidade informativa do noticiário entregue ao público. A nova realidade da profissão obriga os repórteres a não mais se especializar em uma única área de cobertura para determinada mídia, mas estar pronto para veicular sua apuração em diversos formatos e linguagens. Repórteres são obrigados a fotografar, filmar e gravar, além de apurar, sem acréscimo salarial.

Tal visão crítica, contudo, não é compartilhada por uma importante gama de estudiosos no assunto. Para alguns autores, não significa que o momento atual configure-se como uma crise do jornalismo, mas uma transformação do caráter da sua atividade. Bruns (2005) sugere ao jornalista o novo papel de organizador dos fluxos informacionais. Na visão do autor norte-americano, no lugar de assumir-se como um *gatekeeper*, ou guardião da passagem, que filtra os eventos noticiáveis de acordo com critérios profissionais pré-estabelecidos, jornalistas *on-line* agora dedicariam menos tempo a publicar notícias (“*publishing*”) do que a publicizá-las (“*publicising*”), ou seja, conferir maior visibilidade às informações disponibilizadas pelos próprios usuários.

Já Marchionni (2013) acredita que em vez de “gerir” a produção de conteúdos informativos, o jornalista na atualidade pode, por meio da rede, fazer da audiência uma aliada na produção de notícias. Nos Estados Unidos, onde a tradição do jornalismo cívico, voltado à promoção da educação e de debates públicos, remonta à década de 1920, a autora defende um avanço nesse conceito ao sustentar a ideia de “jornalismo enquanto conversação”¹. Essa proposição consistiria em mais do que uma ferramenta de marketing para deter as quedas de receitas das empresas jornalísticas, mas uma aproximação entre jornalistas e cidadãos na delimitação de uma agenda pública comunitária. Apesar das propostas dos dois autores estadunidenses, além de muitas outras, de reinvenção da mídia tradicional, cabe ressaltarmos

¹ “*Journalism-as-a-conversation*”, em nossa tradução livre.

que os veículos de comunicação de massa continuam sendo hegemônicos, apesar de se verem obrigados a dividir cada vez mais espaço com outros web-atores.

Após termos brevemente situado o panorama contemporâneo da notícia e do trabalho, votamos à nossa questão de partida: como se posicionam os jornalistas frente às mudanças no ecossistema jornalístico do século XXI? Mais do que pensar no jornalismo em sua concepção de “Quarto Poder”, muitas vezes defendida discursivamente dentro do próprio campo, procura-se por meio deste trabalho investigar e mapear quais são as restrições e contendas impostas aos profissionais de jornalismo na contemporaneidade. Assim, tão importante quanto desvendar a simbolização que os jornalistas constroem do atual momento pelo qual passa a profissão, é entender as razões dessas construções discursivas num cenário de transformações dessa prática em função da emergência o novo paradigma informacional.

Para tal empreendimento, foi selecionado para entrevistas um grupo de 12 jornalistas de dois dos principais grupos de mídia com sede no Rio de Janeiro, Infoglobo Comunicação e Participações S.A. e Empresa Jornalística Econômico S.A (Ejesa). A trajetória da Infoglobo remonta à fundação do jornal *O Globo* em 1925 por Irineu Marinho, atualmente o terceiro maior jornal em circulação no País, com uma média de 265 mil exemplares vendidos diariamente. Hoje, edita ainda os jornais *Extra* e *Expresso*, com tiragens diárias de 160 mil e 93 mil exemplares, respectivamente, e os sites *Globo Online* e *Extra Online*. Com o objetivo de consolidar sua posição no mercado digital, a empresa lançou em 2012 o *Globo a Mais*, uma edição vespertina exclusiva para dispositivos móveis com reportagens especiais e conteúdo marcadamente mais analítico.

Por sua vez, a história da Ejesa é mais recente que a do seu principal produto jornalístico, *O Dia*. A publicação foi criada em 1951 pelo deputado fluminense Chagas Freitas e, assim como muitas na história da imprensa brasileira, serviu como instrumento de aquisição de capital político por seu criador. No ano de 1983, foi comprado pelo jornalista Ary Carvalho e iniciou uma transformação para se desvencilhar da imagem de jornal populista. Em 2010, a Editora O Dia, detentora dos jornais *O Dia* e do popular *Meia Hora*, foi adquirida pelo Ejesa, empresa criada no ano anterior e dona do jornal de finanças *Brasil Econômico*, criado em 2009. *O Dia* hoje circula com uma tiragem média de 70 mil, enquanto o *BE* de 50 mil exemplares.

Os jornalistas entrevistados foram divididos ainda em dois grupos: jovens jornalistas que cresceram dentro do paradigma da comunicação generalizada e profissionais com longa experiência em jornalismo, mas que ainda atuam dentro das redações. Tal separação teve por objetivo identificar não apenas semelhanças e diferenças nas construções simbólicas, mas também tensões e disputas de força dentro do campo em relação às mudanças e novos rumos da profissão. Os participantes do primeiro grupo deveriam obedecer critérios como (a) mais de 40 anos; (b) mais de 25 anos atuando em jornalismo (ou seja, ter vivenciado o processo de informatização das redações); (c) atuar no processo de seleção e elaboração de notícias. Os jornalistas do segundo grupo foram enquadrados segundo parâmetros como (a) ter até 30 anos; (b) até cinco anos de formado e atuando em redações; (c) atuar no processo de seleção e elaboração de notícias.

Os nomes iniciais da amostra foram selecionados com base na experiência subjetiva do discente e a partir da sugestão de colegas de profissão e de academia, e também dos próprios entrevistados. Os nomes dos já entrevistados estão arrolados abaixo:

Grupo 1

- Sônia Soares, editora-executiva do jornal *Brasil Econômico*. Começou no jornalismo em 1985, como estagiária na sucursal do Rio da *Folha de S. Paulo*. Depois de uma passagem pela revista *IstoÉ*, foi repórter de Economia de *O Globo* entre 1986 e 1991. Foi assessora de imprensa da construtora Odebrecht por cerca de um ano, quando voltou ao *Globo*. Foi editora de Política, Economia, do caderno “Boa Chance” e “Morar Bem”. Atuou como gerente da Agência O Globo, antes de assumir a diretoria do *Brasil Econômico* em 2013.
- Ramona Ordoñez, repórter de Economia do jornal *O Globo*. Formada em 1979, foi estagiária na Rádio Nacional. Após graduada, foi contratada em 1980 pelo *Jornal do Comércio* e em 1985, pelo *O Globo*, onde trabalha até hoje. Sempre atuou na cobertura de Economia, especialmente no setor de Petróleo e Energia.
- Francisco Alves, chefe de redação do jornal *O Dia*. Começou a carreira como estagiário na Rádio 93 FM (atual JB FM) e depois no jornal *O Dia*. Formado em 1988, trabalhou em revistas do Grupo Abril e na rádio Continental AM. Em 1992,

trabalhou na sucursal carioca da revista *IstoÉ*, onde ficou por quase 20 anos. Em 2012, voltou ao jornal *O Dia*.

- Aziz Filho, editor-executivo do jornal *O Dia*. Nascido em Itapagipe, no Triângulo Mineiro, começou a estudar jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora, mas transferiu-se na metade do curso para o Rio, pois queria “formar-se já estando no Rio, para conseguir uma oportunidade de estágio em redação”. Começou em 1988 no jornal *O Globo* e depois transferiu-se ao *Jornal do Brasil*. Teve passagens pela *Folha de S. Paulo* e foi apresentador de programas na antiga TVE, atual TV Brasil. Apresentou um jornal diário na GNT e foi chefe da sucursal da revista *IstoÉ* no Rio entre 1999 e 2008. Foi gerente de jornalismo da TV Brasil no Rio de 2008 a 2012, quando transferiu-se para *O Dia*, ocupando o cargo de editor-chefe, e posteriormente diretor de redação. Foi presidente do Sindicato de Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro entre 2003 e 2005.
- Aydano André Motta; editor e colunista da revista digital *O Globo A Mais*. Começou como estagiário de redação em *O Dia* em 1986. Graduou-se no mesmo ano. Passou pelo *O Fluminense* e chegou ao *Globo* no início dos anos 1990. Foi repórter, editor do blog da Coluna de Ancelmo Gois e, em janeiro de 2012, ajudou a criar a revista digital vespertina.
- Karla Rondon Prado, editora de *O Dia*. Começou como repórter do jornal *O Fluminense* em 1992. Em 1995, transferiu-se para *O Globo*, onde ao longo de dez anos foi repórter, colunista e editora. Chegou em *O Dia* em 2005, onde atua como editora-executiva.

Grupo 2

- Aline Salgado, repórter do *Brasil Econômico*. Começou como estagiária em 2008 no jornal *Tribuna da Imprensa* e depois em *O Dia*. Em 2009, depois de formada, foi repórter da Revista de História da Biblioteca Nacional durante seis meses, quando retornou ao *Dia*. Em 2013, foi transferida para o *Brasil Econômico*. Formou-se também em História pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio) em 2010.

- Marta Valim, (ex-)repórter do *Brasil Econômico*. Integrante da turma de 2008 do Curso Focas de Jornalismo, do *Estado de S. Paulo*. Atuou como redatora do jornal entre 2009 e 2011. Retornou ao Rio de Janeiro, onde trabalhou como redatora e, mais tarde, editora de Economia da Agência France Presse (AFP). Em 2014, foi contratada como repórter *on-line* do *Brasil Econômico*. Após sua entrevista à essa dissertação, desligou-se da publicação e atualmente é Analista de Comunicação do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Rio de Janeiro (CAU-RJ). Além de jornalismo, é graduada também em Produção Editorial pela UFRJ (2014) e pós-graduada em Política e Relações Internacionais pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo.
- Luiz Henrique Guimarães, (ex-)repórter de *O Dia*. Formado em 2009, foi estagiário da *Folha Dirigida* durante seis meses, quando mudou-se para *O Dia*, cobrindo especialmente a área de Esportes. Após seu depoimento a este trabalho, foi convocado em janeiro de 2015 para o concurso da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) prestado em 2013.
- Leonardo Cazes, repórter de *O Globo*. Começou a carreira em 2008 como estagiário de produção dos canais PFC da programadora Globosat. No ano seguinte, foi aprovado no Programa de Estágio da Infoglobo, passando pelas redações de *O Globo*, *Extra*, *Globo On-line* e *Expresso*. Durante os três primeiros meses de 2010, atuou como repórter do Portal Cultura.rj, da Secretaria Estadual de Cultura do Rio de Janeiro, quando retornou a *O Globo*, onde atuou na Revista Megazine e na cobertura de Educação e Vestibular do *Globo On-line*. Desde a integração das redações, atua no caderno Prosa & Verso.
- Rennan Setti, repórter de *O Globo*. Entre os anos de 2007 e 2009, foi estagiário da *TV Brasil* e na *TV Band Rio*. Também foi aprovado na turma de estagiários de 2009 da Infoglobo, sendo contratado em 2010 como trainee. Desde então, atua como repórter na editoria de Economia.
- Stéphanie Tondo, repórter de *O Dia*. Formada em 2013, começou a carreira três anos antes, como repórter estagiária do Olhar Vital, veículo *on-line* da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) voltado a divulgação científica na área de saúde. Em 2011, teve uma passagem como estagiária durante poucas

semanas no jornal *Folha Dirigida*, quando mais tarde foi admitida no jornal *Meia Hora*. Ainda como estagiária, em 2012, transferiu-se para o jornal *O Dia*, onde foi efetivada no cargo de repórter.

O grande objetivo desta pesquisa foi mapear as construções simbólicas produzidas dos profissionais de imprensa a respeito da influência do novo ambiente comunicacional na produção jornalística e na importância social do jornalismo. Como veremos no primeiro capítulo deste trabalho, a identidade profissional, os valores e as práticas deste grupo são resultado de um longo processo de busca por autonomia em relação a outros campos do conhecimento. Acreditamos que este processo não cessa e busca responder novas questões impostas por um ambiente de comunicação todos-todos propiciado pela rede.

Se eventualmente todos têm o poder de produzir informações de caráter noticioso, então todos teriam o direito de reivindicar para si o título de “repórter”? Frente a movimentos recentes que contestam a credibilidade, um dos valores mais básicos para o jornalista, como os profissionais se posicionam frente a isso? Ao realizarmos nosso mapeamento, procuramos verificar as construções subjetivas a respeito dessas novas demandas sociais, que ganham força e velocidade com o desenvolvimento das TICs. O que se busca aqui não são respostas definitivas nem generalizações — o universo de jornalistas pesquisados sequer nos permitiria suscitar tal iniciativa — mas indícios, rastros e evidências que apontassem tendências no campo do jornalismo no Rio de Janeiro e no Brasil. A experiência dos jornalistas pesquisados podem nos apontar algumas respostas.

Outros objetivos, resultantes do principal, são observar quais as novas competências, processos e rotinas impostos aos profissionais; identificar políticas formais ou não para o uso de novos recursos de envolvimento dos públicos dentro do processo de construção da notícia; analisar pontos de aproximação e tensão entre profissionais de diferentes gerações; entre outros.

Ainda que mais de uma década de literatura no Brasil e no mundo se dedique a investigar as mutações do jornalismo no século XXI, consideramos conveniente esta pesquisa uma vez que tais transformações são constantes e aceleradas, o que exige regularmente que voltemos nosso olhar sobre elas. Para isso, optamos por um processo qualitativo por meio da pesquisa etnográfica, pois como analisa Demo (2001), ela é mais adequada quando se procura ponderar mais a intensidade do que a extensão de um determinado fenômeno.

O autor defende que na interpretação de uma “doxa”, isto é, das opiniões e crenças de um determinado grupo é preciso buscar entender a história de vida, projetos sociais e coletivos, tradições culturais que demarcam os sentidos, modos de relacionamento com os outros e constituição do grupo de relações mais próximas. Por isso, antes da análise formal e sua posterior interpretação, buscamos contextualizar o fenômeno social e historicamente.

A perspectiva etnográfica nos possibilita a compreensão dos fenômenos de uma determinada cultura ou grupo a partir das perspectivas de seus próprios membros. Guber (2001) acredita que a interpretação problematizada vem de uma articulação teórica do pesquisador e seu contato prolongado com o grupo observado. Como já dito antes, tendo o discente se formado em jornalismo e tal pesquisa não prescindir de sua bagagem cultural, foram perseguidos recursos para manter em separado os pesquisados e o pesquisador. Para isso, foi preciso primeiramente pôr em discussão as próprias certezas do discente, a fim de não se construir um conhecimento com base em preconceitos e realidades premeditadas.

Durante a pesquisa, procuramos desenvolver os dois movimentos apreendidos pelo método etnográfico: a observação participante e as entrevistas em profundidade. A observação, modo de compreender a vida cotidiana e o comportamento típico dos profissionais, foi realizada por meio de visitas às redações, na qual foi solicitado aos entrevistados mostrar seu ambiente de trabalho e suas rotinas. Nesse momento, foram apreendidas conversas informais com colegas de trabalho dos entrevistados, que mais tarde, seriam convidados a participar formalmente da pesquisa. Já nas entrevistas, método do qual foi tomada a maior parte dos dados coletados da pesquisa, foram realizadas em parte dentro das próprias redações, em partes em outros locais. Sobre as entrevistas com jornalistas, as contribuições de Pereira & Neves (2013) foram de grande valor.

"O relato de uma conversa entre entrevistador e entrevistado consiste no resultado de um processo de negociação entre os dois participantes da interação. Ele revela um processo de dupla interpretação em que pesquisador e informante se avaliam e interpretam o sentido dos discursos articulados por ocasião dessa interação. Isso ganha uma conotação particular em uma interação entre pesquisador e jornalista. Os dois dominam a técnica da entrevista. Conhecem o trabalho um do outro. A interação entre eles funciona, portanto, como uma espécie de "espelho entre atores com objetivos variados" (PEREIRA & NEVES, 2013, p.37. Grifo nosso.)

Na entrevista, buscou-se ir além da coleta de boas declarações e fazer o entrevistado refletir sobre as suas práticas e aspectos às vezes considerados não relevantes por eles. Durante as entrevistas, solicitou-se que os indivíduos fizessem uma síntese de sua trajetória

profissional, suas motivações em seguir no jornalismo, os cargos ocupados previamente, para depois introduzir questões relativas à sua experiência e às suas reflexões sobre o presente e o futuro da notícia. O método etnográfico, por meio de entrevistas em profundidade, nos permitiu observar de que forma suas experiências ajudaram a formar sua identidade profissional e social.

Há também que se refletir sobre os percalços do desenvolvimento da pesquisa. O período que compreende os anos de 2013 e 2014 foi conturbado por manifestações que tomaram as ruas do Brasil e, neste contexto, observou-se uma grande animosidade contra jornalistas, especialmente os da chamada grande imprensa, manifestada inclusive em violência física. Em 2013, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) contabilizou 113 ataques durante protestos, oriundos das forças de segurança e de manifestantes, sendo 70 deles considerados deliberados, ou seja, aconteceram a despeito da identificação da vítima como jornalista². Em 2014, foram 65 casos de agressão verbal e física em manifestações, de acordo com números da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj)³. Nos 30 primeiros dias de 2015, foram registradas cinco ocorrências em São Paulo durante atos contra o aumento da tarifa do transporte urbano⁴.

Em meio a este cenário, não se pode ignorar o papel de novas forças dentro do cenário comunicacional, a partir da emergência de iniciativas em defesa das chamadas mídias livres. O coletivo Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação (Mídia Ninja), um dos mais proeminentes entre esses novos grupos que se valem da agilidade nas novas mídias e da cultura *peer-to-peer* para uma cobertura “lado B” dos movimentos sociais, defendem uma mudança no ecossistema da comunicação, em detrimento dos veículos tradicionais de mídia e seus profissionais. Nesta concepção, qualquer um com uma câmera na mão se converteria em um repórter na cobertura colaborativa construída por meio da rede.

² Ver mais em: ABRAJI. “Abraji revela que foram intencionais 70 das 113 agressões a jornalistas nas manifestações de 2013”. Acesso: http://www.abraji.org.br/?id=90&id_noticia=2687. Acesso em: 14 set. 2014.

³ Ver mais em: FENAJ. “Maioria dos casos de violência contra jornalistas ocorreu em manifestações, diz relatório”. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=4255>. Acesso em 30 jan. 2015.

⁴ Ver mais em: WALTZ, Igor. “Repórter do *Estado de S. Paulo* é atingido por bala de borracha em manifestação”. Disponível em: <http://www.abi.org.br/reporter-do-estado-de-s-paulo-e-atingido-por-bala-de-borracha-em-manifestacao/>. Acesso em 30 jan. 2015.

Em seu desenvolvimento inicial, este trabalho não aventou analisar a Mídia Ninja ou quaisquer novos empreendimentos embrionários autointitulados como “defensores de uma comunicação mais democrática”. Mas os questionamentos produzidos por esses movimentos entre a comunidade profissional do jornalismo foram indissociáveis do resultado desta pesquisa. Nas primeiras entrevistas, observou-se que o assunto era trazido à tona espontaneamente pelos membros da amostra em análise. Consciente de que estas considerações em torno da Mídia Ninja poderiam ser fruto de ponderações prévias dos profissionais a respeito desse fenômeno, o entrevistador optou por, propositalmente, não incluir o tema nas entrevistas decorrentes. Como resultado, dos 12 profissionais entrevistados, nove abordaram de forma voluntária a questão da Mídia Ninja, ou sejam, sem que tenham sido inqueridos especificamente sobre o movimento.

Outras dificuldades inerentes à excepcionalidade do período no qual foi empreendido a pesquisa foram os grandes eventos que mobilizaram a cobertura jornalística, e levaram temporariamente à interrupção da observação de campo. Além dos protestos de rua do segundo semestre de 2013, entre junho e julho de 2014, o Brasil foi sede da Copa do Mundo de Futebol, espetáculo esportivo em escala global, que demandou um grande esforço dos profissionais e impôs ainda uma sobrecarga em seus quotidianos já corridos. Em outubro de 2014, foi a cobertura das eleições gerais brasileiras, marcadas pela morte de um dos candidatos à Presidência e pelo acirramento da polarização política em torno dos dois principais candidatos ao Palácio do Planalto, que efervesceu as redações. Nesses períodos, foi praticamente impossível marcar entrevistas e visitas às redações.

A despeito de contratemplos, há que se sublinhar a boa vontade e o interesse dos entrevistados em colaborar com a pesquisa. O grau de abertura dos jornalistas foi maior do que o esperado inicialmente pelo discente, talvez porque os assuntos aqui abordados já instiguem debates acalorados nos bastidores da produção da notícia. Para além dos profissionais que contribuíram com esse trabalho, outros quatro foram contatados para possíveis entrevistas, mas alegaram não poder por motivos de agenda. Nenhum deles deixou de dar retorno, via *e-mail*, desculpando-se e lamentando a impossibilidade.

Todos os esforços de pesquisa, obstáculos metodológicos e análises críticas supracitados resultaram nesta dissertação, estruturada em duas partes. No primeiro capítulo, nos aventuramos em uma sucinta genealogia da profissão de jornalista no Brasil. A proposta é analisar em perspectiva como se deu a constituição do campo jornalístico no país e a

consolidação de uma deontologia e do *habitus* constitutivos desse espaço. São postos em análise características historicamente delineadas pelas imprensas estadunidense e francesa, a fim de observarmos em que medida o jornalismo brasileiro embebeu-se deles como modelo a ser seguido e a que ponto desenvolveu suas idiossincrasias.

Na segunda divisão, composta por dois capítulos, mergulhamos nos resultados das entrevistas e das visitas às redações. O capítulo 3 se dedica a analisar as práticas jornalísticas e as tensões hierárquicas na produção da notícia a partir do desafio da convergência na produção da notícia e da conseqüente sobrecarga de trabalho. São abordadas as novas exigências e rotinas impostas aos profissionais de jornalismo pelo ecossistema midiático contemporâneo.

O último capítulo versa a respeito dos valores deontológicos, do papel social e da identidade do jornalista na contemporaneidade. Posta discussão a centralidade do profissional de imprensa na comunicação que agora se reorganiza por meio da arquitetura da rede, como ele justifica sua pertinência frente a profusão de iniciativas de produção de conteúdo por meio de mídias sociais? De que forma ele se vê qualificado para continuar exercendo uma mediação diferenciada em um ambiente onde a informação circula com mais liberdade e em maior abundância? E de que forma ele pode incorporar as ferramentas digitais e a participação do público.

Mais do que uma linha de chegada, as páginas a seguir propõem-se a ser um ponto de partida. O intuito aqui não é fornecer um diagnóstico definitivo do campo, mas uma observação da reorganização das forças vivas e dinâmicas que atuam dentro dele a partir de influência de mudanças no contexto externo, não apenas de caráter tecnológico, mas também cultural, econômico e político. A partir desse entendimento, esta pesquisa busca proporcionar chaves teóricas e metodológicas para compreender a influência da internet no campo jornalístico brasileiro atual.

2. DO GAZETEIRO AO REPÓRTER MULTIMÍDIA: UMA BREVE GENEALOGIA DA PROFISSÃO DE JORNALISTA NO BRASIL

O jornalismo moderno, cujo delineamento se deu progressivamente no Ocidente a partir do século XIX, tem suas raízes depositadas em uma miríade de práticas que compunham o cenário comunicativo europeu nos séculos anteriores. Das gazetas que relatavam acontecimentos de interesse da nobreza e do alto clero, como batalhas e festividades, aos libelos políticos franceses pré-Revolução, tais produtos, por mais diversos que sejam, já indicavam o desejo de colocar os indivíduos em contato com o mundo real (GUERRA, 2003). Remonta ao século XVII, mais precisamente ao ano de 1690, a primeira tese em “periodistika”, na qual já eram identificadas questões como a autoria, a noticiabilidade e a credibilidade da imprensa periódica, temas sobre os quais ainda se debruça o pensamento comunicacional contemporâneo.

Defendida por Tobias Peucer na Universidade de Leipzig, na Alemanha, *De relationibus novellis* já se preocupava em esclarecer quais eram as qualidades de um bom redator da imprensa periódica, como a primazia da “inspeção própria” dos acontecimentos em detrimento do puro relato vindo de terceiros, o “amor à verdade” em detrimento do afã partidário, a adoção de um discurso que não seja poético ou oratório, “para não distanciar o leitor ansioso por novidades” (PEUCER, 2004). Encontramos, portanto, já no século XVII, as sementes do que mais tarde viriam a ser os conceitos de objetividade e isenção e a prática da apuração, tão inerentes ao *habitus* que compõe o campo jornalístico atual.

Mas é no século seguinte, a partir da ascensão da burguesia ao poder na Europa, que ocorre a definição da esfera pública, um espaço propício ao debate de ideias a partir da articulação entre um Estado não mais absoluto e as então novas formas de poder que emergiam na sociedade. O ideal de “liberdade de expressão” levou a invenção de Gutenberg, até então circunscrita a um pequeno estrato social, a atingir um novo patamar, com intuito de produzir e naturalizar uma racionalidade universal para o ato da fala, legitimado pela razão discursiva, e não mais por um lugar privilegiado. Muniz Sodré (2012b) argumenta que, ao mesmo tempo em que a imprensa traz a novidade da liberdade de expressão, ela também constrói um discurso mitológico sobre si, como uma entidade mítica que administra a verdade dos fatos. Ela cria um discurso ambivalente de busca pela transparência, apoiada na opacidade de seu próprio mito.

A esfera pública, contudo, sofre um processo de fragmentação na contemporaneidade, a partir da emergência de um novo paradigma comunicacional. O jornalismo, enquanto uma das principais instâncias articuladoras desse espaço, encontra-se desafiado pela emergência de novos web-atores, tais como blogueiros e midialivristas, que, muitas vezes, atribuem a si próprios o título de “jornalistas”. Além disso, a rede traz controvérsias de ordem econômica, como a queda da vendagem de publicações impressas e o baixo retorno de investimentos em veículos *on-line*, que acarretam grande pressão à prática jornalística (RAMONET, 2012).

Em consonância à afirmação de Bourdieu (1997, 2005) de que a economia vem exercendo uma maior constrição no campo jornalístico, ameaçando sua autonomia, Habermas (1986) sustenta que a esfera pública se deteriora conforme a imprensa passa a ser cada vez mais regida pela lógica mercadológica. E este cenário influencia de forma crucial o jornalista contemporâneo, cada vez mais pressionado pela aceleração da produção noticiosa — que não mais se esgota no momento da publicação — e pelo enxugamento das redações. Cada vez mais, os profissionais de imprensa se veem convertidos em “burocratas noticiosos”, reguladores dos fluxos incessantes de informação propiciados pela internet.

Mesmo em face de tal momento, as autonarrativas da comunidade profissional dos jornalistas brasileiros, como veremos nos capítulos 3 e 4 desta dissertação, ainda asseguram a eles uma importância e posição privilegiadas na sociedade democrática. A fim de analisar as construções simbólicas produzidas pelos profissionais sobre o jornalismo hoje, este capítulo procura restabelecer brevemente a evolução histórica da figura do jornalista no Brasil, especialmente do “repórter”. Como afirma Le Goff (1990), o movimento em direção ao passado se faz a partir do presente, à medida que o interesse nos tempos idos se mostra fundamental para esclarecer a atualidade. O método regressivo aludido pelo historiador francês ganha revérbero em Barbosa (2007), que relembra que o objetivo da historiografia não é reconstruir o passado na forma como ele se deu, mas interpretá-lo dentro de uma teia de significações, a partir de vestígios. Essa decifração aconteceria no presente, atribuindo valores indispensáveis para a interpretação histórica.

2.1 O INÍCIO DA IMPRENSA NO BRASIL

A tradição das letras impressas no Brasil iniciou-se tardiamente em comparação às demais colônias americanas. Até a chegada da Corte portuguesa, em 1808, o Brasil era o único território no continente onde a impressão era proibida, e diferentemente de alguns

vizinhos sul-americanos, não possuía nenhuma universidade (Lustosa, 2000). Como ilustra Nelson Werneck Sodré (1999), havia no Brasil demanda por liberdade de imprensa, de grande interesse das elites coloniais e da burguesia em ascensão na Europa, mas a chegada da Família Real ao Brasil e a consequente abertura dos portos esmoreceu os anseios coloniais por mais autonomia e por uma imprensa livre.

Existiam naquele momento condições materiais mínimas para o florescimento de uma imprensa brasileira livre, mas não havia condições políticas. Foram necessários ainda mais treze anos, com o retorno da Corte Joanina à Europa, para que o monopólio da impressão deixasse as mãos da Imprensa Régia, misto de empresa privada e órgão fiscalizador real. A entidade era responsável por todas as publicações produzidas na colônia, de obras literárias a documentos da administração real, passando pela *Gazeta do Rio de Janeiro*, o jornal oficial do governo.

Apesar de ostentar o título de diário oficial, a *Gazeta* era propriedade dos oficiais da Secretaria de Estado dos Negócios Estrangeiros e de Guerra, que não apenas administravam o órgão, como também participavam dos lucros. Como esclarece Lustosa (2000), tal publicação ainda conservava características da imprensa europeia do século anterior. Ao contrário do panorama delineado no Velho Continente àquela altura, ainda eram poucos os jornalistas profissionais no Brasil. “Muitos seriam os padres que acumulariam a condição de eclesiásticos com as de funcionário público e jornalista. A redação da *Gazeta* era uma mistura de redação propriamente dita com repartição pública e claustro” (LUSTOSA, 2000, p. 71).

Cabia a esses redatores o trabalho de filtrar e traduzir os materiais que lhes chegavam por meios das gazetas europeias e de cartas do Velho Continente. Ao lado da transcrição dessas notícias, explica Barbosa (2013), havia também relatos originários do Rio de Janeiro. Neste caso, as fontes de informação eram de outra natureza: ou decorriam do olhar atento do redator, dos papéis oficiais ou ainda de informações que chegavam a seus ouvidos por notícias que “corriam léguas”. Voltada a um público constituído majoritariamente por pessoas envolvidas com a Corte, não é de se espantar que coubesse ao redator da época identificar e dar ênfase a assuntos que envolviam a libertação portuguesa do domínio napoleônico.

Paralelamente, fora das esferas de controle da Coroa Portuguesa, uma voz dissonante em relação ao governo lusitano no Brasil é apontada por alguns autores como sendo o primeiro veículo de imprensa propriamente brasileiro. Hipólito da Costa, criador do *Correio*

Braziliense, conseguiu conceber um jornal crítico à Corte entre junho de 1808 e 1822 porque seu periódico era editado na Inglaterra e traficado para o Brasil, onde imperava a censura total. Perseguido em Portugal por seu envolvimento com a maçonaria, Hipólito permaneceu preso entre 1802 e 1805, quando conseguiu fugir para a Grã-Bretanha. Com o apoio de maçons ingleses, conquistou em 1808 a cidadania inglesa e, com ela, a imunidade contra a Coroa portuguesa.

Livre de qualquer censura, ele desfiava nas páginas do *Correio* comentários irônicos, mordazes e bem-humorados sobre a política portuguesa para a colônia americana recém-elevada à categoria de Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarves. Apesar disso, o jornalista não defendia princípios democráticos, apregoando ideias como a instituição da monarquia constitucional ao estilo inglês, a cessação gradativa da mão de obra escrava e a estadia definitiva da Família Real no Rio de Janeiro, a fim de assegurar a supremacia brasileira dentro do império português. Ele seria, mais tarde, de grande influência para a imprensa durante o movimento pela Independência.

A década de 1810, por sua vez, trouxe um pequeno, porém importante, avanço em relação à ampliação do público dos impressos. Nas páginas da *Gazeta*, as notícias continuam chegando de terras distantes, mas sem referência explícita aos periódicos dos quais foram extraídas, e o crescente número e a diversidade dos anúncios apontam para um alargamento da presença dos impressos. Outros periódicos surgem na esteira do primeiro jornal editado no Brasil, como *Idade d'Ouro do Brazil*, da Bahia, e *O Patriota*, veículo científico-literário editado pela Imprensa Régia.

Essas novas publicações, apesar de suas diferenças, se vinculavam ao que França (2008) denomina “Iluminismo tropical”, engajado em uma caminhada das sociedades rumo ao aperfeiçoamento moral e material, tomando as sociedades europeias como modelo para tal fim. Tais impressos baseavam-se na convicção de que os produtores do conhecimento — poetas, médicos, dramaturgos, políticos, bacharéis e também os gazeteiros — tinham uma missão civilizatória, cabendo a eles difundir as luzes do conhecimento para a construção de uma cultura genuinamente brasileira. Os intelectuais envolvidos com as atividades de imprensa encaravam o “fazer literário como uma espécie de missão civilizadora, de ação transformadora do meio social” (FRANÇA, citado por BARBOSA, 2013).

A partir do engajamento desses primeiros homens de imprensa brasileiros, tem-se a construção ainda insipiente de um espaço governado pela lógica comunicacional impressa. Esse novo campo de sociabilidade virtual, somando-se ao espaço territorial marcado pela oralidade, materializou por meios das primeiras publicações novas ideias, interlocuções e possibilidades de expressão. Para que esta nascente esfera pública letrada se espraiasse era necessária uma espécie de preexistência do simbolismo das letras impressas, um sentido de leitura como iluminadora das mentes e do conhecimento e, sobretudo, como fixadora de diretrizes emanadas daqueles que podiam colocar em circulação impressos (BARBOSA, 2013).

Nas palavras de Morel (2005), a formatação da esfera pública brasileira encontra seu momento decisivo no ano de 1820. Em decorrência do avanço constitucionalista, a partir do episódio da Revolução do Porto, D. João VI, por sua vez, assina, em 2 de março de 1821, um decreto suspendendo provisoriamente a censura prévia à imprensa em geral, não apenas em Portugal, mas também nas terras sul-americanas (MOREL, 2005, p. 205). Os avanços e os regressos em relação à proibição da circulação de opiniões sob a forma de letras impressas a partir desse evento explicam-se pela ampliação do espaço público, que permitiu a constituição do jornalismo como arena de debates em diversas cidades.

Se até 1820 apenas a *Gazeta* e *O Patriota* circulavam no Rio de Janeiro, entre 1821 e 1840, ocorre a explosão da palavra impressa, não apenas na cidade, mas em praticamente todas as províncias. Lustosa (2000) comenta que proliferou no Brasil durante o período uma imprensa áulica, grande parte de vida efêmera, ligada a ocupantes de cargos públicos, como o *Conciliador do Reino Unido*, fundado pelo Visconde de Cairu, em 1821. Completavam o mosaico do discurso oficial publicações como a *Aurora Fluminense* e o *Jornal do Comércio*, ambos de 1827. Tais veículos visavam mobilizar a opinião pública a respeito do novo paradigma político que se constituía. As publicações estampavam diversos matizes, todas com tom conservador: a conciliação em um Reino Unido; a separação do Brasil com a manutenção da Coroa; a separação com a ascensão de outro monarca; etc.

Apesar disso, Morel vê nesse período uma transição de um espaço público marcado pelas formas de comunicação típicas do Antigo Regime — como as gazetas, exibição de cartazes impressos ou manuscritos nas ruas, leituras coletivas e proclamações em alta voz, entre outros — para um espaço onde se consolidavam debates através da imprensa e onde ganhavam importância leituras privadas e individuais, permitindo a formação de uma

“opinião de caráter mais abstrato, fundada sobre o julgamento de cada cidadão-leitor e representando uma espécie de somatório de opiniões” (MOREL, 2005, p. 205-206).

A despeito das dificuldades técnicas que ainda imperavam para a instalação da tipografia, o período após a Independência e, especialmente, a década das Regências (1831-1840) foi fértil para uma imprensa estruturada especialmente como um jornalismo político, marcado por tendências díspares, discursos múltiplos, filiações diversas, perspectivas diferenciadas diante da possibilidade que o impresso poderia ter como expressão da palavra válida. Múltiplos setores instrumentalizavam a produção dos jornais e os gazeteiros e pasquineiros tinham também perfis os mais diferenciados possíveis. E foi, portanto, dentro desse cenário multifacetado que a imprensa construiu e definiu a estrutura de suas atividades e de suas funções (BARBOSA, 2013).

Como analisa a autora, o jornalismo é nesse momento um palco da política, instrumentalizado pelos homens de imprensa para debates, polêmicas e insultos a opositores, transformando-se, com polemistas exaltados, em intérpretes da nação. Começa a surgir, portanto, uma figura até então *sui generis* na América portuguesa, mas já presente há quase um século na Europa: o jornalista ou panfletário, caracterizado nesse momento como redator ou gazeteiro. Visto como portador de uma missão política e patriótica, esse escritor é capaz de difundir ideias, delimitando, por meio de sua linha “panfletária”, os parâmetros de uma discursividade própria da imprensa, imbuída na missão de conclamar o público a aderir a sua causa (BARBOSA, 2013; MOREL, 2005).

Essas gazetas, grande parte fruto de iniciativas individuais, tomavam comumente o papel de impressos de combate, em apoio ou desagravo a pessoas e facções políticas. Dirigindo-se ao povo e à nação, os gazeteiros assumiam o papel de intelectuais da esfera pública, intérpretes dos acontecimentos políticos. Não à toa, o perfil dos homens envolvidos na produção de tais folhas, formado majoritariamente por membros de uma elite ilustrada, como médicos, padres, professores e magistrados, foi paulatinamente sendo substituído pelo de políticos que ocupavam cargos de deputados, denotando a importância de se ter um periódico para ascender na arena política. A criação de um impresso periódico tinha como finalidade possibilitar a sedimentação de um espaço na política para seus redatores.

2.1.1 O Raiar Republicano

A imprensa nacional de teor político viria a ganhar um novo impulso no decorrer da segunda e da terceira décadas da última metade do século XIX, com a ampliação do debate abolicionista e republicano. Nesse período, a imprensa no Brasil começou a gozar de maior *status* de símbolo de modernidade e de progresso, para onde convergiam os defensores da República e do fim da mão de obra escrava. A defesa do liberalismo ganhou mais adeptos entre a elite intelectual brasileira e reunia os principais nomes da imprensa e da literatura. Em 1871, a *República*, órgão oficial do Partido Republicano, que contava com Quintino Bocaiúva em seu quadro de redatores, tornava-se uma publicação diária com a produção de 10 mil exemplares, um número significativo para a época.

Além disso, inovações de ordem técnica, como o advento da gravura e da caricatura, deram um incentivo especial à imprensa, que teve sua capacidade de crítica e influência ampliada. As imagens impressas, que representavam de forma caricatural a Monarquia decadente, por si só já corroboravam o discurso de modernidade que começava a ganhar ecos na imprensa. A fotografia, o daguerreótipo, o telégrafo e o telefone introduziram uma nova temporalidade, transformando os modos de comunicação e criando de forma gradual um público ávido pelos novos aparatos da modernidade.

É na virada do século que começam a surgir importantes mudanças no quadro da imprensa brasileira. A “modernização” era a palavra de ordem de um país desejoso por ingressar em um novo tempo, marcado pelo progresso. Concomitante com seu protagonismo na cena política, os jornais dão início a novos contornos empresariais, especialmente a partir das grandes cidades. Eles deixam de ser uma iniciativa individual e começam a se estruturar como organização capitalista, o que gera a redução do número de títulos e a consolidação de publicações mais estáveis e de maior porte.

A transição para a fase empresarial também trouxe um rápido desenvolvimento tecnológico. A importação de inovações técnicas imputa à produção um modelo industrial. Na virada do século, prelos e rotativas conseguem produzir e dobrar exemplares de jornais aos milhares por hora; fotografias começam a ser incorporadas na produção jornalística. Tais mudanças se concentram especialmente nas províncias do Rio de Janeiro e de São Paulo; no interior do país, a imprensa ainda experimentava um processo de transição do artesanal para o industrial, sendo raros os jornais com estrutura empresarial no início do século XX.

Aos poucos os jornais se convertem em “fábricas de notícias”, produzindo periódicos baratos, de grandes tiragens, repletos de ilustrações, notícias e *fait divers* para se fazerem pertinentes a um público leitor em ampliação. A valorização do caráter imparcial levou à separação, por meio de colunas fixas, do que era informação e do que era opinião, ao mesmo tempo que começa a ocorrer a valorização da primeira em detrimento da segunda. Obviamente, as transformações não foram unívocas. Os empreendedores individuais não desaparecem, mas deixam de ser predominantes a partir desse quadro. (BARBOSA, 2007; 2013; SCHWARCZ, 1987; SODRÉ, 1999).

Como expõe Schwarcz (1987), apesar de seguirem tendências conservadoras ou republicanas, os periódicos já estampam em suas páginas conteúdo de caráter informativo, desde histórias policiais e brigas de vizinhos até pequenas notas com notícias do exterior, estas últimas consequências dos avanços da telegrafia. As províncias brasileiras já estavam ligadas desde 1852 por um sistema de telégrafos, e desde 1866 um cabo transatlântico permitia o intercâmbio de informações entre Europa e América. Mas foi em 1874, com a instalação da sucursal da agência de notícias francesa Reuter-Havas (atual France Press) no Rio de Janeiro, a primeira fora da Europa, que houve um impulso significativo à publicação de notícias estrangeiras.

De acordo com Matheus (2014)⁵, a telegrafia estabeleceu um padrão de instantaneidade aos homens do período. Com isso, os jornais se atrelavam ainda mais a um discurso de modernidade, ao incorporar o que havia de mais contemporâneo em tecnologia da comunicação. A autora afirma que as descrições da época sobre a descoberta maravilhosa se assemelham aos argumentos atuais sobre a globalização e a contração do espaço, sobre o tempo real e o acompanhamento dos acontecimentos em seu desenrolar.

Barbosa (2007) esclarece que, com o cabo submarino e a chegada da agência de notícias, torna-se imperioso aos grandes jornais não mais apenas anunciar o que se passa no mundo, mas fazê-lo com rapidez. Isso traz um impacto significativo sobre como os homens de imprensa da época ajuízam seu papel, como mostra o editorial do *Jornal do Brasil* publicado em 1901: “Quando o público pode todas as manhãs saber que houve na véspera um terremoto nas Antípodas, mandou ao diabo o jornalista político e o crítico dogmático, quis saber com

⁵ MATHEUS, Leticia Cantarela. “Um ‘spam telegráfico’: Investigações sobre novas formas de circulação noticiosa no final do século XIX no Brasil.” Em: SACRAMENTO, Igor; MATHEUS, Leticia Cantarela (orgs). *História da comunicação: Experiências e perspectivas*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2014.

minúcias o que se passava na própria terra” (*Jornal do Brasil*, 1 de janeiro de 1901. Citado por BARBOSA, 2007, p. 24).

Mas como lembra Matheus (2014), as transformações no jornalismo nesse sentido não foram instantâneas. As notas telegráficas conviveram durante muito tempo com longos textos políticos, e o senso de atualidade se dava mais pela incorporação da tecnologia em si do que pelo conteúdo dos telegramas, que continuavam prioritariamente tratando de movimentações portuárias e notícias do exterior, notas relativamente velhas.

A despeito do crescimento da importância comercial, as íntimas relações entre imprensa e política ainda se mantiveram nesse período. No período após a proclamação da República, jornais republicanos e seus colaboradores conquistaram grande prestígio, o que pode ser evidenciado pela entrada de muitos homens de imprensa, como Salvador de Mendonça, Rui Barbosa e Quintino Bocaiúva, na composição do governo de Marechal Deodoro. Sodré (1999) adverte que isso não reflete apenas o mérito pessoal de cada um deles, mas a importância da imprensa no advento do novo regime.

Com a consolidação da imprensa empresarial, o jornalismo começou a adquirir uma nova face. Entre 1890 e 1910, jornais maiores e mais prósperos, organizados como empresas comerciais, baseavam suas operações em publicidade, e para isso precisavam aumentar seu círculo de leitores. Publicações como *Gazeta de Notícias*, *Jornal do Commercio* e *Jornal do Brasil*, começam a transferir seu foco da opinião pública para o valor da publicidade.

“O pequeno jornal tinha, e tem, possibilidades de independência que o grande jornal não tinha, e não tem; aquele é transitório, este tende à permanência; aquele é obra de poucos, este é já coletividade estruturada, com desenvolvida divisão de trabalho; aquele é esforço de alguns, que pode ser repetido adiante, este é empresa. Nos fins do século XIX estava se tornando evidente, assim, a mudança na imprensa brasileira: a imprensa artesanal estava sendo substituída pela imprensa industrial. A imprensa brasileira aproximava-se, pouco a pouco, dos padrões e características peculiares a uma sociedade burguesa”. (SODRÉ, 1999, p. 261)

Esse jornalismo imbuído de lógica empresarial começou a desenvolver características mais conhecidas da grande imprensa atual, ainda que no período não seja possível falar de uma linguagem jornalística. Menos panfletária, a imprensa já se escudava em uma insipiente ideia de “neutralidade”, ainda que retórica, que viria a ser melhor construída no Brasil ao longo do século XX, como veremos no decorrer deste capítulo.

2.1.2 O Início da Reportagem

É no despertar do século XX que a imagem do jornalista começa a surgir como um conformador da realidade e da atualidade, e não apenas um comentarista crítico do quadro político, seguindo o caminho traçado pelo modelo francês de imprensa (discutiremos as diferenças em relação aos primórdios de outros modelos a seguir). Ainda que conceitos como objetividade, imparcialidade e neutralidade ainda não tenham sido nominados na imprensa brasileira da época, já é possível apreender suas raízes. Sua construção se deu de forma gradativa desde os anos 1900-1910. Isso fica patente em editoriais da época:

A função do repórter cresceu de importância: tudo então se concentrou nele. Uma notícia abala mais o governo do que 30 artigos e 30 artigos não dão ao jornal a tiragem que uma notícia proporciona. Também, a consequência disso é que não há mais jornalistas: todos nós somos, mais ou menos, repórteres e é dos sucessos da reportagem que mais nos orgulhamos. (*Jornal do Brasil*, 1 de janeiro de 1901. Citado por BARBOSA, 2007, p. 24. Grifo nosso).

O trecho “não há mais jornalistas: todos nós somos, mais ou menos, repórteres” guarda grande semelhança com os discursos atuais acerca dos novos paradigmas de comunicação trazidos pela internet: todos, de alguma maneira, são produtores de conteúdo. Percebe-se que tal alocação sobre a modernidade das comunicações e da participação dos públicos na produção de notícias nem sequer é nova. Ao longo desta dissertação, examinaremos o real impacto desses “velhos discursos novos” no trabalho dos jornalistas.

No início do século XX, evidentemente, as elucubrações literárias e as opiniões virulentas não desapareceram, mas o texto jornalístico começou gradativamente a se divorciar delas. Em processo simultâneo, inicia-se a divisão de trabalho dentro das redações, que passam a se organizar em setores de informação local e telegráfica. Enquanto esta se ocupa com notícias do exterior e do interior do país, produzidas por agências de notícias e pelos correspondentes, aquela é voltada para notícias da cidade, desvendadas por repórteres que se espalham por diversas repartições, como policial, cultura e esportes. Observa-se no período o despontar de um processo de especialização.

Apesar da importância da informação internacional, com espaço nas primeiras páginas, a reportagem local ganha cada vez mais destaque, despertando o interesse do público sobre tragédias quotidianas e fatos inéditos, aumentando a importância do trabalho do repórter. Surge uma nova temporalidade: no lugar de longas reflexões filosóficas a respeito de

acontecimentos sociais e políticos, a nova ordem era dizer ao leitor o que se passou e como, sedimentando o que mais tarde viria a ser o lide. Tudo isso, a partir de um ideal de reprodução da realidade. “A rigor, o mito da objetividade deve ser percebido na longa duração, como um simbolismo construído pelas próprias empresas jornalísticas e pelos jornalistas para assim cunhar uma distinção, um lugar autorizado de fala” (BARBOSA, 2007, p. 40).

A figura do intelectual é substituída pela do cronista. O trabalho do jornalista não é mais encerrado dentro dos jornais e seu sucesso não se resume ao talento com a pena; ele precisa ir às ruas, entrar em contato ora com o submundo da cidade, ora com os bastidores do poder, sempre em busca do novo e do sensacional. Com a valorização do ineditismo, o repórter passa a ser figura central na composição da notícia, cuja responsabilidade é produzir o “furo”.

Os jornalistas passam a produzir verdadeiros registros do cotidiano, subindo favelas e adentrando terreiros de religiões de matriz africana, produzindo reportagens em série sobre curandeirismo e a vida nos morros, nem sempre valendo-se de expedientes éticos para conseguir um furo. “Bisbilhotar conversas alheias, ler sorrateiramente textos sobre uma mesa ou mesmo em bondes são apenas algumas das ações para conseguir o furo de reportagem. Podem também se transformar em outro personagem para elaborar a história” (BARBOSA, 2007, p.38).

Nesse ponto, a imprensa brasileira se aproxima da produção jornalística estadunidense, ainda que o contato com as técnicas de estilo e de sistematização dos vizinhos do Norte viessem a ser introduzidas por aqui oficialmente a partir das décadas de 1940 e 1950. Ao nosso ver, a imprensa do Brasil já apontava em si o embrião para mudanças que seriam mais tarde incorporadas.

O novo papel do jornalista também apontou para os primórdios da profissionalização e da organização de classe. Em abril de 1908, quase duas décadas antes dos primeiros sindicatos, o jornalista Gustavo de Lacerda funda a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), que, entre outras atribuições, buscava “habilitar, por meio de título de capacidade intelectual e moral o pretendente à colocação no jornalismo” (MOREL, 1985, p. 23). Lacerda, que se mantinha apartado das rodas literárias e boêmias cariocas, defendia na época a ideia de jornalismo como profissão, e não como ocupação. No entanto, suas ideias tiveram pouca repercussão, haja vista que apenas sete colegas compareceram à reunião na sede do jornal *O*

Paiz — grande parte deles funcionários do diário —, mas a entidade que criou sobreviveria e conquistaria grande poder durante o Governo Vargas.

2.2 ENQUANTO ISSO, AO NORTE...

Ao passo que no Brasil a imprensa só encontrou condições políticas para o seu florescimento no início do século XIX, nos países desenvolvidos do Ocidente o jornalismo já tinha conquistado sua maioria no período. Durante o século anterior, o Século das Luzes, as revoluções liberais fomentaram o aparecimento do espaço público moderno, onde se formam as decisões e as opiniões, com grande protagonismo da imprensa (HABERMAS, 1986).

No mundo ocidental setecentista, a figura pública do jornalista já havia se solidificado como um vulgarizador das ideias do Iluminismo, um publicista erudito e engajado na atmosfera de luta política da Revolução Francesa, da Independência Norte-Americana e dos movimentos liberais ibéricos. A partir do Reino Unido, alastrava-se para a Europa continental um novo modelo de imprensa, um padrão político-noticioso conhecido como “party press” ou “imprensa de partido” (SOUSA, 2008). Os jornalistas posicionavam-se como um “bloco de apoio” a indivíduos e facções, tendo como armas seus libelos políticos (MOREL, 2005).

Mas a imprensa anglófona e francófona não tardaram a seguir caminhos distintos. A França, cujo modelo de jornalismo foi a grande referência para a produção das letras impressas no Brasil durante o século XIX, não conheceu o jornalista profissional até o florescimento da imprensa popular entre os anos 1900 e a Primeira Guerra Mundial. Neste tópico, ousaremos a uma pequena digressão para analisar esses dois modelos de imprensa, que influenciaram em maior ou menor grau a imprensa produzida no território brasileiro em momentos diferentes de sua história.

2.2.1 A imprensa na França

Assim como as primeiras iniciativas de imprensa periódica no Brasil, até a virada do século XIX para o XX, as redações da imprensa francesa eram ocupadas por indivíduos ávidos por um impulso à carreira na política e também na literatura. Mesmo os jornais já em processo de estruturação em empresa ainda eram encarados pelos “colaboradores” como uma mola propulsora a carreiras em outras áreas consideradas “mais nobres”. (NEVEU, 2006). Esse status vazio do jornalismo no cenário francês é melhor traduzido pela obra *Ilusões*

*Perdidas*⁶ (1848), do escritor Honoré de Balzac, ele mesmo um jornalista e malgrado dono de jornal.

O romance reflete certo cinismo da imprensa do fim do século XIX, que pode abrir caminho ao sucesso ou transformar-se em um canto da sereia, “esterilizando” intelectualmente aqueles que não conseguem se desprender dela. Como analisa Barbosa (2007), “a ficção conserva sempre o vestígio do mundo prático e reorienta o olhar para traços da experiência que inventam um mundo, ainda que não possa romper com as amarras do mundo fictício de onde vem e para onde retorna” (p. 132).

A visão pessimista do “homem de letras” que vende seu talento para o jornal reflete a opinião de Balzac sobre uma geração conformada, carente de heróis e ideais, em um período de retorno do conservadorismo. Lucáks (1965) comenta que o autor percebe que o fim do período heroico da evolução burguesa coincide com a consolidação do capitalismo na França. “O romance mostra como a literatura (e com ela toda a ideologia) se reduz a simples mercadoria, objeto de troca, e ilustrando a ocorrência da capitalização do espírito em todos os terrenos, insere a tragédia geral da geração pós-napoleônica num quadro social” (LUCÁKS, 1965, p. 97).

De fato, a publicação de folhetins foi uma das estratégias da imprensa, feito repetido pelos jornais brasileiros. Um jornalista francês considerado competente seria aquele com domínio da retórica literária e identificado com tendências políticas, uma vez que as publicações não raramente eram abraçadas por facções e partidos políticos, mesmo aquelas já organizadas em um modelo empresarial.

Com a excelência profissional fixada sobre o domínio do estilo e da capacidade de defesa da linha editorial, a saída das redações para a coleta de notícia na imprensa francesa manteve-se muito pouca desenvolvida até o raiar da Primeira Grande Guerra (NEVEU, 2006). Na concepção de Schudson (2005), os jornalistas dos países da Europa continental tinham

⁶ A fala do personagem Vernou resume bem a ideia de Balzac sobre a imprensa da época: “Você liga então importância às coisas que escreve? — perguntou-lhe Vernou com ar de zombaria. — Mas nós somos negociantes de frases e vivemos de nosso comércio. Quando você quiser fazer uma grande e bela obra, um livro, enfim, poderá colocar nele os seus pensamentos, sua alma, amá-lo, defende-lo; mas artigos, lidos hoje e amanhã esquecidos, esses não valem a meus olhos senão aquilo que por eles nos pagam.” BALZAC, Honoré de. *Ilusões perdidas*. São Paulo: Abril Cultural, 1981, p.206.

uma autocompreensão como criadores literários e pensadores políticos cosmopolitas. Suas aspirações visavam mais à promoção no campo literário do que profissional.

Os jornalistas franceses do início do século pouco se preocuparam em traçar uma linha de separação entre fatos e comentários, tais como se engajaram estadunidenses e britânicos. Mais do que dar conta do entendimento do que se passa no mundo, a informação de caráter jornalístico nesse tipo de imprensa serve para embasar críticas, artigos, crônicas. O acontecimento é transformado em pretexto para o exercício de estilo, em um discurso sobre a atualidade que privilegia o comentário e a expressão de determinadas visões de mundo sem a pretensão da neutralidade discursiva. Para Chalaby (1996), essa orientação de jornalismo levaria os profissionais da França e dos demais países do Velho Continente a abraçar a objetividade como um valor profissional muitas décadas mais tarde do que seus compadres anglófonos, e, mesmo assim, não com o mesmo empenho.

Essa foi a tônica da imprensa brasileira durante grande parte do século XIX, uma vez que o mundo francófono não era modelo apenas de imprensa, mas de projeto civilizatório no campo político, social, cultural e artístico. A República foi fortemente influenciada pelos ideais liberais que pululavam na Europa, e as cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Manaus viveram a própria *Belle Époque*, sustentada pelos capitais provenientes do início do processo de industrialização e da exploração da borracha. Mas o quadro mudaria após Segunda Guerra Mundial, com a decadência das potências europeias e a vitória da influência do *American Way of Life*, com a hegemonia do império estadunidense sobre a América Latina. Não é aleatório que a sistematização desenvolvida pelo jornalismo ianque tenha aportado no Brasil nos anos 1940 e 1950 em um contexto de aproximação entre os dois países.

2.2.2 O modelo hegemônico estadunidense

Durante muito tempo, assim como a imprensa francesa, o jornalismo produzido na Grã-Bretanha e em suas colônias na América estava conectado a uma longa tradição de engajamento e luta política. Nos Estados Unidos, esteve ligado às máquinas partidárias e, na Inglaterra, aos movimentos operários clandestinos. “O jornalismo que vence finalmente em Londres e Nova York não chega a essas cidades antes de ter superado a forte concorrência de uma imprensa politizada. Ocultar meio século em que um jornalismo engajado teve um papel central equivale a reescrever a história do ponto de vista dos vencedores” (NEVEU, 2006, p.32).

Muitos autores recaem em um determinismo tecnológico ou econômico ao afirmar que a grande inovação da imprensa de língua inglesa está na separação entre fatos e opiniões e na linguagem objetiva. Estas teriam sido influenciadas por novos aportes tecnológicos, como o telégrafo, que exigia certa concisão de palavras, estimulando o surgimento de um novo modelo de imprensa. Mas, no século XIX, a separação entre jornalismo e literatura ainda não era clara. O que diferenciava o jornalismo anglófono da prática corrente em outras partes do mundo era o *newsgathering*, a coleta de notícias. O profissional estadunidense se definiu antes de qualquer coisa como um coletor de informações (SCHUDSON, 1978; NEVEU, 2006). Essa talvez tenha sido a grande mudança na postura do jornalismo, mais tarde adotada como padrão em outras partes do mundo.

Até 1830, o cenário da imprensa no mundo anglo-saxão era de jornais comerciais e políticos. Estes, financiados por partidos ou facções, davam ênfase a notícias nacionais e em muitas ocasiões faziam as vezes de diários oficiais. Já as publicações comerciais eram dominadas por propaganda e reportes de movimento de embarcações. Não passavam de pequenos boletins para a comunidade de negócios. Após esse período, a imprensa comercial norte-americana sofreu uma revolução, com o aparecimento de novas publicações que quebraram a tradição e estabeleceram um novo padrão de jornalismo *mainstream*.

Com os *penny papers*, jornais baratos vendidos nas ruas, a imprensa explodiu em números. Naquele ano, os 65 diários e 650 semanários transformaram-se em 138 diários e 1.140 semanários. A circulação diária saltou de 78 mil exemplares para 300 mil. Um dos primeiros, *New York Sun*, publicado a partir de setembro de 1833, atingiu circulação de 5 mil exemplares em cinco meses, mais do que qualquer outro jornal antes dele. Em dois anos, as vendas atingiram 15 mil cópias por dia. Em pouco tempo, os *penny press* se expandiram para outros centros comerciais urbanos do país, como Baltimore, Philadelphia e Boston (SCHUDSON, 1978).

Em suas páginas, notícias locais ganhavam grande foco, com ênfase na apuração e na veiculação rápida de notícias. Temas sensacionais como estupros, suicídios, roubo de correspondência e até crianças abandonadas em cestos avançavam sobre o espaço de destaque que antes era primazia da política. Isso não significava que essas publicações deixaram de ser partidários. Pelo contrário, grande parte era identificada com alguma corrente política, e a objetividade estava longe de ser uma prática ou um ideal. Contudo, os repórteres começaram a apreciar uma cultura profissional própria, independentes de partidos políticos.

Desenvolveram as próprias mitologias e suas práticas profissionais, como a criação da entrevista (SCHUDSON, 2005).

Entre 1880 e 1890, à medida que a profissão ganhava estabilidade, começou a atrair jovens entusiasmados e com educação formal. Cresce a visão que os jornalistas têm de si como “cientistas sociais” que desvelam fatos políticos e econômicos, e o lide e a pirâmide invertida começam a ganhar forma e a se institucionalizar. Os jornais sensacionalistas lançavam mão da contratação de *stunts* (QUEIROZ, 2012), grupos de repórteres, entre eles algumas mulheres, que empregavam artifícios como disfarces e identidades falsas para conseguir informações exclusivas e sensacionais.

Esse número crescente de novas práticas identificaram os jornalistas como um grupo profissional com padrões próprios de comportamento. Schudson (1978; 2005) explica que a objetividade se desenvolveu gradualmente nas duas primeiras décadas do século XX, a partir do processo de profissionalização dos jornalistas. A crescente coerência corporativa desse grupo profissional — gerando uma demanda tanto por coesão social quanto por orgulho profissional, por um lado, e controle social interno, por outro — resultaria no constrangimento da objetividade.

O teórico estadunidense do jornalismo argumenta que, no início do século XX, os jornalistas ainda não encaravam os fatos como uma construção humana sobre o mundo, mas aspectos do mundo por si só. Não compreendiam a visão do “mundo” como algo socialmente construído. Até então, a sociedade americana continuava imersa em um ambiente em que a democracia era um valor inquestionável na política, a livre-iniciativa ainda era fortemente cultuada na vida econômica, e poucas pessoas duvidavam da inevitabilidade do progresso.

Com o primeiro conflito em escala mundial, a objetividade finalmente começaria a ser problematizada. Jornalistas, assim como a sociedade, perderam a fé na verdade como a garantia de uma sociedade de mercado democrática. A experiência de propaganda durante a guerra e, posteriormente, de relações públicas, os convenceu de que o mundo em que eles relatavam era o que as elites políticas tinham construído para ser relatado. Em tal mundo, não haveria mais espaço para o empirismo ingênuo (SCHUDSON, 1978).

A imparcialidade analítica e processual, portanto, remontaria aos anos 1920, por meio de uma estratégia de filiação dos profissionais a uma “ciência jornalística”, sem interferência de relações públicas ou propagandistas governamentais e empresariais, mas também como

estratégia de controle dos editores sobre seus repórteres subalternos. Mas há que se levar em conta que o jornalismo de língua inglesa constitui na verdade um ‘modelo’ mais variado do que o sugerem muitas descrições.

A orientação factual típica da imprensa anglófona não exclui uma série de tentativas de discutir as “amarras” da objetividade e de reaproximar o jornalismo da linguagem literária, como o *New Journalism*, nos anos 1960. Por outro lado, na França, onde a imprensa semanal, mais analítica, ainda encontra proporcionalmente um público maior do que a diária, são numerosas, ao longo da história, as tentativas de importação e adaptação do modelo anglo-saxão.

2.3 A PROFISSIONALIZAÇÃO DO REPÓRTER NO BRASIL

Ao contrário do que se passava com a imprensa norte-americana após a Primeira Guerra, quando a sedimentação de uma série de valores e condutas, tais como a objetividade e o *newsgathering*, concorreram à delimitação da comunidade profissional, no Brasil não se pode desprezar o papel do Estado na profissionalização dos jornalistas. Tal processo ganhou impulso especial nos anos 1930, a partir da criação de sindicatos e escolas de jornalismo, não sem árdua luta dos profissionais brasileiros para tal delineamento do campo. Contudo, é notório que grande parte de tal objetivo foi atingido a partir de ações governamentais, como veremos com mais detalhes a seguir.

Nas décadas de 1920 e 1930, a popularização do jornalismo, a partir do alargamento das audiências, reflete-se em produtos noticiosos marcados pelos *fait divers*, crimes hediondos, roubos, incêndios e outras tragédias humanas que “apaixonam a cidade”, em tons fortemente sensacionalistas, à guisa dos *yellow press* anglo-saxões. Esse novo tom do noticiário é reflexo do aumento do interesse das classes médias urbanas pelo consumo de periódicos (BARBOSA, 2001; 2007).

Nesse cenário, a figura do repórter torna-se imprescindível na busca pelo drama humano. Abandonando as longas digressões que ainda marcavam o texto jornalístico marcadamente político do século anterior, o autor das notícias constrói uma narrativa a partir de recursos estilísticos literários, com personagens e representações arquetípicas. Mas a romantização do real deve ser apresentada dentro de determinados parâmetros, como o da verossimilhança, para não perder credibilidade e afugentar o leitor. “Compondo o texto a partir de um mundo, o repórter gera um novo mundo: um mundo que mescla realismo e

romance, uma vez que a estrutura narrativa lembra a dos romances folhetins” (BARBOSA, 2007, p. 50).

É a partir desse período que a imparcialidade, até então paulatinamente delineada pelos membros do campo jornalístico, começa a se solidificar como uma mítica presente nas redações, definindo a conduta daqueles que aspiram à posição de tradutores da realidade para o público. A separação entre o mundo da opinião e da informação constrói aos poucos o conceito de objetividade como algo imprescindível à notícia e como aspecto fundamental da profissão. Os jornalistas, ao falarem de si mesmos como grupo, instauram signos distintivos em relação a diversos outros, formando uma identidade especial como detentores da informação. Contribuí, portanto, para o surgimento de uma mítica de “vocação e amor verdadeiro à profissão”, uma dedicação total a uma “missão” política e social (BARBOSA, 2007).

Esse valor profissional, resultado de um processo de fixação identitária do jornalista — isento e imparcial —, passa a ocupar lugar emblemático entre os membros do grupo. Mas a profissionalização da comunidade profissional só se completa no Brasil por meio de ações legais perpetradas pelo Estado. Foi durante os anos em que Getúlio Vargas esteve no Palácio do Catete que a profissão foi “criada” pelo Decreto nº. 910/1938, que tornava obrigatório o registro de jornalistas profissionais no Ministério do Trabalho. Outros Decretos que mereceram destaque foi o nº. 5.480/1943, que regulamentou a criação de cursos de jornalismo, e o nº. 7.037/1944, que instituiu a jornada de trabalho de cinco horas, enquadrando as funções jornalísticas e criou a tabela de remuneração mínima.

2.3.1 As reformas jornalísticas

O regime varguista trouxe também outras implicações significativas para a imprensa nacional. Especialmente durante o Estado Novo (1937-1945), avistou-se um período de notória censura à imprensa, restrição da liberdade de produção e cultural e massificação dos públicos. A propagação do discurso único era apoiada ainda pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado em 1939, e por suas subdivisões estaduais, cuja função, além de censura, incluía difusão ideológica. O DIP e os DEIPs cercearam e cooptaram os meios de comunicação de massa e profissionais de imprensa à tutela do Estado. Entre outras atividades, os órgãos controlavam também “as relações de trabalho entre os patrões e os funcionários desses veículos, cuidando de seus interesses e deveres, zelando pelo cumprimento dos

contratos, e cadastrando todas as empresas de comunicação e profissionais da área” (GOULART, 1990, p.24).

E seria justamente o DIP, de maneira indireta, o elemento propulsor da reforma técnica da imprensa brasileira durante as décadas de 1940 e 1950. O jornalista Pompeu de Souza, um dos grandes introdutores das reformas baseadas no modelo estadunidense, foi enviado pelo órgão à Nova York em 1941 para trabalhar na *Voz da América*, programa de rádio com propaganda aliada transmitido para a América Latina. Lá, ele conheceu outro padrão de jornalismo e desenvolveu estratégias para adaptá-lo ao contexto brasileiro.

Diretor de redação do *Diário Carioca* dos anos 1950, Pompeu de Souza coloca a publicação na vanguarda das reformas ao implantar o texto objetivo e a pirâmide invertida em detrimento do chamado “nariz de cera”, reminiscência do galicismo na imprensa brasileira. Insere no processo de produção do jornal o manual de redação, que não tardaria a se espalhar por outras publicações cariocas e brasileiras. Mas como já dito anteriormente, “todo o processo de modernização do jornalismo da década de 1950 sedimentou uma série de mudanças que já vinham sendo implementadas desde a primeira década do século e que encontra na conjuntura histórica eco favorável ao discurso da neutralidade” (BARBOSA, 2007, p. 150).

As técnicas estadunidenses impuseram ao jornalismo noticioso um conjunto de restrições formais que diziam respeito tanto à linguagem quanto à estrutura do texto. A redação jornalística passou a adotar um estilo impessoal e direto. Esse processo foi em parte reflexo da busca de autonomização definitiva do jornalismo em relação a outros campos e da sedimentação de uma deontologia própria. Mais do que trazer rupturas, as reformas dos anos 1950 devem ser analisadas pelo prisma de um movimento de consolidação, conduzido pelos próprios jornalistas em nome de sua legitimação enquanto comunidade discursiva própria (RIBEIRO, 2007). Contudo, essas reformas não foram absorvidas sem resistência pelos profissionais no Brasil, passando por adaptações e acomodações em relação a práticas pré-existentes.

Mesmo que o processo de profissionalização tenha dado seus primeiros passos durante o início do século XX, será a partir do modelo adotado na década de 1950 que serão construídos valores e representações sobre o ideal profissional. Observa-se, portanto, que os jornalistas brasileiros se inserem nesse período baseados em uma mítica da profissão, um

lugar onde se iniciaria o “jornalismo brasileiro contemporâneo”. As reformas técnicas, que introduzem o ideal de neutralidade e de objetividade, serviram para impor uma dada representação dos jornalistas sobre si mesmos. “É importante na construção memorável dos jornalistas, permanentemente atualizada por múltiplos discursos (inclusive o acadêmico), exaltar valores indispensáveis ao bom profissional” (BARBOSA, 2007, p.158).

O processo de profissionalização também foi acompanhado por um aumento dos salários, alavancados pelo vespertino *Última Hora*, fundado pelo jornalista Samuel Wainer. A estratégia da publicação para atrair talentos do meio inflacionou os salários do mercado das grandes capitais e contribuiu para que o jornalismo deixasse de ser considerado um bico, uma atividade provisória, e conquistasse definitivamente o *status* de atividade profissional. A elevação das médias salariais também foi resultado das campanhas por aumento salarial realizadas pelos sindicatos e associações de classe e dos acordos firmados com as entidades patronais ou diretamente com os próprios empregadores.

A modernização da imprensa brasileira nos anos 1950 parece, num primeiro momento, seguir o mesmo padrão do desenvolvimento norte-americano: uma racionalização da produção que apontava para a implantação de um jornalismo de massa no país, ou, noutras palavras, para a incorporação da imprensa na esfera da indústria cultural. Mas na visão de autoras como Ribeiro (2007) e Barbosa (2013), este processo no Brasil seguiu impulsos de outras ordens, cujas contradições eram muitas. Pelo menos no período inicial, a modernização do jornalismo nacional obedeceu a impulsos de outra ordem. Ao contrário do que se passou nos Estados Unidos, onde o jornalismo se profissionalizou na esteira da liberdade de imprensa, no Brasil, isso ocorreu por meio do vínculo estreito do jornalismo com a sociedade política.

Última Hora, *Diário Carioca*, *Tribuna da Imprensa* e *Jornal do Brasil*, que, em graus variados, encabeçaram a adoção das técnicas editoriais e gráficas, fizeram-na como estratégia de luta política, de forte oposição ou apoio quase irrestrito ao governo. Em meados do século XX, não havia contradição entre a lógica da empresa jornalística e a lógica da política: as duas se adequavam uma à outra, às vezes de uma maneira perfeita, às vezes precariamente. Um exemplo do papel nitidamente político da imprensa nos anos 1950 foi a forte campanha perpetrada pela grande maioria dos meios de comunicação contra o presidente durante o segundo governo Vargas, na crise que culminou com seu suicídio.

A imprensa, que havia sido um dos alvos preferidos de Vargas durante a ditadura estado-novista, não tardou a se posicionar contra as pretensões do então presidente desde que ele iniciou sua campanha eleitoral, em 1950. Os jornais ainda eram ostensivamente ligados a correntes políticas, e a notícia, a informação, a cobertura e a opinião eram voltadas para um único candidato. Predominava na imprensa da época um estilo de jornalismo imbuído de “uma missão”, comprometido politicamente e convencido de poder se sua ‘tribuna’ sobre a opinião pública (ALDÉ, 1997).

De acordo com Barbosa (2007), apesar do discurso construído pelos jornalistas, não haveria no período a preocupação com objetividade e neutralidade. O jornalismo mantinha seu posicionamento de amplificação do discurso político. Os jornais continuavam sendo lugares de tomada de posição política. Mais do que um contrapoder, a imprensa no período adotava uma postura de poder instituído. “No Brasil, os jornais jamais exerceram o papel de *watchdogs* que tinha, por exemplo, o ideário americano (...) A imprensa sempre teve relação simbiótica com a política, ocupando lugar central em muitos episódios decisivos” (RIBEIRO, 1999, p. 53).

Assim, mais do que servir à democracia, o *ethos* profissional do jornalista desenvolve-se na esteira do papel de intermediário entre o poder e o público. Já que não havia cidadania suficiente para a população falar e chegar às cercanias do poder, cabe ao jornalismo o papel autoinstituído de ser porta-voz das chamadas causas do povo. Sobressai-se também na idealização da atividade a ideologia da vocação, através da qual o jornalismo teria uma espécie de missão superior, só podendo ser alcançada se revestir suas ações de um dever religioso. A profissão torna-se uma espécie de religião, na qual se espera o cumprimento do dever como algo sagrado, um chamamento, uma ordem divina (BARBOSA, 2007).

2.3.2 O jornalismo nos anos da Ditadura Militar

A respeito dos anos em que o Brasil viveu sob a égide do Regime Militar (1964-1985), grande parte dos estudos e debates sobre a história da imprensa no período apontam imediatamente para as restrições à liberdade de expressão e o apoio dos veículos ao golpe. Esta fase foi marcada também pela continuidade no processo de atualização redacional e editorial dos jornais, centrada no ideal de objetividade norte-americano, e pela forte concentração do mercado. Influenciados pela censura e pela concretização do modelo

empresarial, os jornais consolidaram durante os anos 1960 o processo de inovação que se iniciara na década anterior.

Em 1964, Alberto Dines, diretor de redação do *Jornal do Brasil*, além de alicerçar as mudanças gráficas e redacionais já adotadas pela publicação, cria o Departamento de Pesquisa. Melo (2014) explica que o setor era composto por uma equipe responsável por apoiar a produção noticiosa diária e aperfeiçoar a contextualização dos fatos. A ideia de Dines era de expandir o hábito da pesquisa antes da apuração da notícia às demais editorias. O Departamento selecionava, catalogava e arquivava informações diversas, além de auxiliar o repórter, quando este precisava de dados para redigir a matéria.

Sete anos mais tarde, *O Globo*, que até então havia adotado tímidos aperfeiçoamentos de caráter técnico, passou por um processo radical de modernização sob a chefia de Evandro Carlos de Andrade. A publicação carioca foi uma das maiores beneficiadas no processo de concentração, sendo uma das poucas a conseguir manter tiragens acima de 200 mil em um período em que a imprensa em geral passava por uma crise.

De acordo com Ribeiro (2012)⁷, a redução do número de publicações não foi apenas quantitativa, mas também qualitativa. Com o desaparecimento de muitos periódicos, passou a haver uma significativa diferenciação entre grandes e pequenos jornais, praticamente inexistente até aquele momento. Nos anos 1950, cerca de 20 jornais do Rio de Janeiro, então Distrito Federal, tinham uma tiragem média de 80 mil exemplares. No início da década de 1980, essa situação tinha mudado completamente, e apenas três jornais — *O Globo*, *O Dia* e *Jornal do Brasil* — possuíam tiragens de mais de 200 mil exemplares e monopolizavam quase 80% dos leitores.

O elevado número de fechamento de publicações pode ser explicado pela nova dinâmica do mercado jornalístico, que obrigava a um maior investimento em modernização técnica-administrativa. O gerenciamento das empresas precisava se tornar mais racional e impessoal e eram necessários recursos para aquisição de tecnologia, como maquinário e instalações. Contudo, nem todos os jornais, principalmente os mais populares, conseguiram

⁷ RIBEIRO, Ana Paula Goulart. “Os anos 1960-70 e a reconfiguração do jornalismo brasileiro.” Em: SACRAMENTO, Igor; MATHEUS, Leticia Cantarela (orgs). *História da comunicação: Experiências e perspectivas*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2014.

implementar tais investimentos, uma vez que grande parte das verbas de publicidade foi desviada para o novo meio que se estabelecia, a televisão.

Se antes havia uma miríade de posições editoriais, com a concentração, os jornais perderam a característica de construção de sua identidade sobre uma matriz político-ideológica.

O desaparecimento do pluralismo político na imprensa diária era resultado da chegada do jornalismo informativo, baseada nas formas técnicas do modelo norte-americano e centrada nos ideais de objetividade, neutralidade e imparcialidade. A ‘despolitização’ da imprensa foi consequência também do sistema autoritário que se impôs à nação no pós-1964. A censura e a pressão governamental sobre os jornais e sobre os jornalistas tiveram, nesse contexto, um papel fundamental. (RIBEIRO, 2012, p.192)

Durante o governo dos militares foi iniciado um novo ciclo de modernização conservadora. No campo da profissionalização, o Decreto nº. 972/1969 instituiu a obrigatoriedade do diploma para o exercício do jornalismo. Para Roxo (2012), tal processo visava eliminar quaisquer vestígios da relação do jornalismo com seu passado de natureza política, pois as antigas práticas não continham conteúdo informativo. A técnica redacional e o domínio na qualificação acadêmica do jornalismo seriam formas de expurgar o passado político.

Ao lado do reconhecimento da importância da técnica e da formação acadêmica, houve durante o Regime Militar, especialmente a partir dos anos 1970, uma valorização do jornalismo econômico em detrimento do político. Com a oposição dizimada, todas as fontes noticiosas estavam ligadas ao governo, o que, somado à censura, dificultava o acesso às tomadas de decisão dentro da esfera política. O próprio discurso dos militares era voltado à promoção do “milagre econômico”, sendo o modelo de desenvolvimento adotado pelo país uma brecha para as críticas da imprensa em relação ao governo. Não tardou para que as editorias de economia conquistassem o espaço antes reservado à cobertura de política, e nela se instituísem inovações que mais tarde seriam adotadas por toda redação (Abreu, 2012).

Mas o posicionamento dos jornalistas nem sempre foi crítica em relação ao governo militar. Grande parte da imprensa brasileira, salvo exceções como o *Última Hora*, apoiou o golpe. Havia um consenso nos meios de comunicação contra a política nacionalista e populista de João Goulart, referendado por editoriais agressivos que se opunham ao governo e

que exigiam mudanças radicais na política. Logo depois do golpe, no entanto, muitos jornais passaram para a oposição.

A despeito do aparato de censura que se instaurou logo após o golpe, a repressão aos veículos aconteceu de forma descentralizada, heterogênea e, não raramente, informal, sujeita aos arbítrios dos censores. Após a instauração do Ato Institucional nº. 5 (AI-5), que recrudescera a repressão, profissionais foram perseguidos e demitidos, e tiveram dificuldade de se firmar novamente na imprensa. A animosidade geral contra a imprensa se traduzia desde atentados a bombas contra sedes de jornal e entidades de classe até a censura de notícias de greves, disputas internas do governo, produção energética, saúde pública ou qualquer tema que pudesse ser “deturpado” e estimular a subversão.

Repórteres eram espancados na rua pela polícia, suas anotações recolhidas e seus gravadores e câmeras destruídos. Smith (2000) explica que às vezes esses incidentes destinavam-se a impedir que os jornalistas cobrissem os eventos que haviam testemunhado, mas em outras ocasiões poderiam decorrer de uma simples animosidade contra a imprensa.

O caso mais proeminente foi o do jornalista iugoslavo naturalizado brasileiro Vladimir Herzog. Sem envolvimento político, o diretor da TV Cultura de São Paulo foi torturado e morto em 1975, depois de se apresentar espontaneamente à sede do Destacamento de Operações de Informações, do Centro de Operações de Defesa Interna do Exército (DOI-CODI). Um ato ecumênico pela sua morte, realizado na Catedral da Sé, na capital paulista, reuniu 10 mil pessoas e marcou um momento decisivo da expressão e solidariedade da sociedade civil.

A perseguição da ditadura a determinados indivíduos da imprensa também se fazia de outras maneiras além do uso da força física. Jornalistas eram constantemente ameaçados por processos judiciais, acusados de crimes como calúnia e difamação, e credenciais para a cobertura de qualquer repartição do governo poderiam ser suspensas sem maiores explicações ou possibilidade de defesa.

Smith explica que, apesar da conduta antipática do regime no trato com a imprensa, ela não pode ser considerada o alvo principal do terrorismo estatal. Dos mais de 700 processos no Supremo Tribunal Militar transcorridos entre 1969 a 1974, cerca de 2% envolvia jornalistas. “Ser membro da imprensa não oferecia o nível de risco e enfrentamento por membros de outros grupos, em particular pessoas que pertenciam a organizações clandestinas.

Não obstante, o terror e a agressão estavam ao alcance do regime em sua tentativa de controlar a imprensa” (SMITH, 2000, p. 93).

Mesmo que tenha havido resistência dentro dos quadros da grande imprensa e da imprensa alternativa, a exaltação do heroísmo dos jornalistas não pode encobrir o fato de que muitos profissionais e veículos impuseram uma autocensura, com maior ou menor nível de consciência e intencionalidade. Muitos aprenderam a identificar o tipo de assunto que poderia gerar problemas para os órgãos de informação ou passaram a adotar atitudes colaboracionistas. De acordo com Kucinski (2002), o exercício generalizado de autocensura, estimulado por atos isolados de censura, determinou o padrão de controle da informação durante o período do regime autoritário, sendo os demais métodos, como censura prévia e expurgo de jornalistas, considerados meros acessórios.

Como afirma Barbosa (2012), para muitos jornalistas é mais interessante construir uma imagem de destemor e bravura do que revelar as aproximações que de fato têm com o poder. A maioria curva-se às ordens superiores, introjetando o discurso proibitivo antes mesmo que ele chegasse às redações. Mas a composição da imagem do herói que combate os desmandos do poder, que arrisca sua vida em nome da notícia e que se vê cerceado pelas forças de opressão ajuda a construir um lugar simbólico do jornalista como defensor dos interesses públicos e corrobora a ideia de “jornalismo como missão”, em voga desde muito antes do Regime Militar. Esse efeito discursivo muitas vezes mascara as aproximações dos jornalistas com o poder e os benefícios dali advindos.

2.3.3 Greve: a emergência de uma nova identidade

No fim dos anos 1970, o país havia sido tomado por um clima de mobilização sindical, em decorrência da política de arrocho salarial dos governos militares. Em maio de 1979, influenciado pelo novo sindicalismo da região do ABC Paulista e pela defesa de um processo de redemocratização mais intensificado, os jornalistas de São Paulo iniciaram uma greve por aumento salarial. Esse movimento teve sérias implicações sobre a identidade do jornalista que vigorava até então.

As perdas salariais colocavam os jornalistas, na visão dos líderes sindicais, entre as classes menos favorecidas da população economicamente ativa. Roxo (2012) identifica no contexto da greve três categorias, que ele atribui como precárias e imprecisas, de representação dos jornalistas como atores sociais: trabalhador, intelectual e profissional. O

autor toma a greve como processo de renegociação de lugares e como momento dramático de luta em torno da redefinição da autoridade profissional. O que se intuiria da greve seria uma tentativa de um conjunto de militantes sindicais de dotar a categoria de uma tradição de luta e identificá-la com uma consciência de classe. “A ação sindical procurou afirmar uma identidade do jornalista como trabalhador, em detrimento de outras formas de representação. Assim, a greve deve ser vista como um campo de forças polarizado” (ROXO, 2012, p.14).

Durante a greve, os jornais paulistas conseguiram circular com o apoio de jornais *O Globo* e *Jornal do Brasil*, do Rio, e de profissionais que não aderiram ao movimento. Sem o suporte do sindicato dos gráficos à causa dos jornalistas, os jornais foram impressos e distribuídos, mesmo com o noticiário local reduzido. A queda da qualidade não se fez sentir entre o público, apesar das ameaças das entidades publicitárias, que viam riscos de os anúncios não estarem de acordo com a qualidade contratada. Diante do impasse, o Tribunal Regional do Trabalho julgou a greve ilegal por unanimidade.

Alguns autores identificam que a derrota da greve mudou o padrão de jornalismo brasileiro. Para Bernardo Kucinski (1998), o revés do movimento grevista fez os jornais instaurarem um processo demissionário de acordo com critérios “ideológicos”. De acordo com esse padrão, as gerações mais velhas de jornalistas, moldadas pela ética do jornalismo liberal, foram, em boa parte, eliminadas das redações. Ou seja, houve um expurgo dos quadros mais qualificados, que haviam se insurgido e conquistado maior autonomia dentro das redações.

A greve, portanto, teria sido uma tentativa de ruptura do discurso de jornalismo “como vocação”, menos imbuído da causa “sagrada” de informar e mais consciente de seu poder de classe. Se antes era representado como um intelectual defensor das causas gerais, agora era caracterizado por um corporativismo. Com a derrota da greve e as conseqüentes demissões em massa das redações, teria emergido então o modelo atual de jornalista, mais acrítico e apartado das causas coletivas e do projeto nacional.

2.4 O JORNALISTA NA ERA DA INTERNET

O ano de 1983 é considerado um marco inicial da informatização das redações brasileiras. Neste ano, a *Folha de S. Paulo* tornou-se o primeiro jornal da América do Sul a contar com uma redação completamente equipada com terminais de computadores para edição de textos. Ao longo dos anos 1980 e 1990, novos critérios editoriais, relacionados

diretamente à nova temporalidade trazida pela internet, emergem como uma nova estratégia dos jornais para ampliar seu poder simbólico. As novas tecnologias abrem novas possibilidades, como a maior participação das audiências no processo de construção da notícia e a radicalização do jornalismo cidadão, voltado para interesses mais concretos e cotidianos dos leitores.

A estrutura de produção informatizada permitiu um aumento da velocidade em termos de execução de tarefas, o que obrigou os profissionais a lidar com mais pressão, especialmente na grande imprensa. Com o alargamento das audiências dos jornais em nível nacional, o horário passou a ser determinado não mais pelo editor, mas pelo setor comercial e pelo esquema de logística de distribuição para outras cidades. A ditadura do tempo tornou-se ainda mais significativa com o surgimento da internet. Em maio de 1995, o centenário *Jornal do Brasil* tornava-se o primeiro veículo diário do país a disponibilizar seu conteúdo na rede, dando um pontapé inicial aos processos de convergência na mídia brasileira.

O advento da rede ao longo das duas últimas décadas trouxe significativo impacto financeiro às empresas de comunicação, especialmente àquelas com negócios baseados em veículos impressos. A queda nas vendas de jornais e revistas e a migração de uma fatia importante dos anunciantes para o *on-line* vem obrigando as organizações a reduzir os quadros funcionais e a cortar custos na produção da notícia, como abordaremos em maior profundidade nos capítulos a seguir.

Cabe aqui dizer que a situação não é exclusiva do Brasil. Em todo o mundo, a eliminação de postos de trabalho tem sido drástica e a precarização das relações trabalhistas vêm se deteriorando. Formas de trabalho atípicas, como *free-lancers* e trabalhadores temporários, flexibilização salários e benefícios dos trabalhadores reduzem o poder de barganha de associações de classe. (IFJ, 2006). Cada vez mais, veículos buscam fazer mais com menos investimentos e com menos funcionários, o que pode trazer consequências à qualidade da informação fornecida ao público.

Na concepção de Deuze (2004), a aceleração dos fluxos noticiosos e os processos contínuos de convergência acarretam efeitos sobre as práticas e sobre a autopercepção dos jornalistas, apontando para a solidificação de uma identidade profissional atrelada ao multimídia, valorizada especialmente pelas empresas de comunicação. Para o estudioso, a emergência desse novo perfil é fruto de negociações de fatores combinantes, não apenas

tecnológicos, mas organizacionais e de abertura em relação ao público, cada vez mais desejoso por integrar-se ao processo de produção da notícia.

Ramon Salaverría e Samuel Negrodo (2008) destacam que essa polivalência se manifesta de forma funcional, isto é, pela execução de diversas tarefas como fotografia, apuração e edição, ou midiática, quando a produção se destina a diversos veículos da mesma empresa. Esse jornalista “multimidiático”, obrigado a produzir texto, vídeo, imagem para diferentes plataformas, funções antes desempenhadas por diversos profissionais, se vê compelido a reciclar constantemente seu conhecimento e habilidades frente a novas práticas de produção noticiosa sob o risco de tornar-se obsoleto. Ou seja, a valorização desse jornalista “multi-habilidoso” traveste a exigência de uma jornalista “multifuncional”. Como bem sintetiza Kischinhevsky, “há a crescente preocupação com a descaracterização do papel social do jornalista, travestido em uma espécie de banda-de-um-homem-só, um malabarista das ferramentas digitais” (KISCHINHEVSKY, 2009, p.59).

Porém, mais do que “descaracterização” do papel do profissional de imprensa, há que se atentar também para as possibilidades que a internet oferece à prática do jornalismo. O dossiê *Post-Industrial Journalism*, citado na abertura desta dissertação, aponta para o quão fértil o território das redes pode ser para o (re)aparecimento de iniciativas individuais para a produção noticiosa. Uma leitura acurada nos permite comparar em alguma medida esse jornalismo “pós-industrial” defendido pelos pesquisadores da Universidade de Columbia à imprensa pré-industrial, marcada pela aventura de indivíduos engajados na instrução dos públicos. Se o padrão da comunicação na rede ainda é majoritariamente a expressão de um *self* narcísico, desprezar iniciativas externas aos sistemas tradicionais de mídia, como a de blogueiros, *social medias* e midialivristas, seria negar a devida atenção a futuros caminhos possíveis ao trabalho do jornalista.

Entender a forma como os desafios impostos pelo novo ecossistema comunicacional moldam os profissionais de imprensa e de que maneira isto influencia a autoconcepção dos jornalistas é o objetivo primordial deste estudo. Como a comunidade profissional justifica a sua centralidade em um ambiente midiático pautado pelo aparecimento de novos produtores de informação? Como a sua práxis é atingida pelos novos artefatos comunicacionais e pela nova maneira de consumir a notícia?

Com a palavra, os jornalistas.

3. O ADMIRÁVEL MUNDO NOVO DA REDAÇÃO

Os jornalistas estão em vias de extinção... pelo menos, os que atuam veículos impressos. Este não é o diagnóstico ao qual incorre esta dissertação, mas uma previsão do próprio mercado, ainda que prenunciada com poucos critérios científicos. O site estadunidense de empregos CareerCast.com causou certo furor midiático, em julho de 2014, ao incluir os profissionais de imprensa na lista dos dez mais ameaçados, ao lado de lenhadores, carteiros e medidores de água e luz. Até 2022, afirma a página, as contratações devem cair 13%, uma vez que, “veículos *on-line* continuam a substituir os jornais tradicionais, e as perspectivas a longo prazo para [contratação de] repórteres de jornal reflete a mudança”⁸.

Mesmo evitando sucumbir às tentações do alarmismo e do discurso de “o fim está próximo”, não se pode negar que o mercado de trabalho jornalístico, no contexto brasileiro e internacional, vem impondo uma série de desafios aos profissionais nas últimas décadas. O setor vem passando por uma reconfiguração no Brasil desde meados da década de 1980, a partir do início do processo de informatização das redações e da retração do número de empresas de comunicação. A introdução das TICs comprimiu ou extinguiu etapas e funções do processo industrial da notícia, como o *copidesque*, o que eliminou postos de trabalho e alijou profissionais do mercado.

A redução dos quadros também pressiona os profissionais remanescentes. Cada vez mais, os jornalistas são expostos a jornadas extenuantes de trabalho, com significativas consequências à sua saúde física e mental; à precarização das suas relações trabalhistas e à naturalização do assédio (HELOANI, 2005). Além disso, é crescente a “pejotização”, a contratação de trabalhadores por meio do regime de “pessoa jurídica”, sem direitos trabalhistas assegurados pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), como férias remuneradas, 13º salário ou recolhimento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS). Para McKercher (2002), as organizações de mídia minam o poder de negociação coletiva de sindicatos e associações de trabalhadores por meio de contratos individuais, ampliando seu poder sobre as relações de produção.

Essas transformações podem ser situadas num quadro bem mais amplo de reorganização da lógica de produção capitalista, o pós-fordismo, a partir da integração das

⁸ Tradução livre nossa. CAREERCAST.COM. “*Most endangered jobs of 2014*”. Ver mais em <http://www.careercast.com/slide/most-endangered-jobs-2014-newspaper-reporter>. Acesso em 16 jul. 2014.

TICs com os processos produtivos. A convergência multimídia constitui-se na base de articulação de novas ferramentas para que o usuário/consumidor torne-se usuário/produzidor e põe “em cheque a tradicional separação entre o trabalhador e os meios de produção, entre o mundo do trabalho e o mundo da vida”. (COCCO *et al.*, 2003, p. 8).

Essa nova fase do capitalismo é denominada por alguns autores como sendo “pós-industrial”, “informacional” ou “cognitivo”. Nesse mundo fragmentado e instável, sob o reinado de uma nova construção da individualidade pelo consumo constante de novas experiências, os sujeitos se veem impelidos a migrar de uma tarefa a outra, de emprego a outro, sem pensar no longo prazo e sem um sentimento constante de si. A antiga lógica da “fábrica”, do tempo aprisionado para a execução de tarefas e da massificação dos trabalhadores, é substituída pela da “empresa”, que estabelece a motivação por meio da rivalidade dos indivíduos e da flexibilização dos processos (DELEUZE, 1992; SENNETT, 2008).

Para além da formação como profissional, hoje é preciso levar em consideração todo o conjunto de saberes explícitos e tácitos de cada indivíduo na formação do chamado “capital humano”, tão precioso à proliferação do trabalho imaterial. Pode-se observar esse como mais um ponto da generalizada tendência de migração da doutrina neoliberal para domínios além da economia, uma vez que o acúmulo de conhecimento é encarado como “propriedade privada potencial de todo e qualquer indivíduo, o que implica que todos são ‘capitalistas’, possuidores de um ‘meio de produção’ difuso e imaterial” (CAZELOTO, 2011, p. 75).

Essa lógica da “empresa” que se espelha para além dos limites da produção faz com que os indivíduos se convertam em pequenos empresários, administradores do risco e da incerteza inerentes ao quadro de instabilidade. No capitalismo contemporâneo, há uma precarização das relações de trabalho e desmantelamento dos direitos conquistados através da informatização do trabalho, da substituição do pleno emprego pela prestação de serviços e desconstrução da relação salarial.

O mercado torna-se, portanto, um novo dispositivo foucaultiano, uma vez que todos os momentos e espaços da vida são colocados a serviço do processo de valoração. O trabalhador pós-fordista coloca à venda toda a sua bagagem cultural, adquirida nos momentos de “lazer” e de “formação acadêmica”, e não apenas uma força de trabalho pré-estabelecida, para se

oferecer a empresa como um produto em contínuo processo de produção (GORZ, 2005; COCCO, 2009).

Tais mudanças no mundo do trabalho não deixam de atingir a profissão jornalística. A produção industrial e sua divisão do trabalho já não servem mais de paradigma para a produção noticiosa. Na atualidade, a ideia do jornalista como operário da informação, que o aproximava de outras classes de trabalhadores serializadas e que serviu inclusive base retórica para as greves do fim da década de 1970, foi enterrada de vez pela ideia de jornalista-empresendedor, cada vez mais individualizado, isolado em seu trabalho.

No lastro de mudanças mais profundas de ordem social a partir da expansão das novas tecnologias, do jornalista pós-industrial é exigida a maximização seus conhecimentos de ordem técnica. Diferentemente do regime fordista, o trabalho não se organiza mais pela divisão de tarefas: um mesmo jornalista acumula diversas funções, desde a pauta até a edição final. A exigência hoje recairia mais sobre domínio habilidades técnicas do que da fidedignidade da representação da realidade (FONSECA & KUHN, 2009).

No campo jornalístico, assim como em outras áreas, à queda de representatividade dos sindicatos e à instabilidade do profissional, que se vê obrigado reciclar-se constantemente para um setor marcado pela convergência, onde as competências exigidas não cessam de mudar, somam-se outros elementos como o excesso de mão de obra. De acordo com dados do Censo do Ensino Superior de 2012, do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), o Brasil conta com 569 faculdades de jornalismo que formam 15 mil novos profissionais em todo Brasil anualmente. Para Bourdieu (2005), essa massa de mão de obra liberada a cada ano pelas escolas de jornalismo é um dos elementos catalisadores da precarização do trabalho.

A superprodução universitária criaria um exército reserva cultural equivalente à antiga “reserva de trabalho da indústria” (BOURDIEU, 2005, p.42), o que reduz o grau de autonomia dos profissionais em relação aos ditames das empresas e de valores comerciais, sob ameaça do desemprego. Para além desse mercado saturado e com vagas escassas em redações e assessorias de imprensa, discute-se também a qualidade do ensino, especialmente em instituições particulares e no interior do país. O fim da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão, em 2009, é visto também como mais um desafio contemporâneo no cenário brasileiro.

A crescente pressão sobre os profissionais de imprensa foi melhor expressa pela pesquisa executada pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). O censo, que catalogou cerca de 2,7 mil jornalistas, constatou que quase metade (45,1%) trabalha mais de 8 horas diárias e aproximadamente 25% atuam sem carteira assinada, na condição de *free-lancers*, pessoa jurídica ou prestação de serviços. Entre os meios, o impresso ainda é o que emprega a maior parte da força de trabalho, 64% dos jornalistas analisados, seguido pela internet, com 44,6%. Mas entre os que trabalhavam fora do ambiente *on-line*, 76% disse ter seu trabalho divulgado integralmente ou em grande parte na rede (MICK & LIMA, 2013).

Este último dado pode ser um reflexo dos processos de convergência que vem ocorrendo dentro das redações, que de acordo com Deuze (2004; 2008) trazem grande impacto sobre a práxis, a cultura profissional e a autopercepção dos jornalistas. O estudioso neerlandês comenta que, de um lado, jornalistas que convivem em um ambiente no qual lhes é imposta a obrigação de produzir para mais de um meio estão sujeitos a mais estresse e nenhum sentimento de realização profissional por ver sua produção em vários formatos. Por outro, profissionais envolvidos ativamente no processo de convergência, tendem a ver a integração como benéfica, ainda que onerosa.

Os efeitos da relação dos profissionais com o processo de sinergia entre diferentes veículos da mesma empresa, apontados por Deuze, encontraram eco em nossa pesquisa. Enquanto profissionais mais experientes do jornal *O Globo* tenderam a enxergar a integração como um “desafio que precisa ser encarado apesar das dificuldades”, profissionais mais jovens, menos envolvidos com as tomadas de decisão, e das publicações da Ejesa, onde a unificação das redações ainda não foi completa, inclinaram-se a uma visão mais crítica. Desenvolveremos melhor esse ponto mais à frente.

Primeiro, abordaremos brevemente o estágio de desenvolvimento *on-line* de cada uma das publicações. Iniciado seu processo de informatização da redação em julho de 1985, *O Globo* criou seu portal de notícias *on-line* doze anos mais tarde, em um prédio separado da redação do jornal de papel. Com o baixo retorno financeiro da versão digital, o jornal foi um dos pioneiros no Brasil a dar início à integração das redações, em um processo iniciado em 2008, levado a cabo em diversas etapas. Em outubro daquele ano, a empresa instituiu um realinhamento das suas marcas, com a fusão dos produtos impresso e digital sob o guarda-

chuva da mesma rubrica — *O Globo* —, escudada pelo *slogan* “*Online. On time. Full Time*” (“informação online, em tempo real, o tempo todo”, em tradução livre).

Entre 2009 e 2010, as editorias dos dois veículos também passaram a coexistir no mesmo espaço físico. Como explica Moretzsohn (2014), a integração significou uma mudança radical na divisão de trabalho, pois os mesmos profissionais passaram a produzir simultaneamente para os dois veículos. O editor de cada área passou a ser responsável pelas duas plataformas e o antigo editor do *on-line* se tornou subeditor. A partir do relato dos profissionais ouvidos por este estudo entende-se, contudo, que a integração se deu em ritmos de adaptações diferentes em cada editoria.

Isso ocorre porque o senso comum nos leva a crer que por ambas versões envolverem o texto escrito, a justaposição da produção do impresso e a do digital seria um caminho mais fácil, mais óbvio. Contudo, as duas envolvem rotinas e lógicas muito diferentes, que em alguns momentos chegam a ser contraditórias. Enquanto o fechamento em um jornal de papel geralmente fica a cargo de jornalistas mais experiente, responsáveis por aquela atividade, no *on-line*, pelo que foi observado em nossa visita, fecha quem mais estiver disponível ou menos absorvido nas matérias que estiver produzindo, “quem tiver braço”. Não raramente, esse profissional é o “foca”⁹.

De acordo com o relato de alguns repórteres, a integração das redações se deu de forma mais fluida em editorias menores, como “Megazine” e “Tecnologia” (ambas mais tarde “absorvidas” pela nova editoria “Sociedade”, criada em maio de 2014), e na editoria de “Mundo”, mais habituada a gerir o grande volume de conteúdo produzido pelas agências de notícias. Em setores considerados “de cabeça”, dentre os quais “País”, “Economia” e “Rio”, impera ainda hoje uma separação informal entre profissionais com mais tempo de redação, mais dedicados à produção do impresso, e jornalistas atuando em escala para cobrir o dia a dia acelerado do digital, majoritariamente na faixa etária de até 30 anos. Isso refletia-se também nos salários. Mesmo com a unificação das redações tendo se iniciado em 2009, a equiparação das remunerações dos jornalistas do impresso e do digital com o mesmo tempo de carreira só veio a ocorrer quase dois anos mais tarde.

⁹ “Foca” é um jargão muito empregado no meio para designar o jornalista novato — recém-formado ou estagiário —, ainda pouco experiente no mundo da redação. Se recorrermos à terminologia boudieusiana, seriam os agentes que estão dando os primeiros passos para a “absorção” do *habitus* inerente ao campo jornalístico.

Em 2012, com intuito de investir mais nas plataformas multimídias, o jornal unificou o setor de fotografia e o audiovisual. Com câmeras digitais mais modernas, fotógrafos passaram a receber treinamento para produzir vídeos, e o número de contratados para atuar nas ilhas de edição aumentou. Antes, com um número pequeno de câmeras de vídeo disponíveis para toda a equipe do jornal, os repórteres eram obrigados a produzir com os próprios celulares, o que gerava uma produção de alegada baixa qualidade. Após a reestruturação da parte audiovisual, o uso de *smartphones* ficaram relegadas a momentos de flagrantes das equipes de reportagem.

Já em 2014, uma nova reestruturação, além de criar a editoria de “Sociedade”, estabeleceu um novo esquema de horários. Em março daquele ano, mais de cinco anos após a unificação das redações, as rotinas produtivas do digital e do impresso ainda eram marcadamente distintas. Enquanto os jornalistas do papel e as chefias de cada editoria chegavam por volta do meio-dia, com fechamento no início da noite, os jornalistas do digital atuavam desde a manhã, em ritmo de fechamento constante, por meio de escala. Após as mudanças, os editores passaram a trabalhar das 7h até por volta das 15h, para acompanhar todo o processo de produção das duas versões de *O Globo*. O fechamento do impresso passou a ficar a cargo do editor-adjunto. Tal atitude foi motivada por uma tentativa de valorização interna da produção do *on-line*.

Em consonância ao que explica Deuze (2004; 2008), percebemos que a convergência dentro do jornal *O Globo* se deu paulatinamente, mas não sem choques entre diferentes culturas profissionais, diferentes formas de pensar a produção. Para o autor, os grandes obstáculos à integração são de ordem cultural, fruto não apenas de processos estressantes e mal orientados, mas também de separações históricas de identidades e culturas de trabalho. Contudo, tais procedimentos ocorrem com significativas diferenças de um veículo a outro, mesmo os de propriedade da mesma empresa.

Tensões observadas em *O Globo* não reverberaram com a mesma intensidade no jornal *Extra*, lançado em 1998 já com redações do impresso e do *on-line* integradas. Diferentemente do carro-chefe da Infoglobo, profissionais do *Extra* relataram, durante a visita de campo, menos pressão por parte dos diretores da organização, e mais liberdade para tomar iniciativas, como por exemplo a criação em 2014 de um canal de comunicação direta com o público via serviço de mensagens *Whatsapp*. Na visão dos profissionais entrevistados, uma ação com essa no jornal *O Globo* demoraria mais tempo para ser implementada, uma vez que não viria sem reuniões para o planejamento de marca, *benchmarking*, consulta de acionistas, etc. Ou seja,

um processo de sinergia que não apresenta complexo apenas internamente à redação dos produtos impresso e digital, mas em relação a outros departamentos da empresa, como o setor de marketing. Abordaremos mais sobre esse empreendimento como o do *Whatsapp* do *Extra* no capítulo 4.

Na Ejesa, por sua vez, ainda que as redações de cada veículo ainda ocupem o mesmo andar, há uma separação entre os profissionais e as editorias do impresso e do digital. *O Dia* entrou na era da informatização da redação em 1993, junto com um processo de reposicionamento da sua marca, buscando atingir a classe C. O site, criado no fim dos anos 1990, hoje se estrutura em uma pequena equipe coordenada, responsável principalmente por mais por transpor a produção do impresso para o *on-line* mais do que produzir especialmente para o veículo digital. Em outubro de 2010, a partir da compra de parte do capital da Editora O Dia, a Ejesa passou a ser responsável também pela produção do jornal *O Dia*.

A empresa havia surgido no ano anterior, com a criação do jornal *Brasil Econômico*. A publicação já nasceu com um site, com conteúdo produzido por uma equipe específica. Em maio de 2013, com a transferência da redação de São Paulo para o Rio de Janeiro, houve uma ameaça de greve entre os profissionais paulistanos, ameaçados de verem seus postos de trabalho extintos. Após negociações com sindicato, parte dos empregos na capital paulista foi mantida. A produção do *BE* e de *O Dia* foi concentrada no mesmo edifício no Rio, onde também foi alocada parte das equipes do jornal *Meia Hora*, do portal de notícias *on-line* Último Segundo e da rádio FM O Dia.

O relato dos jornalistas aponta que ainda que não lhes seja imposta uma atuação multifuncional por parte das chefias dos veículos da Ejesa, eles reconhecem a importância de saber fotografar e filmar, uma vez que a equipe de fotógrafos é limitada e nem sempre há profissionais que lhes possam acompanhar para sair às ruas. Aliás, a saída da redação no processo de apuração das matérias tem sido cada vez mais problemática para os profissionais das duas empresas, como abordaremos mais em profundidade no tópico a seguir.

3.1 CONDIÇÕES DA PRODUÇÃO E O “JORNALISTA SENTADO”

O sociólogo francês Érik Neveu lança mão do conceito “jornalismo sentado” (*journalisme assis*) para designar uma prática jornalística voltada ao tratamento de informações de caráter noticioso que não foram coletadas pelo profissional, em oposição a um jornalismo “em pé” (*journalisme debout*), dedicado ao contato direto com as fontes, por meio

de reportagens e entrevistas¹⁰. Em sua análise sobre a ideia resgatada por Neveu, Pereira (2004) argumenta que a internet não é introdutora da prática de um jornalismo recluso dentro da redação, mas a estrutura da rede radicalizou o uso de informações produzidas por fontes externas aos veículos. O autor alega que essa foi uma das maneiras que as empresas jornalísticas encontraram para a alimentação de um fluxo contínuo de suas páginas na *web* com um quadro profissional reduzido.

Apesar de as autonarrativas historicamente construídas pelos profissionais de jornalismo valorizarem a figura mítica do repórter investigativo, que movimenta-se pelo cenário urbano e pelos bastidores do poder à caça do furo de reportagem, como veremos em maiores detalhes no próximo capítulo, a dificuldade de sair da redação foi um dos pontos críticos mais apontados pelos jornalistas entrevistados por esta pesquisa, especialmente entre os repórteres mais jovens, geralmente mais ávidos por ir à rua. Stephanie Tondo, repórter do jornal *O Dia* formada há menos de três anos, defende que o ato de “flanar” pela rua pode lhe ajudar a pensar em pautas mais relevantes.

Eu sinto bastante falta de sair e ir à rua. Sempre que eu posso, procuro fugir um pouco. Uma pauta sobre tendências do Natal na Saara [região do comércio popular do Rio], por exemplo, é algo que eu não conseguiria se não fosse para a rua. Meu editor defende que o jornalismo precisa voltar às origens. O jornalista precisa *flanar* pela cidade em busca de pautas, e não ficar só dentro da redação, dependente da internet. Só assim que o jornalismo vai se diferenciar dos sites da internet. Uma vez meu editor veio andando na rua e percebeu várias placas nas portas das lojas procurando funcionário. Isso rendeu uma capa: “O comércio está contratando”. É uma pauta boa que foge do que todo mundo está dando. Além disso, na rua você também faz “*networking*”. Às vezes, você fala com um assessor durante anos e nunca o viu pessoalmente (TONDO, 2015).

Se a produção por meio da internet, do telefone e quaisquer outras tecnologias de comunicação economiza tempo e dinheiro das empresas, a repórter considera, talvez inspirada pela influência da figura do seu editor, que a informação coletada a partir das ruas a coloca em vantagem frente a outros veículos (“foge do que todo mundo está dando”). A observação da jornalista vai de encontro à crítica de Helder Bastos (2011), da Universidade do Porto, de que os jornalistas estariam passando por um processo de “alienação” dentro das redações, pelo afastamento das práticas e dos papéis desempenhados tradicionalmente. A probabilidade

¹⁰ Os termos “Assis” (sentado) e “Debout” (em pé) aparecem em um glossário ao fim da Introdução de *Sociologie du Journalisme*, publicado por Érik Neveu em 2001. Curiosamente, os verbetes foram excluídos da edição brasileira, de 2006, consultada por esta dissertação. O leitor pode conferir gratuitamente a Introdução do original em francês pelo link <http://www.cairn.info/sociologie-du-journalisme--9782707158277--page-3.htm>.

do furo de reportagem é reduzida nas redações multimídias, uma vez que as rotinas apressadas relegam a segundo plano o cultivo de fontes, algo que exige tempo, disponibilidade e contatos pessoais regulares.

Bastos reconhece que a sedentarização do jornalista ocorre desde a incorporação das primeiras tecnologias da comunicação dentro das redações, mas se exacerba de sobremaneira no ciberjornalismo. O autor encara como uma deturpação do “fazer jornalismo” o fato de repórteres passarem parte de seu tempo laboral editando conteúdo produzido por outros profissionais (reescrevendo releases, cortando fotos, etc). Em coro, Salaverría (2005) acolhe o fato de que os jornalistas que produzem material para internet estão entre os que menos têm contato direto com o “mundo exterior”, convertendo-se em profissionais análogos aos antigos redatores, apenas processando informações que outros haviam gerado.

O crescente uso das TICs soma-se à produção das agências de notícias e às coberturas em *pool* como fatores de homogeneização das notícias. Mesmo que o reconhecimento entre os pares celebre o “furo de reportagem”, a informação “diferenciada”, Bourdieu (1997) argumenta que a concorrência impõe uniformidade aos conteúdos no lugar de originalidade e diversidade. A pressão exercida pelos outros veículos em um mercado competitivo inflige uma limitação das escolhas daquilo que deve ser produzido, aquilo que “não se pode deixar de falar” (BOURDIEU, 1997, p.108). Como analisa Abreu (2002), os jornalistas intercambiam informações, se leem entre si, recorrem às mesmas autoridades, o que acarreta na citada homogeneização.

Para além da qualidade da notícia, a padronização do conteúdo produzido e o encerramento do jornalista dentro da redação podem trazer desafios à carreira profissional. Apesar de a produção *on-line* atrair um perfil mais jovem, as possibilidades de crescimento são consideradas mais limitadas. No jornal *O Globo*, por exemplo, mesmo com a redação integrada, os repórteres mais novos ficam a cargo da versão digital e raramente vão às ruas, produzindo a maior parte da sua apuração por telefone ou e-mail. Para o repórter Leonardo Cazes (2015), isso se torna problemático para os iniciantes na carreira.

O que o jornal valoriza para o seu crescimento? Furo de reportagem. E como conseguir um furo? Com as fontes. E como conseguir fontes? Na rua. Pelo telefone é muito mais difícil. O que acontece, o repórter do *on-line* já entra em uma vaga com salário mais baixo, e muitas vezes ele está fadado a não crescer. Porque ele não vai conseguir produzir grandes matérias. Ele não vai assinar a manchete de domingo, e ainda é isso que faz a diferença. Ele vai

ser o “carregador de piano”, o “pedreiro”, o “operário”. Vai fazer a coisa funcionar, mas ele não vai brilhar. Se você não brilhar, você não chama a atenção, não ganha aumento, não sobe na carreira. Inclusive para fora, para ser chamado a trabalhar em outros veículos. Isso é um aspecto muito perverso do *on-line* (CAZES, 2015).

Editorias como “Rio” e “Economia”, onde a demanda por atualização constante na edição *on-line* é maior, há mais dificuldade para a saída da redação, uma vez que, nas palavras de um dos profissionais ouvidos, “o cobertor é curto”. Se um jornalista desfalca a equipe, os outros ficariam mais sobrecarregados. Matérias veiculadas no “jornal de papel” ainda confeririam mais visibilidade aos autores, pelo menos entre os pares da redação, mas para conseguir produzir uma pauta mais elaborada, uma repórter relatou ao entrevistador, durante sua visita à redação, que precisa tomar um celular emprestado da empresa e apurar fora do horário de trabalho, em casa. Tal situação se intensifica ou abranda de acordo com cada editoria. Em “Sociedade”, uma seção criada pelo jornal mais recentemente, onde são reunidas matérias variadas de saúde, educação, ciência e tecnologia, foi relatado um equilíbrio maior entre a produção dos jornalistas para o impresso e o digital.

Para Cazes, aos poucos, a integração começa a apagar a linha que divide a grande massa de jornalistas, que “carregam o piano” da produção factual para a *web* e o repórter mais experiente, “solto para brilhar”, com mais capital social dentro da redação para negociar com as chefias tempo para produzir pautas de maior relevo. O repórter de 27 anos conta que para os mais jovens, mais soterrados pelo volume da produção diária, é mais difícil transpor a barreira para ascender socialmente na empresa. Por outro lado, o jornalista também faz críticas à convergência.

Uma coisa que eu acho importante pontuar é que eu tenho uma visão muito crítica em relação à integração, porque eu acho que as plataformas têm ritmos, tempos de produção diferentes. Tempo de produção *on-line* não é o mesmo do papel, o trabalho para ficar bom, tanto em uma versão quanto na outra, o tempo tem que ser diferente. E para mim, estar subindo uma matéria para o *on-line* e ter que parar para apurar no papel, é radicalmente difícil mudar minha cabeça, o modo de pensar para se adequar a outro ritmo. E essa tensão é complicada. Por isso que acaba rolando essas divisões entre o cara que só faz o *on-line* e que só faz papel. O texto no *on-line* tem que ser produzido de uma maneira diferente de que no papel.

No *on-line* é direto, "pá-pum". É essa coisa mais dinâmica. No impresso, tem que ser mais envolvente, interessante. As demandas do *on-line* são muito diferentes das demandas do papel. Pela minha experiência pessoal, eu não consigo ver direito como conciliar os dois ritmos de produção. [Escrevendo para o papel] eu demoro de uma a duas horas para trabalhar em ritmo mais

calmo, desacelerar, acalmar o coração e fechar um texto. Porque demanda uma atenção, é outro ritmo de trabalho, uma outra lógica.

Para mim, isso é um desafio ainda em aberto, não sei se isso é possível. Eu acho que no fim das contas, você acaba tendo que priorizar um deles. Acredito que o caminho seria construir o conteúdo ao longo do dia [no *on-line*], e o jornal de papel aproveitaria aquilo com alguma coisa extra. Pensar a lógica não do fechamento, mas da produção. Eu acho que isso faz mais sentido. Haveria uma “galera” que vai fechar o impresso, que vai pegar o que já está apurado ao longo do dia e organizá-lo. Um trabalho de edição mais do que propriamente reportagem para o papel (CAZES, 2015).

Em poucas palavras, na visão do jornalista, o *on-line* se prestaria ao *hard news*, enquanto o impresso seria produzido por uma equipe em separado, voltada a um conteúdo “*prime*”, reelaborado e mais aprofundado. E isso implicaria em diferenças na apuração e na redação das notícias para cada meio, a despeito da dificuldade de conciliar os dois ritmos de produção. Porém, mais do que uma receita pronta, genérica, a observação do repórter emerge da vivência do profissional em uma redação específica, que encontra paridade com a realidade de outros veículos, mas também é dotada de suas idiossincrasias, sua própria cultura organizacional e seu público específico, que deposita suas expectativas no jornal.

Sônia Soares (2015), diretora do *Brasil Econômico*, da Ejesa, explica que, ainda que a versão digital e impressa do veículo cobrirem assuntos semelhantes, a produção e o tratamento da notícia não são os mesmos. Ela afirma que enquanto o público do *Brasil Econômico On-line* procura matérias de serviço e factuais, a publicação em papel é buscada principalmente por “tomadores de decisão”, como empresários e gestores públicos, que solicitariam um conteúdo mais analítico. Ou seja, ainda que sob a mesma marca, seriam produtos jornalísticos distintos propostos a leitores distintos. Por outro lado, Francisco Alves, chefe de redação de *O Dia*, explica que o conteúdo produzido pelo jornal impresso é imediatamente transposto para o *on-line*, o que ele reconhece como sendo problemático, uma vez que as duas plataformas prescindem de linguagens específicas.

A partir desse panorama, pode-se alcançar que há diferenças entre a forma com que a Ejesa e a Infoglobo encaram a correlação entre impresso e digital. Uma redação integrada pode ser considerada um imperativo para um jornal como *O Globo*, a falta de uma estrutura específica para o veículo digital de *O Dia* é encarada como um problema ainda em vias de ser resolvido pelas diretorias. Para o *Brasil Econômico*, a questão da integração das redações sequer é vista como prioridade.

Cazes comenta ainda que a questão da disparidade entre os tempos de produção esbarra também nas expectativas dos superiores hierárquicos. Quando do início da integração em 2008, repórteres de *O Globo* foram obrigados a fornecer por telefone uma cota diária de *flashes* da rua, pequenas sínteses de até cinco linhas da apuração, que seriam publicadas imediatamente no *site* antes que o profissional chegasse à redação para redigir a notícia completa. Mesmo já tendo sido abolida a imposição de uma quantidade mínima por dia, a dificuldade persiste no fato de as chefias cobrarem do jornalista o envio de “*flashes* em cinco minutos com um texto melhor, o que é incompatível. Ou faço em cinco minutos ou eu produzo um bom texto. Se eu tiver um dia para escrever uma matéria, vou produzir melhor do que se eu produzir 20 minutos” (CAZES, 2015).

Em algumas editorias, onde cada jornalista chega a publicar em torno de 15 matérias por dia na página da internet, é compreensível que os profissionais recorram ao automatismo da fórmula “lide-sublide-parágrafo-aspas-parágrafo-aspas”. Ainda que o jornalismo praticado para a *web* abra uma série de possibilidades para adoção de novas linguagens específicas para o meio, a experimentação muitas vezes tropeça na aceleração dos ritmos e na redução da força de trabalho, que sobrecarregam os profissionais e os impõem a repetição mecânica de modelos já consagrados. Mas essas não seriam as únicas causas para a dificuldade de implementação de novos estilos e narrativas multimídia, como desenvolveremos em maior profundidade no tópico abaixo.

3.2 CONFLITOS DE GERAÇÕES OU CHOQUES CULTURAIS?

Uma vasta literatura sobre o jornalismo na internet tem se esmerado em analisar novos processos multidimensionais, com a integração de ferramentas, métodos e linguagens para a produção em múltiplas plataformas, além da possibilidade de maior participação dos públicos. Deuze (2009) afirma que as empresas da indústria cultural vêm exigindo de seus funcionários produtos cada vez mais convergentes, por meio da adaptação de um único conteúdo para diferentes meios (*crossmedia*) ou por seu fracionamento em diversas plataformas, incentivando os consumidores a se mover de meio a meio e completar a sua própria versão da história (*transmedia*). A reportagem transmídia, ou seja, a transmissão integrada de texto, som, imagens, infográficos e outros recursos reunidos em um produto unitário e polifônico (SALAVERRÍA & NEGREDO, 2008), exige que o autor reflita sobre quais os formatos mais adequados para se contar uma história.

É por esta razão que Deuze (2004; 2006) considera que o jornalismo praticado na internet tem menos a ver com a adoção de novas tecnologias do que com a emergência de novas culturas profissionais nas redações. Os jornalistas transmidiáticos devem dotar-se não apenas da habilidade de dominar diferentes ferramentas, como máquinas fotográficas e *softwares* para edição gráfica, mas também identificar como a notícia deve ser contada e adequada para as distintas plataformas. Como explicam Salaverría e Negrodo (2008), a polivalência multimidiática valorizada hoje pelas empresas coloca funções antes desempenhadas por diversos profissionais nas mãos de um único repórter, obrigado a reciclar constantemente seus conhecimentos.

Os exemplos se proliferaram entre os entrevistados, especialmente os do grupo de faixa etária menor. A repórter Stephanie Tondo, de *O Dia*, diz que procura aprender a diagramar no dia a dia junto com a equipe de artes visuais, em busca de “independência maior”, mas reconhece que não encontra tempo na agenda para aprender edição de vídeo e fotografia, algo que “lhe faz falta, pois nem sempre há um fotógrafo disponível para acompanhar na matéria” (TONDO, 2015). Marta Valim e Aline Salgado argumentam que, ainda que a faculdade lhes tenha fornecido uma bagagem cultural e uma formação humanista, elas não se sentiram preparadas para a parte prática do jornalismo e buscam se atualizar por meio de cursos. Já o jornalista Rennan Setti diz que tentou aprender linguagem de programação HTML pela internet, mas também por falta de tempo não foi longe. Para ele, a atualização é difícil em um ambiente profissional onde as demandas mudam muito rapidamente.

Eu tenho interesse em aprender a programar, mas ao mesmo tempo, a gente tem que fazer tanta coisa. O jornalismo muda muito rápido. Eu me formei em 2009, e de lá para cá, o mercado mudou completamente. Quando eu saí da faculdade, não tinha *iPad*. Ninguém na minha época de faculdade tinha *smartphone*. Ninguém levava laptop para a sala de aula. No ano seguinte, alguém na Califórnia desenvolveu o *tablet* e no outro ano, todos os veículos de mídia do mundo estavam criando produtos exclusivamente para aquele aparelho. *O Globo* tem um jornal para *tablet*, e você percebe quanto mudou em tão pouco tempo.

Eu fico imaginando que daqui a um ano podem criar uma nova ferramenta, e eu ter que me reciclar completamente por causa desse produto. Você não pode começar a se planejar, “vou aprender isso agora”, pois pode ser muito importante nesse momento, mas mudar completamente no futuro (SETTI, 2015).

Além da alegada falta de tempo para atualizar-se, inovações nas práticas jornalísticas também podem encontrar empecilho nas culturas profissionais já sedimentadas. Setti usa o termo “buzzfeedização”, em referência ao *site* estadunidense BuzzFeed, para definir novos parâmetros na redação da notícia para a internet. O portal, fundado em 2006, chamou atenção dos demais veículos de comunicação e dos analistas de mídia por deslocar o foco da atração de leitores da primeira página para a viralização de suas matérias, isto é, para a reprodução de conteúdo na rede. Inspirado por essa ideia, o repórter de *O Globo* acredita que não faria mais sentido reproduzir no ambiente *on-line* as estratégias de redação consagradas pelo jornal impresso, mas ele reconhece que nem todos os jornalistas, especialmente os mais experientes, estão abertos a mudanças.

Um exemplo trazido por Setti a respeito da estrutura do texto é o título da notícia. O uso do verbo no tempo presente, prática transportada do papel para o site, na visão do jovem jornalista, não faria mais sentido. Para ele, o título deve instigar a curiosidade do leitor e induzi-lo a compartilhar a matéria em sua rede pessoal. Outra inspiração trazida pelo BuzzFeed seria o uso de listas, como “Dez novas atrações turísticas de 2015” ou “Cinco animais perigosos da costa do Rio”.

As listas são um dos primeiros formatos que nasceram da *web* e estão realmente mudando o jornalismo tradicional. Antigamente ninguém pensava em fazer uma lista, não fazia parte do dia a dia. Hoje em dia, cada editoria tem uma cota de listas para fazer muito a reboque da viralização. Assuntos que antes trataríamos em um texto corrido agora são tratados em listagens. Isso é vantajoso, até porque cada tópico gera um clique e aumenta a nossa audiência.

Essa estrutura demanda pesquisa, mas não é algo que para a produção do jornalismo diário seja mais difícil. É mais uma mudança de mentalidade. Muitas vezes um repórter tradicional [*sic*]¹¹ é demandado a produzir uma lista ou um infográfico, mas ele tende a não ver o valor disso. Ele foi criado creditando valor à matéria, ao texto corrido. Ainda é preciso uma mudança de mentalidade para ele entender que aquilo também é uma matéria, mas em um novo formato.

Eu acho que esses repórteres mais antigos são mais reticentes a esses novos formatos, mas também temos exemplos de repórteres bem antigos e que adotaram plenamente o *flash*, a informação em tempo real. Há uma barreira tecnológica a cada nova ferramenta, é difícil para se adaptar, mas nada que seja impossível de ser ultrapassada. (SETTI, 2015).

¹¹ Optamos por transcrever *ipsis litteris* a expressão do entrevistado, que emprega o termo “repórter tradicional” para denotar jornalistas mais experientes dentro da redação. “Tradicional” diria respeito à forma como encaram a notícia, e não diferenciação relativa ao cargo que ocupam ou às atividades que desempenham.

Cazes (2015) considera que a resistência dos profissionais mais antigos também se expressa em relação às rotinas de trabalho. Para ele, a produção *on-line* tem um ritmo exaustivo, que não se traduz em horas trabalhadas, mas em volume de matérias produzidas. Contudo, haveria uma incompreensão por parte dos repórteres mais experientes em relação às rotinas de produção dos que atuam no site de *O Globo*.

O portal começa a ser alimentado por jornalistas que chegam à redação por volta das 7h da manhã e vão embora por volta das 14h ou 15h, quando são substituídos pelos colegas que chegam à tarde. É um trabalho bem fechado, de escala. Os jornalistas mais antigos, acostumados ao compasso do impresso e que chegam mais tarde, acham que quem trabalha de manhã está de folga, trabalha pouco. Eu vejo meus amigos, que fazem o serviço de quatro pessoas, reclamarem chateados que ainda ouvem esse tipo de comentário.

O trabalho deles é de grande intensidade, não necessariamente no número de horas que você dedica. Tem dia em que cada um sobe 20 matérias, e isso envolve escrever, cortar uma foto, acertar um título, corrigir uma matéria. Sempre se está um passo atrás. A intensidade é surreal. Você pode ter certeza que se você almoçar com alguém do *on-line*, a pessoa tem hora para voltar. Ele não pode tirar a hora de almoço inteira.

Não é à toa, por conta dessa intensidade, dessa exigência, o perfil de quem trabalha no *on-line* é de pessoas jovens, maioria não tem muito tempo de formado. Eu diria que, sem medo de errar, que 80% dos jornalistas que atualizam o site de *O Globo* têm menos de 30 anos.

E há uma tensão evidente. Antes da integração, no impresso, era mais tranquilo. O jornalista arrumava uma pauta de manhã, chegava na redação à tarde, passava o retorno para o chefe de reportagem, pegava um café, conversava com um e com outro e, com calma, começava a bater a matéria para o jornal de amanhã (CAZES, 2015).

Portanto, percebe-se que o advento da internet e o crescimento da importância do veículo *on-line* reorganizaram rotinas produtivas e ainda são foco de tensão entre profissionais, mais de seis anos do início do processo de integração das redações de *O Globo*. Cazes argumenta que os repórteres mais antigos, acostumados ao modo de produção para o papel, encararam a nova linha produtiva como “excesso de trabalho”, o que ocorreria de fato, se levarmos em consideração sua explicação anterior a respeito do grande volume de atividade em um curto espaço de tempo. A relutância, contudo, não seria de mão única, e profissionais do antigo *Globo Online* classificam o ambiente anterior como mais “descontraído”, “leve” e “vibrante”, em relação à “sisudez” da redação do jornal mais tradicional.

Esses pequenos descompassos entre antigas e novas formas de “fabricação” da notícia embasam a proposta de Deuze (2006) de encarar o jornalismo *on-line* como um campo de pesquisa novo, que leva em consideração um estudo das práticas no contexto de estruturas existentes e as em emergência. Para a análise de padrões organizacionais em uma redação multimídia não se pode desconsiderar o peso de tradições históricas e discursos pré-existentes e a forma como são interpretados, reiterados e amplificados nos “novos” ambientes. Como já exposto anteriormente, o autor comenta que as formas de encarar a convergência dentro das empresas muda de acordo com o grau de inclusão dos profissionais nos processos; se eles estão envolvidos com a adoção de inovações ou se lhes são impostas novas medidas.

Isso nos permite enxergar além de uma mera disparidade intergeracional, hipótese inicialmente sugerida no projeto de pesquisa que principiou esta dissertação, ainda que o termo “geração Google” tenha sido empregado por mais de um entrevistado, com maior ou menor carga de pejoratividade, para referir-se aos novos profissionais. Ramona Ordoñez nos pareceu um exemplo claro de jornalista “das antigas” adaptada, ainda que não acriticamente, aos desafios contemporâneos de sua profissão. Atuante desde os anos 1980, ela conta que a chegada da internet trouxe mudanças positivas por sua incorporação como instrumento de trabalho, mas que a transformação radical teria se dado nos últimos dez anos¹², com a migração de fontes, anunciantes e leitores dos veículos tradicionais para novos formatos e ambientes.

A repórter conta que seu dia a dia já não se assemelha ao de 25 anos atrás. Se antes ela trabalhava exclusivamente para o jornal, com a integração, ela agora leva seu notebook quando precisa realizar uma cobertura na rua. Ordoñez é uma das profissionais que encara o envio de *flashes* da rua como uma sobrecarga de trabalho, mas procura encarar o processo de uma maneira mais confiante.

Enquanto eu continuar exercendo essa profissão, eu tenho que me adaptar aos novos tempos. É difícil porque isso sobrecarrega o jornalista. Antes eu apurava na rua, voltava para escrever aquela notícia para o jornal, que iria sair no dia seguinte, enquanto apurava uma matéria mais trabalhada ao longo

¹² Autores, como o cientista da computação Tim Berners-Lee, criador da World Wide Web, apontam que a segunda metade dos anos 2000 representa uma virada na internet, a partir da massificação de ferramentas como redes sociais e sistemas wiki, que permitem a criação e distribuição de conteúdo a qualquer usuário, de maneira simples e gratuita. O uso da internet como plataforma, aproveitando os efeitos da rede na construção de uma “inteligência coletiva”, tornou-se a grande bandeira dos defensores do que seria a Web 2.0. Ver mais em: <http://www1.folha.uol.com.br/foha/informatica/ult124u20173.shtml>. Acesso em: 22 ago. 2012.

da semana para o domingo. Agora é mais puxado, exige mais do profissional. Dependendo do lugar onde esteja, agora eu tenho até que mandar foto. Se você não tiver fotógrafo comigo, e for uma coisa que mereça registro em imagem, eu tenho que fotografar com o celular e mandar. O trabalho realmente aumentou muito e a tendência é aumentar cada vez mais para o profissional do jornalismo.

Em termos de qualidade da produção, é um caminho sem volta. Não adianta falar em saudosismo. Quem está na chuva é para se molhar. Se eu estou aqui trabalhando, tenho que seguir o que é. Não adianta ficar me lamentando, se tem que fazer, vamos seguir o que tem para fazer (...) O problema é que os jornais querem fazer mais mantendo a mesma equipe. Enquanto eu ando, eu sigo o ritmo. (ORDOÑEZ, 2015. Grifos nossos).

É marcado no discurso produzido pela profissional o reforço na ideia de que é preciso acompanhar as mudanças, não se prender a “saudosismos”. Uma jornalista que se renova ao sabor dos novos tempos. Na última fala, especialmente, (“Enquanto eu ando, eu sigo o ritmo”) é patente o reconhecimento da sobrecarga de trabalho e da aceleração dos tempos. Porém, mais do que denotar complacência ou apatia, talvez por ter mais anos de experiência dentro das redações e ter experimentado diferentes períodos de conturbação para o jornalismo, Ordoñez acredita que a contenda dos profissionais na atualidade é lidar com a sobrecarga de trabalho: “Não digo que é mais difícil ser jornalista hoje, apenas que o desafio é diferente. Lá atrás, havia outros desafios. Dificuldades inerentes à época em termos de acesso à informação. A profissão sempre foi difícil” (idem).

Por outro lado, Aydano André Motta, que por anos integrou a equipe do blog do colunista Ancelmo Gois, e mais recentemente edita o *Globo A Mais*, se apresenta entusiasta do advento da internet para a prática jornalística. Pautado por um discurso mais otimista, ele toma locuções adjetivas como “mais plural” e “mais democrático” para definir a produção na rede em comparação às práticas anteriores. O colunista defende que “novos jornalistas sobreviverão com mais facilidade e prosperarão mais. Especialmente por influência da internet, pois ela traz mais qualidade ao jornalismo. Ao contrário do que muitos imaginam, vamos precisar de mais profissionais, pois há mais gente consumindo informação” (MOTTA, 2015).

Para Motta, a concentração de habilidades em um único profissional é um processo paulatino e salutar que vem ocorrendo há décadas no jornalismo. Ele remete ao início da sua carreira para expor que conviveu com repórteres que não produziam o texto final, apenas “despejavam” os relatos em uma máquina de escrever, que mais tarde seriam reelaborados na forma de matéria jornalística por um redator. Os novos tempos exigiram que se tenha que

“quebrar a cabeça para pensar a informação de um jeito atraente. Você precisa ter noção de edição de vídeo, de design, pensar tudo junto. Minha enteada que começou na faculdade de jornalismo vai ter que sair mais bem preparada do que eu há quase 30 anos” (idem).

Talvez por ocuparem cargos diferentes, as ponderações produzidas pela repórter e pelo editor diferenciam-se no grau de concordância à emergência de uma nova lógica produtiva. Se uma encara o momento como um desafio que não pode ser ignorado, o outro celebra a emergência de uma nova cultura organizacional. Contudo, ambos profissionais, fortemente envolvidos na implementação da redação integrada, concordam com a inevitabilidade do processo. Por outro lado, se colocarmos em confronto as argumentações de Cazes e Motta, o jornalista mais jovem se posta bem mais crítico do que o veterano, talvez porque em seus ombros e de seus congêneres recaiam as maiores dificuldades de se atuar em uma redação multimídia. Ao que pese o cargo de editor de um produto jornalístico voltado ao consumo em *tablets* e *smartphones*, não se pode ignorar que sobre o discurso de Motta também recaiam a influência das campanhas internas de marketing promovidas pela Infoglobo para o reposicionamento da empresa como editora de impressos para produtora multimeios.

Uma visão diferenciada entre jornalistas que ocupam cargos de chefia em na Infoglobo e na Ejesa podem apontar para posicionamentos diferentes das empresas e como eles influenciam na maneira como eles encaram o processo. Em um ambiente de redações do impresso e do digital em separado como a do *Brasil Econômico*, a observação em campo e as entrevistas com os jornalistas produziram dados de outra ordem. Sônia Soares (2015), diretora do *BE*, classifica o cotidiano mais assoberbado do jornalismo como um “inferno”.

Quando eu comecei na profissão, eu [começava o dia] lendo cinco jornais, prestando mais atenção às coisas que me diziam respeito naquele momento, dependendo a editoria que eu estivesse. O resto do dia você acompanhava pela televisão, entrava alguma coisa de agência. Só que isso foi mudando. As agências de notícia foram aumentando, começou-se a usar *feed* de notícias, o acompanhamento aumentou, começou-se a prestar mais atenção no que estava acontecendo na Ásia. No caso da Economia, foi a crise asiática. E assim, você vai aprendendo, aprendendo, e mais informação, mais informação, e mais informação.

Hoje é um inferno em vida. Porque você está ali fazendo um jornal, tendo que fechar em determinado horário e as coisas estão acontecendo. E você precisa estar ligado. Isso eu acredito que mudou muito, esse acompanhamento da notícia. Você não consegue dar conta de tudo e isso te obriga a necessariamente entender a qual público você quer atender. Não adianta você, no caso do jornal *Brasil Econômico* competir com as agências de notícia Bloomberg e Reuters ou o jornal *Valor Econômico*. Eu não vou

competir em volume de notícias. E qual o caminho? O bom jornalismo. A matéria que você sabe que as pessoas estão interessadas naquele momento (SOARES, 2015).

A grande mudança para o jornalista, na concepção da editora, é a necessidade de depurar uma quantidade maior de informações do que antes em um tempo cada vez mais comprimido. O problema se agravaria quando órgãos de imprensa cedem a um imperativo de marcar presença em diversas plataformas, sejam impressos, web ou aplicativos para dispositivos móveis, o que para ela apenas sobrecarrega os jornalistas. Para Soares, em vez de dispersar esforços, seria mais interessante se os veículos concentrarem em um único meio, identificar as demandas do público para aquele produto e dar às “pessoas aquilo que elas estão interessadas naquele momento”. Isso se reflete em uma ideia de como pensar a informação a ser produzida:

Você vê um monte de órgãos querendo abraçar o mundo com as pernas. Eu quero ser o melhor no papel, mas eu também quero ser o melhor na internet, no *iPad*. Será que é isso? Será que o foco é esse? (...) No jornal, nos interessa ter uma visão mais ampla, na internet nos interessa ter uma audiência boa. Interessa-nos que a pessoa venha tirar uma dúvida no imposto de renda, por exemplo. A gente pressupõe que o nosso leitor do jornal quando quiser tomar uma decisão, vai buscar outras fontes. Há uma diferenciação de entrega da informação. Os dois conteúdos são muito interligados, mas são adaptados para públicos distintos (SOARES, 2015).

Não concluímos aqui que a diferenciação de “entrega” nas plataformas seja propriedade exclusiva do jornal dirigido pela entrevistada em comparação aos outros analisados, mas procuramos observar a forma como pensar os dois veículos como produtos distintos, em separado, destinados a públicos voltados a interesses diferentes, no lugar de focar em convergência, integração ou concentração. Isso se elucida a partir de realidades empresariais diferentes.

Para Aziz Filho, diretor de redação de *O Dia*, o fato de *O Globo* estar inserido em um grupo empresarial maior o empodera, pois “um setor apoia o outro, enquanto [para *O Dia*] há mais dificuldade. É mais difícil acompanhar as mudanças tecnológicas” (AZIZ FILHO, 2015). Por outro lado, uma cartela maior de produtos oferecidos por uma mesma empresa pode levar à concorrência entre eles. Motta (2015) lamenta que o portal G1 receba mais atenção por ser considerado o carro-chefe *on-line* das Organizações Globo. Cazes argumenta que *O Globo* não deveria tentar competir com “a cultura [corporativa do G1] e as ferramentas que usam são voltadas ao *on-line*. Eles vivem no *on-line*, a gente não. A gente vive com um pé no online e outro no papel. Isso para mim é extremamente complicado, porque eu

pessoalmente acho que o Globo deveria investir em conteúdo exclusivo no *on-line*. O G1 faria o dia a dia” (CAZES, 2015).

3.3 O DEBATE SOBRE A QUALIDADE E O FUTURO DA NOTÍCIA

Para além dos jornalistas, as novas lógicas produtivas também suscitam debates em torno do produto final: a notícia. A inserção do jornalismo da rede abre espaço para uma horizontalização produtiva, com a incorporação das contribuições de cidadãos comuns na construção narrativa noticiosa. Inspirado na ideia de uma nova ecologia dos meios definida por uma cultura de convergência (JENKINS, 2009), Deuze (2006) defende que cada vez mais consumir meios de comunicação prescinde de algum tipo de produção, participação ou co-criação, dependendo do grau de abertura dos produtos midiáticos. Ainda que muitos autores argumentam que a internet seja prejudicial à notícia, como veremos melhor no próximo capítulo, ela abre oportunidade aos repórteres de ampliar a conversação com seus leitores, uma aproximação dialógica em nome da construção do conteúdo jornalístico.

Essa inclinação, em maior ou menor grau a depender do veículo, é sentida pelos entrevistados, como observamos em suas declarações. Tais discursos se direcionam à proposta de Ramonet (2012), de superação da lógica fordista do jornalismo, uma vez que a informação já não circula mais como antes, em unidades controladas, corrigidas e formatadas. A notícia, em vias de se tornar um produto imaterial, ela é complementada por web-atores, que acrescentam comentários, citações, fotos, vídeos ou mesmo contribuem para sua maior precisão. No lugar de um produto final, a notícia se tornaria um processo em construção permanente.

No lugar de ameaçar o emprego dos jornalistas, a participação dos públicos foi encarada pelos entrevistados da amostra selecionada como um elemento enriquecedor da notícia. Contudo, outro efeito apontado como advindo da internet é a necessidade de maior retenção dos públicos, menos “fiel” do que o leitor arquetípico do impresso e mais sujeito a se dispersar em meio à grande massa de conteúdo disponível. As taxas de audiência refletem-se diretamente nos valores de publicidade, principal fonte de recursos frente às quedas das tiragens dos impressos. Entre 2012 e 2013, os maiores jornais brasileiros como *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *Zero Hora* começaram a adotar o sistema de *paywall* semelhante a

iniciativas do *The New York Times* (Estados Unidos) e do *Financial Times* (Reino Unido)¹³. Contudo, em alguns países, o que se viu foi a queda dos acessos ao conteúdo *on-line* e o conseqüente decréscimo dos investimentos em publicidade. Algumas publicações pioneiras na prática de cobrar pelo acesso, como o *Toronto Star*, do Canadá, já começam a abandoná-la¹⁴.

Como explicam Ramonet (2012) e Braga *et. al.* (2014), em vias de manter um grande número de acessos, empresas de comunicação cada vez mais estariam investindo na convergência entre produção de conteúdo informativo e de entretenimento. O “infotimento”, neologismo cunhado nos anos 1980 e em voga desde a década seguinte, sintetiza a ideia de um espaço noticioso voltado não apenas para informar, mas também “distrair”, abordando temas como estilos de vida, fofoca e *fait-divers* em geral. Na visão de jornalista Francisco Alves Filho (2015), ainda que os conteúdos de maior audiência acendam um farol sobre o caminho que as organizações devem seguir no ambiente *on-line*, isso não se traduz imediatamente na perda de referência das pautas de política e economia:

O público participa mais do processo de produção da notícia. Você agora recebe um retorno imediato, o problema é interpretar esse retorno. Muitas vezes você coloca no Facebook uma matéria igualmente repudiada e elogiada. Ou matérias de conteúdos diferentes, como o Big Brother, que fica entre as mais lidas, e matéria de conteúdo político, que não. Que lição você tira disso? Eu acho que ninguém sabe analisar direito isso ainda. O que é o público na internet? A gente é que não sabe como segmentar isso direito, eu acho que ninguém no mundo sabe. Mas também você vê a diferença daquilo que é mais acessado na internet e aquilo que é mais sucesso no impresso. O público do Facebook é um, do impresso é outro. Aquilo que faz sucesso no Facebook, é preciso avaliar se você coloca no impresso ou não. Há uma dúvida ainda (ALVES, 2012).

Sobre a “invasão” de valores considerados de entretenimento sobre a agenda do jornalismo, há que se considerar que a notícia e o *faits-divers* sempre caminharam lado a lado ao longo da história da imprensa. Schudson (2003) considera que esse avanço seja um sinal da colonização de valores mercadológicos sobre o profissionalismo dos jornalistas, semelhante ao que Bourdieu (2005) aponta como a pressão exercida pelo campo econômico sobre o jornalístico. Mas, como já discutimos no primeiro capítulo deste trabalho, a correlação

¹³ Ver mais em FOLHA DE S. PAULO. “Paywall já chega a 9 dos 30 maiores jornais do Brasil”. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/09/1348209-paywall-ja-chega-a-9-dos-30-maiores-jornais.shtml>. Acesso em 14 out. 2014.

¹⁴ Ver mais em CBC NEWS. “Toronto Star to drop digital paywall in 2015”. Disponível em: <http://www.cbc.ca/news/business/toronto-star-to-drop-digital-paywall-in-2015-1.2824928>. Acesso em 15 nov. 2014.

“jornalismo” e “valores de mercado” se dá desde os primórdios da imprensa. A afloração e o desenvolvimento de valores deontológicos como objetividade e imparcialidade irromperam em parte como respostas a mudanças de demandas dos públicos, anunciantes ou alterações de paradigma tecnológico. Ou seja, o isolamento do jornalismo aos ditames mercadológicos nem sempre foi considerado nítido.

A alegada liderança de conteúdos considerados de pouca relevância jornalística em portais noticiosos, como vida das celebridades e fatos inusitados, ainda representa um desafio às empresas de comunicação. Sites como os estadunidenses *The Huffington Post* e *BuzzFeed* alimentam-se dessa tendência, ao reunir sob um mesmo escopo, conteúdo noticiosos e de entretenimento e têm sido considerados modelos de sucesso a serem perseguidos pelas representações *on-line* de veículos da mídia tradicional. Como explica Ramonet (2012), o sucesso do *HuffPost* vem da reunião de três vozes — jornalistas profissionais, experts e internautas —, ainda que proponha a menos informações e mais opinião. “A opinião é mais barata de se produzir, em todo o caso, que as reportagens ou as investigações de campo. Aliás, o *Huffington*, como a maior parte dos sites agregadores, toma emprestado muitos conteúdos de outras mídias, sob a forma de links de hipertextos” (RAMONET, 2012, p. 80).

Ramonet, apesar de considerar o quadro dos veículos atuais de comunicação como agudo, carrega um traço de esperança ao apontar possíveis “saídas” em seu livro. “Os aviões não substituíram os barcos”, diz em referência ao possível desaparecimento dos jornais impressos. Uma figura bem mais crítica do que o autor francês, o português Helder Bastos (2011) assevera que o crescente espaço do infotainment, da opinião e da produção amadora estariam erodindo a objetividade, valor tão caro ao campo jornalístico, uma vez que jornalistas se veriam impelidos a deixá-la de lado para competir com vozes mais carregadas de subjetividade da blogosfera e das mídias sociais. A precarização das relações de trabalho, para o autor, também seria um fator agravante para a perda de qualidade da notícia, pois os profissionais se converteriam em meros “empacotadores de conteúdo”.

Este fator fica elucidado pela fala de Marta Valim (2015), que reconhece que as transformações suscitadas pela internet são irremediáveis, mas ditadura da instantaneidade não raramente gera problemas de má apuração. Ela cita o caso da morte do dramaturgo e poeta Ariano Suassuna, em 23 de julho de 2014. No dia anterior, o *blog* do colunista Ancelmo Gois, do jornal *O Globo* anunciou prematuramente seu falecimento. A “barrigada” foi

corrigida em 20 minutos, após o anúncio da Academia Brasileira de Letras de que o poeta ainda não havia morrido. Apesar do curto espaço de tempo em que esteve no ar, a repercussão do erro foi imediata nas redes sociais e em outros veículos de mídia.

Aqui, chegamos a um ponto onde se aproximam os discursos produzidos pelos profissionais das duas empresas em análise. Os jornalistas entrevistados foram quase unânimes ao afirmar que os ditames historicamente consolidados para aquilo que seja considerado o “bom jornalismo” — apuração em profundidade, isenção, objetividade, etc —, não seriam alterados pela nova configuração do ambiente comunicacional advinda da internet, discordando no maior ou menor grau de otimismo em relação aos desdobramentos futuros. Para Sônia Soares, a internet expande o universo de público atingido pelo jornal-papel, o que explica a massa maior de pessoas interessadas em pautas de celebridades, lazer, etc. Por outro lado, abre-se mais brechas para que essas pessoas tenham contato com outros assuntos:

SOARES: Aquela história de que as matérias têm que ser curtas ou menos aprofundadas na internet é relativa. Se a matéria tiver bem escrita, for cativante e tiver uma história boa para contar, as pessoas leem. As pessoas que querem informação vão ler. Elas vão atrás disso, então eu nunca acreditei de que a internet permite um jornalismo menos profundo. Na internet as pessoas gostam mais de escândalo e celebridades, é verdade, mas para um jornal de economia isso não está posto.

O caminho para o jornalismo impresso seria então a complementação, o aprofundamento?

SOARES: Eu não vejo o jornalismo em momento algum sem o aprofundamento. Esse debate de que a internet permite um material mais *light* ou mais profundo, isso é mentira. Antes de vir para cá, eu era editora executiva do Globo e cuidava do *site*. Havia essa discussão de que aquilo que era feito na internet tinha menos aprofundamento, isso não é verdade (SOARES, 2015).

Aydano Motta, por sua vez, entende que o jornalismo na rede, mais do que solapar frente à briga pela audiência e na aposta das empresas pelo entretenimento, é estimulado pela competição advinda da pulverização das mídias, o que geraria mais qualidade da produção. Um dos mais enfáticos entre os jornalistas entrevistados, ele aponta que, fundamentalmente, a rede não importaria uma mudança estrutural da notícia, uma vez que ela seria como “água”. “Estamos perdendo muito tempo discutindo se está na garrafa, no copo, na mão, no canudo. Vamos parar essa discussão e vamos vender água, na forma como for para ser vendida” (MOTTA, 2015).

A metáfora da informação como água nos alertou para uma tendência da relação entre os jornalistas e a plataforma na qual a informação é difundida. Sem distinção entre os grupos etários ou entre as empresas avaliados pela pesquisa, alguns jornalistas admitiram já não lerem mais jornal impresso. Outros veem o desaparecimento dos impressos como uma tendência natural, ainda que demore mais alguns anos até que eles percam sua relevância no ecossistema midiático. Sônia Soares (2015), por exemplo, desassocia quaisquer ameaça de “derrocada do jornalismo” a viradas tecnológicas. Para ela, é salutar que o papel desapareça, pois é um produto “poluente, nada ecológico, nem sustentável. Não há problema no fim do impresso porque o fundamento do jornalismo não muda. O papel vai acabar, mas em tempos diferentes, em locais diferentes” (SOARES, 2015).

A diretora do *Brasil Econômico* reconhece que os jornalistas mais jovens hoje têm pouco hábito de leitura de jornais. Se em sua época de reportagem, ela lia até cinco jornais em um dia, hoje os profissionais não leem praticamente nenhum. Na sua opinião,

quando se lê pouco jornal, a construção de informação, de opinião, de raciocínio fica menores. Antes da internet, quando se queria saber uma coisa mais profundamente, tinha que sentar no setor de pesquisa e virar páginas de jornal. Hoje se você tiver uma dúvida, no Google pelo menos uma base você tem. As pessoas agora estão mais habituadas em acessar uma informação específica, no momento em que precisa dela. Só que no dia a dia de um jornalista, isso faz uma diferença enorme, porque sem certas informações internalizadas, você não consegue construir um raciocínio (idem).

O mais interessante se observarmos a contradição na fala da jornalista, pois em momentos anteriores ela é enfática em afirmar que o cotidiano acelerado do jornalismo contemporâneo pode ser caracterizado como um “inferno em vida”. Se as rotinas estão mais pesadas, a calma leitura mais aprofundada de um jornal parece-nos um “luxo” a que poucos dentro de uma redação têm acesso. A situação é patente na fala dos jornalistas mais jovens. Aline Salgado e Marta Valim, ambas do *Brasil Econômico*, reconhecem que é inviável diante do dia a dia estressante parar para ler um jornal inteiro. Luiz Henrique Guimarães se constrange, como profissional da área, em admitir que não lê mais jornais.

Eu sobrevivo sem o jornal impresso, mesmo tendo ele à disposição no trabalho e em casa. Às vezes, eu passo uma semana sem ler o jornal, só porque eu me informo pela internet. Principalmente com o Twitter, no qual eu sou viciado. Ele é a ferramenta mais rápida, e eu acho que o mundo em que a gente vive hoje e a nossa própria profissão, a nossa geração para baixo, que daqui a dez anos não vai ler jornal (...) A questão do jornal, pelo ritmo de vida que a gente tem, eu pessoalmente, tenho cada vez menos tempo de

ler. Eu acho que tendência dos jornais é ficar mais enxuto, acabar com alguns cadernos. (GUIMARÃES, 2015).

Outros jornalistas são menos radicais em apontar que o fim do impresso se avista no horizonte. Aziz Filho (2015) reconhece que o digital hoje é mais promissor do que o impresso, mas que o papel ainda deve persistir, uma vez que é mais confortável de manusear do que a “frieza” dos aparatos eletrônicos. Para Ramona Ordoñez, o impresso ainda tem décadas de sobrevivência. Não há consenso nem entre os novatos. Se por um lado, Aline Salgado acredita que o desaparecimento do jornal será testemunhado por seus netos, Leonardo Cazes crê que sua operação é insustentável a um prazo mais curto. Luiz Henrique Guimarães e Stéphanie Tondo não acreditam no fim das publicações impressas, mas em reposicionamento da função desses veículos.

Porém, como já dito, o consenso maior entre os entrevistados gira em torno da conservação da centralidade da figura do jornalista para mediação isenta, especialmente em meio à paisagem caótica da comunicação na rede. Percebemos que os desafios contemporâneos são encarados por profissionais diferentes de acordo com sua vivência e sua posição dentro das redações, a organizações na qual estão inseridos, sua familiaridade em lidar com as novas tecnologias, entre os mais diversos fatores. Mas nem todas as forças que conturbam o campo jornalístico hoje são internas. Cenário político e social brasileiro colocou em xeque o poder dos jornalistas, especialmente os inseridos em órgãos da grande mídia, o que não passou incólume para os profissionais analisados. As respostas às novas contendas impostas pelo ambiente das redes serão objeto de análise do capítulo a seguir.

4. A IDENTIDADE E O PAPEL SOCIAL DO JORNALISTA

Em outubro de 2014, morreu um dos grandes personagens da história recente do jornalismo. Benjamin “Ben” C. Bradlee, de 93 anos, vencedor de 17 prêmios Pulitzer, foi editor-executivo do diário estadunidense *The Washington Post* entre 1965 e 1991, responsável não apenas pela modernização e fortalecimento da publicação, mas também por chefiar uma das coberturas consideradas paradigmáticas por gerações seguintes de jornalistas. Sob a sua tutela, os repórteres Carl Bernstein e Bob Woodward levaram a cabo, a partir de junho de 1972, a emblemática série de reportagens sobre o escândalo de Watergate, que culminou dois anos mais tarde na renúncia do então presidente republicano Richard Nixon.

Durante a campanha eleitoral para a presidência dos Estados Unidos daquele ano, cinco pessoas foram detidas pela polícia após a invasão da sede do Comitê Nacional do Partido Democrata, no Complexo Watergate, em Washington, por supostamente roubar documentos e instalar escutas telefônicas. A partir do episódio, que recebeu o epíteto de “Caso Watergate”, os dois jornalistas do *Post* iniciaram uma densa investigação que culminou na descoberta do envolvimento da Casa Branca e do então presidente reeleito Nixon nas operações ilegais contra a oposição. A jornada foi possível graças ao apoio de um informante, apelidado de “Garganta Profunda”, que anos mais tarde, em 2005, teria seu nome revelado: William Mark Felt, à época, chefe da Agência Federal de Investigação (FBI, na sigla em inglês).

O caso Watergate, portanto, merece acuidade na análise de sua importância dentro da narrativa histórica do jornalismo. O fato de o trabalho de dois repórteres ter culminado na derrocada de um presidente — não o de uma “republiqueta de bananas” na América Latina ou na África subsaariana, mas daquela que é considerada uma das democracias mais estáveis do planeta —, trouxe grande reforço à ideia da atuação da mídia como “Quarto Poder” e dos jornalistas como vigilantes da sociedade. Os esforços de Bernstein e Woodward na coleta de informações e na busca por fontes, retratados no livro *Todos os homens do presidente*¹⁵ e no filme homônimo, contribuíram para robustecer o ideário socialmente construído do jornalista como o agente imbuído de uma missão, que não mede esforços e se entrega em nome de um bem maior.

¹⁵ BERNSTEIN, Carl; WOODWARD, Bob. *Todos os homens do presidente*. Rio de Janeiro: Francisco Alves Ed., 1976.

Apesar de ser considerado exemplar para um sem-número de profissionais, o evento não pode ser considerado inaugural da prática de investigativa no campo. Um jornalismo “mais abrasivo na busca por informações” (NEVEU, 2006) remonta ao século XIX, alavancado especialmente pela imprensa inglesa, motivada por uma busca em trazer relatos de interesse humano às páginas dos jornais. Kovach e Rosenstiel (2004) explicam que a investigação na reportagem “cresceu e amainou” em diferentes ocasiões ao longo da história, e que os trabalhos de Bernstein e Woodward foram um desses momentos de inflexão. Na visão dos autores, as reportagens do *Post* ajudaram a redefinir e a “glamourizar” a imagem da profissão do repórter, “a ela atribuindo até certo *sex appeal*” (KOVACH & ROSENSTIEL, 2004, p.170).

Em nome desse “apelo sexual”, não seria errôneo apontar o impacto do caso Watergate entre os jornalistas brasileiros em um contexto de abertura política. De acordo com Adghirni (2005), a dupla de repórteres do *Post* foi referência absoluta a uma geração de jornalistas, ainda que, dentro do quadro de análise desta pesquisa, apenas uma profissional os tenham citado. Embora a conjuntura política do Brasil na época abrigue significativos episódios de autocensura e até colaboracionismo, como vimos em capítulos anteriores, o caso estadunidense corroborou para o reforço do discurso de “guardião da sociedade” e para as narrativas de engajamento dentro das redações no período ditatorial.

Como nos conta Ramona Ordoñez (2015):

Eu me formei em 1979 [...], ainda era Governo Militar. Ali que eu passei a saber o que estava acontecendo. No Golpe de 1964, eu era jovem, adolescente, e não entendia nada, só passei a entender depois que eu fui para a faculdade. Eu percebi que o jornalismo é isso, o fiscal da sociedade. Obviamente que há outros tipos de jornalismo, para todos os tipos de gosto, de fofoca, de esporte, mas para mim ele é o fiscal da sociedade. Depois teve o caso de Watergate, que derrubou Nixon, eu percebi o quão importante era o jornalismo na sociedade. Conseguiu derrubar um presidente americano (ORDOÑEZ, 2015. Grifo nosso.).

Nota-se pela fala da repórter que, ao posicionar a importância do jornalista como um “fiscal da sociedade”, ela não omite outras formas de “produção noticiosa”, que pouco ou nada se relacionam com tal protagonismo social (“há outros tipos de jornalismo, para todos os tipos de gosto, de fofoca, de esporte...”). Essa ideia nos inspira a pensar a atualidade e a importância do conceito de “campo jornalístico” proposto por Pierre Bourdieu a partir dos anos 1990. Para o sociólogo francês, desde os primórdios da sua constituição, no mundo ocidental do século XIX, o campo jornalístico é marcado por uma oposição entre dois polos

de legitimação: um de caráter ideológico, atrelado ao reconhecimento pelos pares dos valores e princípios internos, como a ideia de jornalismo enquanto “serviço público”, e o outro com um viés econômico-comercial, vinculado ao número das audiências, receitas, lucro etc (BOURDIEU, 1997).

Recorrer à noção de “campo” pode ser uma ferramenta útil para pensarmos o momento atual da prática jornalística, que vem sendo perpassada por uma série de desafios que muitos afirmam configurarem uma crise da imprensa. A ideia de campo nos convida a refletir o jornalismo como um espaço de relações de poder, um microcosmo regido por forças dinâmicas internas ao mesmo tempo objetivas e subjetivas. Somam-se a elas a relação de autonomia e independência em relação a outros campos. Bourdieu (2005) acredita que a autonomia do campo jornalístico estaria em franco declínio, uma vez que internamente a economia e a política vêm exercendo um peso cada vez maior.

Tal perda de autonomia em relação ao campo econômico, causado, por exemplo, pela pressão de anunciantes e pela busca de manutenção das audiências, entre outros fatores, pode ser expressa pelo avanço de valores de entretenimento sobre critérios de noticiabilidade, ou seja, uma valorização de pautas relacionadas a fofocas, esportes e *fait divers* em geral (BRAGA et al., 2014; RAMONET, 2012; SCHUDSON, 2003), como citados por Ramona Ordoñez. Mas como apreendemos da fala da repórter, a ideia do papel social do jornalista como mediador entre o poder e o cidadão continua sendo apreciada internamente entre os membros do grupo profissional.

Traquina (2005) recorre à noção de “comunidade interpretativa” de Stanley Fish para nominar o sistema capaz de produzir um consenso para a escolha de uma interpretação a ser atribuída a um enunciado ou um conjunto de enunciados. O estudioso português afirma que, ao longo da história, os jornalistas travaram uma luta na delimitação de uma “comunidade interpretativa” calcada na ideia de simbiose entre jornalismo e sociedade democrática. A partir da concordância em torno do papel de fornecer aos cidadãos uma ferramenta para o exercício pleno de seus direitos, ocorreria, segundo o autor, a delimitação de um *ethos* jornalístico, uma identidade do que é ser jornalista, do que é estar inserido no jornalismo.

De acordo com Lopes (2013b), para definirmos uma “identidade jornalística” é preciso nos voltarmos para aquilo que o grupo organiza interiormente como significativo, num âmbito de partilha de significados. Porém, como lembra a autora, não se pode confundir “identidade

profissional” com “papel social”. Enquanto a primeira organiza significados, o segundo organiza funções. A identidade jornalística não pode ser vista como resultado meramente de uma prática, uma vez que engloba também valores, crenças, mitos, saberes, representações sociais, memórias, relações de poder, entre outros elementos que formam o vínculo dos indivíduos para com o grupo. Um exemplo significativo que contribuiu para a consolidação das autonarrativas do grupo profissional como “cão de guarda da sociedade” é o trabalho de Woodward e Bernstein que culminou na renúncia de Nixon.

No decorrer deste capítulo, analisaremos como alguns desafios, trazidos pela emergência de uma comunicação estruturada por meio da rede, impõem-se atualmente à comunidade profissional dos jornalistas. Se novos *web-atores* também advogam para si o papel de vigias da sociedade e produtores de conteúdo noticioso, como os jornalistas hoje justificam seu *ethos* profissional? Como os profissionais de imprensa se relacionariam com esses atuais atores midiáticos? O cenário contemporâneo vem impondo uma reflexão interna pelos profissionais de jornalismo a respeito de seus valores, normas e crenças, o que nos proporciona um momento muito rico para o debate da identidade e do papel social do jornalista.

4.1 CRISE DO JORNALISMO?

Da mesma forma que o período pós-Watergate, entre a metade dos anos 1970 e início dos 1980, é considerado um momento de virada para a reportagem e para o jornalismo investigativo, alguns autores apontam os primeiros 15 anos do século XXI também como um momento de inflexão, com a diferença de que, dessa vez, a curvatura seria decrescente. A instabilidade gerada pelas perdas de receita com o decréscimo do número de leitores do impresso, não mitigadas pelo crescimento do consumo de notícias *on-line*¹⁶, pode ser considerada hoje um dos pontos de maior pressão do quadro econômico sobre a produção jornalística, manifestada pelo corte de recursos e de pessoal dentro das redações.

Sobre o impacto econômico da internet e das redes sociais, Ramonet (2012) aponta que as empresas proprietárias de jornais e revistas se veem obrigadas a enxugar as redações, o

¹⁶ De acordo com Ramonet (2012), entre 2003 e 2008, a circulação mundial de jornais impressos diários pagos desabou 7,9% na Europa e 10,6% na América do Norte. Em 2009, a queda continuou: 3,4% na América do Norte e 5,65% na Europa. Quanto às receitas publicitárias: redução mundial de 17%, 13,7% na Europa Ocidental e 26% nos Estados Unidos. A publicidade *on-line*, que deveria ter crescido, recuou 5%. Cabe ressaltarmos que no período analisado pelo autor, o mundo se encontrava em crise e recessão econômica.

que acarreta em um tratamento menos completo da notícia, e a cortar custos de gêneros considerados “muito caros” e “não rentáveis”, tais como o jornalismo de investigação. “Este intelectual coletivo a que chamamos ‘redação’ é ameaçado de ‘desaparição silenciosa’. Como comunidade — com sua tradição de debates, sua hierarquia e seus ritos — também ela está em vias de demolição rápida ou de grande transformação sob os fortes golpes da internet” (RAMONET, 2012, p. 39).

De acordo com Braga, Aguiar & Bergamaschi (2014), com vias a estancar a queda da rentabilidade, empresas de comunicação investiriam também cada vez mais em conteúdo de entretenimento para atrair maiores audiências, especialmente no universo *on-line*. Ou seja, temáticas que *a priori* seriam consideradas menos relevantes segundo o “conceito clássico do jornalismo”. Nas palavras dos autores, esse conceito envolveria “informar, fiscalizar, denunciar, educar e, por último, entreter”. (BRAGA *et. al.*, 2014, p.122).

Em suma, na visão dos estudiosos, a narrativa e o papel social do jornalismo sujeitos à dimensão da “vigilância ostensiva, presencial e sistemática do exercício das esferas públicas de poder” (idem) estariam em crise. Os efeitos das novas TICs iriam além da simples e imediata incorporação dos meios digitais na rotina de trabalho, mas implicariam também uma desvirtuação da especificidade da função social do exercício do jornalismo. A reportagem investigativa, apregoada pelos autores como uma das “pérolas” da atividade jornalística, estaria vivendo hoje um momento de “ocaso”.

Para eles, ainda que a reportagem, assim como a editoria de política, continue sendo hoje o destaque, a nata do noticiário, estaria em curso um deslocamento da ênfase e até uma “inversão de prioridades”. “O que parece estar ocorrendo de especial neste momento [...] é o simultâneo refluxo do fazer jornalístico clássico, com possíveis deslocamentos de sua especificidade, capazes de, na prática, influir na definição de um novo perfil e de novos valores profissionais” (idem).

Magno (2006) comenta que o Brasil do período da redemocratização foi marcado pela formação de uma geração de profissionais de imprensa que testemunhou a efervescência do jornalismo político-investigativo e o aumento do espaço, do status e do respeito que um grande repórter, responsável por importantes furos nas editorias de política, economia ou nacional, tinha dentro de uma redação. Em sua dissertação, a autora defende a hipótese de que, se antes o repórter tinha alto poder de barganha por ser o principal emissor entre o jornal,

a fonte e o leitor, hoje os sites governamentais e corporativos, blogs e redes sociais conferem ao público a própria rede de divulgação e acesso à informação. Diante da “nova realidade” da comunicação social, onde qualquer um teria o poder de realizar atividades de produção de caráter noticioso, Braga *et. al.* assinalam a perda de importância do trabalho do jornalista.

Mais do que impactar a produção noticiosa, a visão de que a internet aponta para um declínio irremediável do jornalismo é compartilhada por uma corrente significativa de autores e analistas de mídia. Pierre Lévy e Jean Baudrillard, por exemplo, defendem que uma vez que todos tenham acesso às mesmas fontes de informação dos jornalistas, estes deixariam de ter um papel relevante como mediador ou “fiscal” da sociedade. Lévy compara o jornalismo a outras profissões já obsoletas.

No século XVIII, o trabalho de milhares de pessoas era, unicamente, carregar água. Então, por que eu quero proteger o trabalho dessas pessoas, vou deixar de instalar encanamentos nas casas? No futuro, iremos precisar de pessoas que são muito competentes em comunicação em geral. Nós sempre vamos precisar delas (LÉVY, 2013)¹⁷.

Embora esta pesquisa não tenha o intuito de negar a complexidade do ambiente comunicacional contemporâneo, e que ele traga desafios expressivos à profissão de jornalista, nossas análises a partir das conjecturas trazidas pelos dois grupos de entrevistados a respeito de seu trabalho nos convidam a olhar a questão por outros prismas.

O primeiro deles, concernente à polêmica da reportagem, é que de fato há o reconhecimento por parte dos jornalistas analisados, principalmente do grupo de faixa etária mais elevada, de que a aceleração e o aumento do volume de produção noticiosa dificultam o desenvolvimento de pautas mais elaboradas, que demandam mais tempo de dedicação. Por outro lado, a internet pode ser uma importante porta a novas possibilidades da reportagem. No Brasil, iniciativas como o site /Ponte, especializado em segurança e direitos humanos, e a Agência Pública de Reportagem se destacam como dois dos principais empreendimentos recentes para um jornalismo de investigação baseado em *crowdfunding* e *crowdsourcing*.

Outra iniciativa digna de nota, apontada pelo colunista Aydano Motta (*O Globo*) e pela repórter Marta Valim (*Brasil Econômico*) como um caso de sucesso da internet na promoção de um jornalismo de qualidade, é o site “Boatos.org”, fundado por um grupo de

¹⁷ LÉVY, Pierre. “Lévy: ‘O que acontece aqui não é por democracia, mas contra a corrupção’ ”. São Paulo, 2013. *Época*. São Paulo: Globo, ed. 807, 9 nov. 2013. Entrevista concedida a Amanda Polato.

jornalistas liderado por Edgard Matsuki, do Paraná. Fundada em junho de 2013, a página é atualizada diariamente com desmentidos de farsas e mentiras que circulam pela internet. O site ganhou destaque com a cobertura das eleições, em outubro de 2014, e no caso do ataque de um tigre a um menino em um zoológico de Cascavel (PR), em julho do mesmo ano. O “Boatos.org” foi um dos primeiros veículos a noticiar que era falsa a declaração de que a gerência do parque iria sacrificar o animal.

Além disso, o ambiente das redes telemáticas aproxima o profissional de seu público, o que foi encarado como enriquecedor para a construção da notícia entre os integrantes da amostra analisada. Este trabalho vai de encontro ao que defende Träsel (2013), de que a abertura à colaboração e a participação das audiências “poderia aumentar a eficiência do trabalho de reportagem e, ao mesmo tempo, garantir a sobrevivência do profissional jornalista” (TRÄSEL, 2013, p. 192). Esta tendência pode ser bem-ilustrada pela fala de Ordoñez (2015):

Antes, só discutíamos entre nós da redação o que iria ser feito ou não. O espaço do leitor era limitado à carta dos leitores, [onde o público] poderia sugerir alguma coisa. Mas agora o público interage com a gente. Ele às vezes manda sugestões. Agora lá no *Globo* e outros jornais, a matéria que sai assinada com nosso e-mail. Às vezes eu recebo e-mails de leitor falando alguma coisa, elogiando, criticando, sugerindo. [...] Isso ajuda a pautar, até porque você não consegue apurar tudo ao mesmo tempo. O que eu não consigo apurar, eu conto com as minhas fontes imediatas. E, às vezes, o leitor também dá uma dica interessante. Alguma sugestão, alguma coisa que está acontecendo em algum lugar e a gente vai lá e apura. O jornal tenta retratar o dia a dia das pessoas, o que está acontecendo em todos os setores (ORDOÑEZ, 2015).

Ou como afirma mais especificamente Aydano Motta (2015), essa abertura ao diálogo “nos aproximou da notícia. Talvez a coisa mais valiosa da internet foi devolver os jornalistas ao mundo real”. Em vez de representar uma “concorrência” à prática jornalística, e mais especificamente à reportagem, a participação do público pode, inclusive, estimular essa prática, como discutiremos a seguir.

4.2 O JORNALISTA E SUAS AUDIÊNCIAS

O processo dialógico com os públicos vem ocupando um espaço crescente dentro das rotinas produtivas dos jornalistas. Os novos meios de comunicação digital, mais do que introduzir práticas consideradas “inovadoras” na produção jornalística, aceleram, ampliam e, por vezes, mutilam processos já existentes no contexto da mídia tradicional (DEUZE, 2006). Observamos que a internet aponta para a amplificação da cultura profissional do jornalismo, estimulando uma prática mais aberta, de natureza mais dialogante. No entanto, esforços para diminuir o distanciamento entre o jornalista “detentor da informação” e seu público não são um fenômeno recente no campo.

A ideia de que o jornalismo deveria promover a educação e o debate em torno de temas da vida pública — a partir de um diálogo mais direto entre profissionais de imprensa e cidadãos — remonta aos anos 1920. Durante esse período, pós-Primeira Guerra Mundial, a experiência com a propaganda bélica e as relações públicas governamentais suscitou uma ampla revisão, especialmente na conjuntura estadunidense, dos fatos a serem retratados nas páginas dos jornais, encarados mais como uma visão pautada pelas instâncias de poder do que uma reflexão desinteressada sobre os acontecimentos de relevância social (SCHUDSON, 1978).

Neste contexto, a objetividade e a imparcialidade processual, até então esboçadas durante o desenvolvimento da comunidade profissional, começam a ganhar contornos de estratégia de filiação a uma “ciência jornalística”, sem interferência de profissionais de relações públicas ou propagandistas governamentais e empresariais. Tal contexto também impulsiona a ideia, apregoada por autores como John Dewey, de um “jornalismo público” envolvido no desenvolvimento de uma pauta cívica comum. O conceito propõe o jornalismo como peça fundamental no diálogo entre cidadãos e Estado, e não um mero repetidor das informações prestadas pelo governo.

A ideia desse jornalismo “público” ou “cívico” vem sendo especialmente retomada no contexto acadêmico e midiático dos Estados Unidos desde os anos 1990. Rosen (1999) elenca uma série de posturas que devem ser adotadas pelos profissionais de imprensa, como estimular um clima de debate e participação; apoiar a comunidade política na solução de problemas sociais, mais do que meramente reportá-los; promover valores cívicos no lugar de visões políticas. Perry (2003) complementa dizendo que os jornalistas devem fazer dos jornais

um fórum de discussão das questões da comunidade, o que nos leva a acreditar que o modelo se adequa melhor, mas não exclusivamente, a um jornalismo em escala local e regional do que a um de abrangência nacional.

Todos os esforços citados pelos autores para um jornalismo mais engajado na vida política partem do princípio que o profissional de comunicação deve se abrir mais àquilo que é dito pela comunidade. Tal conversação jornalista-público é potencializada, na contemporaneidade, a partir de ferramentas de comunicação e produção de conteúdo na internet. Práticas como o auxílio do público na produção de reportagens por meio do serviço de *microblogging* Twitter e do serviço de mensagens *Whatsapp*, produção de pautas jornalísticas a partir de comentários de usuários e enquetes para decidir a agenda de notícias são cada vez mais frequentes nos veículos da mídia tradicional.

O jornal *Extra*, por exemplo, foi um dos pioneiros no Brasil na adoção do *Whatsapp* como fonte de informação. A estratégia foi lançada em junho de 2013, inicialmente com o intuito de cobrir pequenas ocorrências, como falta de luz em bairros do subúrbio, paralização de trens ou pontos de congestionamento na cidade. Contudo, o recurso rendeu importantes furos de reportagem, como nos explica Motta (2015):

Na produção da notícia, o público participa muito mais. A iniciativa do *Extra* de conversar com os leitores por *Whatsapp* permitiu que o jornal desse vários furos. Furos incríveis mesmo. A mulher arrastada pela favela veio pelo *Whatsapp*. Os soldados que levaram o garoto para a favela do Sumaré foi *Whatsapp*. A [rádio] *Band News* já baseia o seu noticiário nas informações enviadas pelos ouvintes. É o principal, o ouvinte fala, checamos as declarações, e divulgamos (MOTTA, 2015).

Os dois casos citados pelo jornalista tiveram grande repercussão midiática, a partir dos “furos” de reportagem do jornal. Em março de 2014, a redação do veículo recebeu um vídeo que mostrava o corpo da auxiliar de serviços gerais Cláudia Silva Ferreira arrastado por 350 metros por uma viatura da Polícia Militar do Rio de Janeiro. Cláudia, atingida por disparos durante um tiroteio no Morro da Congonha, em Madureira, Zona Norte do Rio, havia sido colocada no porta-malas do veículo, mas, durante o trajeto pelas ruas da cidade, a porta se abriu e ela ficou presa do lado de fora por um pedaço da roupa. Ela teve parte do corpo dilacerada ao ser arrastada pelo asfalto.

O segundo caso, ocorrido em junho do mesmo ano, também no Rio de Janeiro, diz respeito à execução de um adolescente e a tentativa de homicídio de outro por dois policiais

militares. Os dois jovens foram detidos nas imediações da região central da cidade, mas em vez de serem encaminhados à Delegacia de Proteção à Criança e ao Adolescente (DPCA), foram levados pelos agentes ao Morro do Sumaré, na área da Floresta da Tijuca, onde foram baleados e deixados para trás. Um dos adolescentes conseguiu sobreviver porque se fingiu de morto.

De acordo com Motta, tais furos de reportagem não teriam sido possíveis sem o apoio das audiências. Um ponto relevante a ser observado é que o jornalista justifica a aproximação com argumentos muito semelhantes aos usados no início do século XX para a promoção do “jornalismo cívico”.

A gente estava muito distante do mundo real até a internet se disseminar na atualidade. A gente não fala com mais ninguém diretamente, a gente fala com a assessoria de imprensa. Todo mundo tem um assessor de imprensa. O assessor está lá para nos atrapalhar. É uma fonte que paga um profissional para que ele não a deixe tropeçar. Para que avalie como ele deve dizer ou não coisas do interesse dele, não do meu, que em 99% dos casos são interesses conflitantes. Eu quero que o cara erre... Então a gente fica muito a reboque do assessor de imprensa.

E isso implica muito na rotina comum do jornalista. Eu saía de casa, ligava o meu carro na [rádio] *CBN*, onde ouvia informações vindas de assessoria de imprensa. Vinha até aqui, onde recebia e-mails das assessorias de imprensa, voltava para casa. Eu não saía desse mundo. Era um túnel, uma cápsula. Aí agora o leitor manda notícias direto para mim, através desses mil canais. E-mail, comentário de blog, qualquer coisa assim. Voltamos a ter contato com a vida real, sem filtro, não mediada. Isso mudou tudo! Tudo é diferente, tem mil notícias que a gente divulgou que foi baseada nos leitores, ideias que eles passaram (MOTTA, 2015).

Alguns autores defendem que a inovação trazida pela internet reside no fato de que a notícia, inserida no ambiente em rede, cada vez menos vem sendo encarada como um produto final, e mais como “*work in progress*”, ou seja, um processo em construção aberto à participação dos públicos (DEUZE, 2006; RAMONET, 2012). A novidade trazida pela internet não teria, portanto, tanto a ver com a adoção de novas tecnologias nas redações, mas com a emergência de uma nova cultura profissional entre os jornalistas baseada na confiança mútua com o público e disponibilidade à colaboração. A rede possibilitaria uma tendência que Deuze classifica como uma mudança de “orientação para o diálogo, incluindo o utilizador como cocriador de conteúdo e integrando modelos empresariais de jornalismo dialogante no trabalho e práticas quotidianas dos profissionais de *media*” (DEUZE, 2006, p. 29).

Marchionni (2013) conceitua duas formas do fazer jornalismo cada vez mais coexistentes na mídia tradicional. Em contraposição a um “jornalismo como leitura”, na qual o profissional define individualmente o que é notícia e conduz um monólogo com o público ou um diálogo com as autoridades, estaria em expansão um “jornalismo enquanto conversação”¹⁸, produzido por meio de trocas recíprocas e interpessoais entre jornalistas e cidadãos comuns, mediada ou não, melhorando a produção de notícias sobre questões de importância pública para o bem comum.

De acordo com a pesquisadora da Universidade Luterana do Pacífico, em Washington, e ex-editora do *The Seattle Times*, para que essa forma dialógica de jornalismo seja bem-sucedida é necessário levar em consideração mais do que aspectos tecnológicos, mas também sua dimensão psicossocial dos profissionais envolvidos. Tais aspectos, a saber, seriam:

- **Presença social.** Flexibilização da impessoalidade jornalística como forma de permitir às audiências perceber a pessoa por trás da notícia. Segundo ela, a objetividade produz um jornalismo de “arrogância” e humanamente distanciado, que resulta em um afastamento do público da vida cívica, sendo primordial “resgatar o jornalismo do paradigma dominante da ‘informação-objetiva-como-notícia’ para o da ‘comunicação-humana-como-notícia’” (MARCHIONNI, 2013, p.135);
- **Abertura** (“*Friendliness*”). Uma disponibilidade pessoal dos jornalistas em receberem e compartilharem informações com as audiências. Jornalistas devem reimaginar sua profissão como prática social, incentivando o diálogo com os leitores, que agiriam como participantes iguais no processo. Em outras palavras, o público não tem apenas o direito de ser informado, mas também de ser ouvido;
- **Informalidade.** Para uma abertura amigável e um jornalismo menos como leitura e mais como diálogo, certa informalidade é necessária. Serviços como o Twitter e outras redes sociais, além de serem boas ferramentas de notícias, frequentemente revelam o lado mais pessoal e informal do jornalista, atraindo novas audiências que de outra maneira não seriam atraídas pelas homepages da mídia tradicional;

¹⁸ Em nossa tradução livre, “*journalism-as-a-lecture*” e “*journalism-as-a-conversation*”.

- **Co-orientação.** Jornalistas e leitores como colaboradores equivalentes da produção da notícia. O sucesso dos blogs pode sugerir que as audiências estejam procurando pessoas como elas na produção de notícia (MARCHIONNI, 2013).

De acordo com a proposta da autora estadunidense, observamos entre os jornalistas entrevistados por esta pesquisa uma maior preocupação com a “presença social”, a “abertura” e a “informalidade” no trato com os leitores, mas menos com o que ela conceitua como “co-orientação”. Entre os membros da amostragem, predomina a ideia do público como coadjuvante do processo, sendo que a importância do jornalista reside na capacidade de averiguar e apurar o que é reportado pelos públicos e dar a palavra final sobre a sua veiculação ou não. A única visão dissonante dentro da amostra analisada foi a do repórter Rennan Setti (2015), um jovem jornalista de 26 anos à época da sua entrevista.

Setti aponta o exemplo de Mark Gurman, um blogueiro de 19 anos do Vale do Silício, região da Costa Oeste dos Estados Unidos onde se concentram empresa de computação e internet. Do dormitório da sua universidade, ele deixou para trás a cobertura de grandes veículos, como os jornais *The New York Times* e *The Wall Street Journal* e a agência de notícias *Bloomberg*, com informações exclusivas sobre as gigantes do setor de tecnologia¹⁹. O repórter de *O Globo* não acredita que um jornalista tenha grande vantagem sobre alguém que se disponha a “fuçar 100% do tempo” sobre um assunto.

Eu acho que, no Brasil, o respaldo do jornalista vem muito da instituição [onde trabalha], já que o público é mais conservador. Mas no Vale do Silício, não. O leitor vê o que acontece nas redes e acha uma informação que seja confiável; ele vai acabar acompanhando quem a forneceu. Tanto que vimos os veículos de mídia correndo atrás do que esse garoto cobria. No Brasil, as redes sociais sempre foram fortes, mas nunca para a produção de conteúdo, é mais fofoca, humor, etc. Eu acho que lá fora está mais maduro em produção de conteúdo. Mas eventualmente, isso vai acabar surgindo. É algo que aparece espontaneamente (SETTI, 2015).

Diferentemente da visão de Setti, a grande maioria dos jornalistas analisados ainda recorre à tradição estabelecida pela comunidade profissional concernente ao ideário do jornalista como um “ilustrador dos públicos”, o “portador da palavra”. Ou seja, uma identidade atrelada ao papel de mediador entre os cidadãos e as instâncias de poder. Motta

¹⁹ Mais sobre Mark Gurman em: YAROW, Jay. “The Best Apple Reporter In The World Is A 19-Year-Old College Freshman At Michigan”. Disponível em <http://www.businessinsider.com/mark-gurman-the-freshman-who-breaks-all-the-apple-news-2013-2>. Acesso em 25 set. 2014.

(2015) avista que quanto maior o espaço do leitor, mais importante é o trabalho de filtragem do profissional:

A informação trazida pelo leitor ainda é um espaço menor, mas já é maior [na versão *on-line* de *O Globo*] do que era no papel. E essa informação é observada e processada pela gente, pelos jornalistas. Hoje em dia, está cada vez mais tudo misturado, o leitor comenta na notícia mesmo. E isso altera muita coisa. Se você pegar os momentos mais apaixonados, como futebol e eleição, é o tempo todo isso. Esse espaço do leitor tende a aumentar. E precisa de mais jornalistas, porque há mais manipulação nas informações que chegam da internet. E não é uma coisa malévola, movida a interesses, pode ser só por convicção pessoal. E precisa de mais gente para checar isso, vai ter mais mercado [para os jornalistas] (MOTTA, 2015).

Contudo, essa percepção da importância da participação dos leitores na construção da notícia nem sempre é encarada com tanto entusiasmo por todos os integrantes das redações. Em um veículo mais tradicional, como *O Globo*, a incorporação de uma interatividade maior com as audiências não é encarada como uma prioridade entre alguns ocupantes dos cargos de chefia, geralmente profissionais mais experientes, acostumados a pensar o “jornalista” em seu papel mais tradicional, como único detentor e mediador da informação. Cazes (2015) explica:

Eu acho que a coisa mais importante na internet é o engajamento do seu leitor, através de compartilhamento, comentário... o cara sempre tem algo a te acrescentar. Eu sou super-favorável a isso, mas eu não vejo a redação com essa visão. Realmente, acho que já foi mais. Engraçado, acho que antes da integração das redações, quando o *Globo On-line* era separado e recebia menos atenção da direção, havia mais esforço nesse sentido. Inclusive havia pessoas que mandavam denúncias para a gente por e-mail. E era muito útil, chegavam histórias e a galera do *Globo On-line* apurava e saía muita coisa. Existia essa interação muito maior. Amigos que trabalhavam nessa área conseguiram fazer matérias muito legais. Acho que é pouco valorizado.

Eu acredito que engajamento é chave na internet. O comando da redação não vê as coisas dessa forma, até porque é uma cabeça ainda muito vinculada ao papel, muito “eu sou dono da informação, eu estou dando a informação para vocês”. “Não é algo que a gente possa construir junto; eu construo e vendo para vocês”. Na internet, acho que isso não faz muito sentido. É uma cultura do *Globo* mesmo, mas o *Extra*, por exemplo, tem outra cultura. Mesmo sendo veículos da mesma empresa, a cultura é outra, a rotina é outra (CAZES, 2015).

Tal intento, portanto, muitas vezes esbarra não somente na cultura da empresa de comunicação, como também na cultura de cada veículo sob a égide de uma mesma corporação. Na fala de Cazes e Motta, percebemos que a interação com o leitor está presente nos dois veículos da empresa Infoglobo, mas encontra terreno muito mais fértil no jornal *Extra*, voltado para um público mais popular, especialmente para as classes B e C, do que *O*

Globo, considerado o carro-chefe da organização, com perfil de leitores concentrados nas classes A e B. Enquanto na primeira publicação é observado o cuidado em potencializar um canal direto com os leitores, por meio do *Whatsapp*, para receber e discutir possíveis pautas, em nossa visita à redação de *O Globo* e nas entrevistas com os profissionais, percebemos que a voz do público se faz principalmente por meio de comentários e dos e-mails enviados aos jornalistas, em resposta a matérias que já foram ao ar.

Essa diferença também é significativa entre as duas publicações impressas do grupo Ejesa. O *Brasil Econômico* é um jornal marcadamente voltado para “tomadores de decisão” empresariais e governamentais, cuja principal ferramenta de retorno por parte do público é a medição das matérias mais lidas do site, além de e-mails e comentários na página do Facebook. *O Dia*, por sua vez, voltado a um público semelhante ao do jornal *Extra*, adotou em março de 2014 o *Whatsapp* como instrumento de aproximação com os leitores, o que nos leva a entender que a ferramenta vem sendo adotado com mais intensidade entre jornais ditos “populares”.

Como explica Rost (2014), a capacidade de interação dos públicos com os meios de comunicação se dá em graus variados entre diferentes veículos ou mesmo dentro de um meio de comunicação, uma vez que colide com as rotinas e os interesses que governam as redações. O autor elucida que as empresas de comunicação mantêm o controle da participação, ao reservarem para si o papel de *gatekeeper* em distintas etapas do processo de elaboração da notícia. “Desta forma, moderam comentários, controlam o que se publica nas suas páginas no Facebook, abrem a participação a determinados conteúdos e não a outros, selecionam as fotografias e vídeos que os utilizadores enviam” (ROST, 2014, p.56).

Anselmino (2012), por meio de sua análise dos principais jornais argentinos, complementa dizendo que o discurso do jornalista e o dos leitores continuam ocupando “diferentes estatutos” dentro da cultura profissional dos jornalistas (ANSELMINO, citado por ROST, idem). De maneira geral, em suas elucubrações, os jornalistas entrevistados apregoam que sua relevância dentro do novo ambiente comunicacional persiste através da sua obrigação profissional de manter o distanciamento crítico e apurar todos os lados da questão. Na visão da maioria dos entrevistados, o espaço da produção do público está sujeito a deturpações e a manipulação de informações, “mesmo que não movida a interesses, apenas convicções pessoais” (MOTTA, 2015). Trataremos essa questão com maior profundidade no tópico a seguir.

4.3 AS MARCAS DISTINTIVAS DO JORNALISTA

O amadorismo está destruindo nossa cultura, alardeia em linhas gerais o especialista de mídia anglo-americano Andrew Keen (2009). Na sua interpretação, sem um mediador confiável — quer seja um jornalista, um crítico ou mesmo uma loja especializada em livros ou discos —, para definir os critérios mais básicos daquilo que pode ser considerado “de qualidade”, as pessoas se afogariam em produtos informacionais classificados pelo autor como “lixo”. Para ele, a mídia tradicional e as instituições criativas se enfraquecem com o empoderamento de construções coletivas pouco confiáveis, como o Wikipédia.

Bezerra (2013) lembra que esta crítica se assemelha às análises de Adorno e Horkheimer à indústria cultural, que esvaziaria e simplificaria a arte para adequá-la aos gostos do público. Ainda que a produção serializada de bens culturais implique em mudanças nos valores estéticos das obras, poderia ser extremo apontar para a derrocada definitiva da arte. Da mesma forma, é possível que seja exagerada a previsão de que uma “inteligência coletiva” acarrete o fim dos sistemas tradicionais de mídia, ainda que estes tenham dificuldades em assimilar elementos dessa cultura participativa e manter sua posição de relevância dentro do ambiente digital.

Canavilhas (2010) considera que as relações entre a mídia tradicional e a emergência de mídias móveis pessoais — *self-media* ou “eu-mídia” — compõem o atual “ecossistema midiático”. Ao contrário de uma perda de relevância do jornalismo frente à produção informativa de amadores, esse ecossistema entraria em constante estado de alternância entre desequilíbrio e re-equilíbrio, motivado pelas “novas e variadas relações resultantes da sua natureza instável, móvel e global” (CANAVILHAS, 2010, p.2).

Como analisa Primo (2013), se em um primeiro momento o jornalismo de massa teria sofrido um duro golpe com a popularização das tecnologias digitais, hoje estaria em curso uma reinvenção das grandes corporações de mídia. Mesmo com a retração do consumo de jornais e revistas impressos e a queda das audiências da televisão, o jornalismo *per se* não estaria propriamente ameaçado, uma vez que se encontra em permanente processo de atualização e reconstrução da sua relevância.

Seria apressado, portanto, considerar o processo de democratização da informação e o fim do monopólio das empresas de mídia como a redução da importância do jornalismo. Entre

os profissionais ouvidos por esta pesquisa, impera a visão de que, frente à maior produção advinda da internet e da colaboração dos públicos, o jornalista reforça sua pertinência, pois ainda detém nas mãos o poder e o dever da “apuração”. Ou seja, é ele quem atesta a veracidade e confere legitimidade em meio à profusão de “achismo”, “manipulação” e “sectarismo”, três dos termos empregados pelos entrevistados para qualificar a produção dos públicos na internet. Essa visão fica bem sintetizada por Ordoñez (2015):

Em relação ao papel do jornalista [no ambiente onde todo mundo é repórter], eu acho que o profissional tem até mais responsabilidade. Quem não é jornalista tira um retrato de um “buraco” na rua e manda, e aquilo é publicado, e ele acha muito bacana. O jornalista, ele tem que apurar com profundidade: “de quem é aquele buraco?”, “quem é que fez?”, “de quem é a responsabilidade?”, além da necessidade de ouvir todas as partes. A quem procurar, a empresa que furou, o governo, etc. Há uma apuração a ser feita, a responsabilidade maior para apurar corretamente os fatos e dar e uma forma isenta. Porque o leitor dá de uma forma mais subjetiva, com indignação, denúncia. A gente tem que dar de uma forma objetiva, ouvir cada uma das partes. Acho que essa coisa continua a mais importante. O grande diferencial é esse: a apuração e a isenção. (ORDOÑEZ, 2015. Grifos nossos)

“Apuração” e “isenção” sempre foram pontos distintivos dentro do discurso de autolegitimação do jornalismo enquanto “fiscal” ou “cão de guarda” da sociedade. Ao incidirmos na análise dos discursos produzidos pelos jornalistas sobre a situação contemporânea da profissão, contudo, nos parece que tais valores vêm sendo amplamente sublinhados nos dias atuais para marcar a diferença entre o fazer jornalismo e outras formas de produção informativa, como, por exemplo, aquela proveniente da blogosfera e das mídias sociais. Dessa forma, ainda que se abra ao diálogo com as audiências, ainda reside nas mãos dos jornalistas a “responsabilidade maior” de mediar essa interação de forma isenta e “ouvindo todas as partes”.

Sendo assim, nada mudaria? Pelo contrário. Como já exposto anteriormente, a identidade profissional não se atrela a critérios fixos, mas é fruto de interações contextuais e processos de construção ao longo do tempo (LOPES, 2013b). Frente à torrente de conteúdos produzidos por meio da estrutura da rede²⁰, não são criados novos valores deontológicos, mas são reforçados os critérios já existentes que reforçam a imagem do jornalista como aquele

²⁰ Graças a fatores como popularização dos smartphones e da tecnologia 4G, o volume de tráfego de dados na internet aumentou 81% entre 2012 e 2013, atingindo o patamar de 18 exabyte, ou 18 bilhões de gigabytes. No ano 2000, o tamanho de toda a internet era de 1 exabyte. Ver mais em: “Mundo consome 1,5 exabyte por mês em dados móveis.” Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/mundo-consome-15-exabyte-por-mes-em-dados-moveis-11514094>. Acesso em 29 nov. 2014.

responsável por guiar o leitor em direção à informação dotada de credibilidade. Em outras palavras, a capacidade de “apuração” e a “isenção” foram os dois pontos mais enfatizados pelos profissionais pesquisados para diferenciar o jornalismo da produção amadora.

Bruns (2005) aposta em um modelo de *gatewatcher* em oposição à ideia de *gatekeeper*, ainda massivamente em voga no jornalismo *mainstream*. Em vez de atuar como um “guardião da passagem”, que filtra sozinho os eventos noticiosos antes de publicá-los, tal como proposto originalmente por McCombs e Shaw na década de 1970, o jornalista seria hoje mais um promotor do conteúdo que é produzido pelo público, ou seja, o “observador da passagem”. Mais do que uma contraposição ou uma tensão entre esses dois conceitos, o que percebemos entre os jornalistas em nossa pesquisa é uma fluidez entre os dois papéis. Se ele exerce mais a função de *gatekeeper* ou de *gatewatcher*, depende da disposição em maior ou menor grau às dimensões psicossociais arroladas por Marchionni e já anteriormente citadas, como abertura em dialogar com os públicos, adoção de um tom mais informal, domínio das plataformas tecnológicas, etc.

Barsotti (2012) propõe ainda um terceiro papel assimilado nas práticas contemporâneas, o de “mobilizador das audiências”, ou seja, o de incitador do debate público em torno de determinadas causas, à guisa de um “animador de plateias”. A partir do retorno que recebe por meio de comentários e enquetes, o profissional é capaz de averiguar quais assuntos mais despertam o interesse da audiência. Em poder de tais dados, o jornalista confere maior ou menor visibilidade a matérias com vistas a insuflar as discussões dentro da versão *on-line* do veículo onde atua.

Portanto, o jornalista assumiria para si a atribuição não apenas de “vigia da sociedade”, mas também de seletor e tradutor da torrente de conteúdos que inundam o ambiente comunicacional da rede, um “curador de conteúdo”. Karla Rondon Prado (2014), editora do jornal *O Dia*, sobre uma pesquisa qualitativa com leitores do jornal, comenta:

Um leitor, de uns 35 anos, tocou num ponto que, vindo de alguém que pertence ao nosso público alvo, foi elucidativo. Ele disse que gostava de ler as notícias *on-line*, mas tinha grande dificuldade de saber o que é mais importante. Ali tem sempre muita coisa. Nas palavras dele, o papel do jornalista vai ser eternamente de grande valor, pois ele tem mais base e vai ajudar a hierarquizar as notícias. “Fico confuso. Preciso que alguém me mostre o caminho”, disse ele. A discussão seguiu acalorada, e era essa a opinião do grupo, nenhuma voz destoante. Deu orgulho. Pensei na nossa responsabilidade diante da sociedade (PRADO, 2014).

Percebe-se pela fala da editora que a justificativa da “intervenção organizadora” do jornalismo é embasada a partir da fala do próprio leitor. Como nos lembra Frère (2014), sobre a delimitação de um “paradigma profissional” do jornalismo não incidiriam apenas dinâmicas internas, como autorregulação e assentamentos deontológicos, e fatores externos, como ação do Estado e evolução do mercado, mas também anseios e exigências por parte do público. É a partir do reconhecimento das expectativas do leitor que percebemos onde reside o “orgulho” da jornalista.

Prado entende que é salutar o fato de que a notícia não se esgote mais após o consumo imediato, e que seja rediscutida, retrabalhada e redistribuída entre a rede de consumidores. Tal aspecto da “nova comunicação” aumentaria o peso da missão do jornalista de instruir os públicos.

A opinião importa tanto, os blogueiros aparecem como vozes fortes e esclarecedoras. As notícias dos jornais são confrontadas com o que é publicado por aí [...]. Quem se interessa pela informação não para no consumo imediato e continua, sim, a busca pelo tesouro perdido, pela notícia degustada com calma e com seu devido peso. Hoje, cada um tem um canal, seja ele com mais conteúdo ou sua linha do tempo no Facebook. Cada um tem um canal, e usa a audiência como bem entende. Como todos os meios e mídias, cada canal é um canal, e você faz o uso da sua programação como bem entender. Sou pela qualificação, pela formação de público (PRADO, 2014. Grifo nosso).

Outra jornalista que recorre ao público para justificar seu posicionamento é Sônia Soares, diretora-executiva do *Brasil Econômico*. Referindo-se a um grupo mais jovem, composto principalmente por adolescentes, ela alega que este novo público já desenvolve um amadurecimento que lhes permite separar o “joio do trigo” no consumo de mídia, ou, mais precisamente, selecionar conteúdos que tragam consigo uma marca de credibilidade.

Eu trabalho na área de economia, mas sou muito curiosa, costumo fazer mil coisas ao mesmo tempo. Eu comecei a acompanhar um grupo de adolescentes, entre 15 e 16 anos, para ver sua troca de informações na rede. E você começa a ver que determinados assuntos que aparecem entre os *tweets* a partir de alguém que diz: “Vocês viram hoje o site da CNN?” E o outro responde: “Eu poderia passar o dia inteiro no site da CNN.” E você vê isso, adolescentes de 15 e 16 anos acostumados a lidar com a mídia, a trocar informações entre eles, a acreditar no que está sendo dito ali. É claro que na maioria das vezes a troca de informações é de celebridades, é Justin Bieber. Mas é possível observar que há ali determinados assuntos, como a história do desaparecimento do avião [da Malaysia Airlines, em março de 2014].

Por isso que eu acho que as novas mídias mudam a forma de você entregar [a informação], mas ninguém sabe ainda muito bem como. As novas mídias

não dão o fundamento de uma boa matéria, do bom jornalismo, da boa apuração, e de quem dê respaldo a essas coisas que estão sendo ditas. Você vê o movimento desses jovens, que é um universo pequeno, mas pode apontar para a verdade do todo. Na hora que surge algo que extrapola a opinião, do achismo, eles procuram um órgão que tenha a marca (SOARES, 2015).

Isso pode ser percebido em números. Como explica Ramonet (2012), mesmo na “sociedade das redes”, os internautas continuam buscando acesso às representações *on-line* das mídias tradicionais, principalmente às publicações mais renomadas. Entre os 200 sites de notícias mais acessados nos Estados Unidos, 67% são as versões *on-line* das mídias tradicionais, enquanto o restante é formado por *pure players* e por agregadores de conteúdo, como Google News. Ou seja, as pessoas ainda recorreriam a “órgãos que tenham uma marca”, um peso consolidado como fonte primordial de informação.

O fato novo, na concepção do autor francês, é que as pessoas que acessam os conteúdos dos jornais por essa via desejam, em parte, serem lidas e escutadas. A informação não circula mais em um sentido único. A lógica “vertical” que caracterizava a relação mídia-leitor se tornaria mais horizontal e circular. No entanto, inferimos da fala da jornalista que a informação associada à marca forte de um veículo de mídia consolidado ainda é a motivação primeira para o consumo de notícias.

É claro que as novas tecnologias, as novas mídias, elas mudam um pouco a forma que você entrega essas informações. Mas o jornalismo vai se fazer necessário desde o momento em que as redes sociais forem se tornando cada vez mais desenvolvidas. As redes sociais criaram hábitos de leitura de informação que antes não havia, só que essas pessoas vão cada vez mais procurar informações em órgãos que tenham uma marca de credibilidade (SOARES, 2015).

É interessante percebermos, dessa forma, as similitudes entre os discursos das duas profissionais, que ocupam cargos de chefia em dois diferentes jornais do grupo Ejesa. Ao passo que as audiências se alargam, torna-se mais importante o papel daquele que vai depurar o conteúdo produzido pela rede e apontar o que é “crível”. Não mais monopolizando a informação, o jornalista ainda é dotado da “grife”, da “marca de credibilidade” daquilo que veicula.

O papel social do jornalista não seria, portanto, atingido em sua estrutura basilar. A problemática da questão surge quando confrontamos as falas das “chefes” com a fundação da pirâmide, com o chão de fábrica das redações. Sobrecarregado pelo volume de conteúdo com

o qual tem que lidar cotidianamente, além da redução dos quadros das redações, seria ingênuo dizer que o jornalista pode sempre apurar em profundidade tudo que lhe chega. O problema é levantado por uma repórter do mesmo grupo, mais jovem e com menos anos de experiência na área.

Mas qual é o perfil novo do jornal? A participação maior dos leitores. *O Globo* e o *GI*, acho que são os principais. A Rádio Band, por exemplo, com o pessoal mandando informações do trânsito pelo *Whatsapp*, mas isso tem o problema, que é esbarrar na confiabilidade do jornal, porque muitas vezes, por falta de estrutura, [o profissional] deixa de checar essas informações. E aí publica como verdade. Mas a participação do público é um caminho sem volta. (SALGADO, 2015. Grifo nosso).

Dessa forma, percebe-se que, apesar de a “marca de credibilidade” configurar um elemento importante, a capacidade de apuração e checagem das informações pode esbarrar em questões de ordem estrutural. E é sintomático que essa preocupação recaia principalmente nos ombros dos repórteres. Autores como Ramonet (2012) questionam se ainda seria válido calcar a identidade profissional do jornalista na justificativa habitual de que ele seria o responsável por dedicar seu tempo para verificar a informação, para recortá-la e confirmá-la. Sob a regência da ditadura da urgência e da instantaneidade, poucos dispõem do tempo necessário para fazer conscientemente seu trabalho.

As intensificações do ritmo de atividades, além da precarização das relações de trabalho, não apenas prejudicam a qualidade de vida dos repórteres e redatores (FIGARO *et al.*, 2013), alcunhados por um dos entrevistados como “carregadores de piano”. Como consequência, é pertinente apontar os riscos também para a qualidade do trabalho produzido. A grande quantidade de informação trabalhada em um curto espaço de tempo, para diferentes plataformas, pode ser apontada como um dos motivos para a veiculação de matérias com erros e imprecisões, uma vez que a prioridade não é apurar com rigor ou revisar, mas publicar. (BARBOSA E SILVA, PEREIRA & RIBEIRO, 2013). A queixa fica patente na fala, especialmente, dos jornalistas mais jovens: “Cobram um texto melhor do cara que tem que mandar um *flash* em cinco minutos; é incompatível. Ou ele faz em cinco minutos ou ele faz um texto bom. É impossível, é uma questão humana” (CAZES, 2015).

Partindo do reconhecimento de que o aumento do volume de trabalho trazido pela internet, assim como a maior participação dos leitores, é um caminho sem volta, o jornalista de *O Globo* sugere o retorno da figura de um redator mais experiente que aprimore os *flashes*

e demais conteúdos produzidos no calor dos acontecimentos, à maneira dos antigos copidesques, que desapareceram com a informatização das redações nos anos 1980 e 90. Ele comenta que em algumas editoriais, onde já está avançada a integração entre impresso e digital, editores estão deslocando redatores mais experientes do jornal para a versão da internet com o intuito de melhorar a qualidade da produção *on-line*.

4.4 A IMPARCIALIDADE EM DISCUSSÃO

Contudo, parte dos questionamentos contemporâneos em relação à qualidade da informação jornalística diz respeito também a uma alegada ausência de “isenção” ou “imparcialidade”, notadamente concernente à grande mídia. No contexto da emergência da comunicação em rede, movimentos empenhados na cobertura colaborativa em tempo real de acontecimentos políticos, como as manifestações que tomaram as ruas do Brasil a partir do segundo semestre de 2013, deflagraram o que Malini e Antoun (2013) chamam de “disputa pela primazia das narrativas”.

Para os autores, trata-se do confronto entre duas economias midiáticas — de massa e alternativa — que avançam por meio de diferentes abordagens ao público. “Enquanto a mídia massiva extrai seu poder da sensação de ‘todo mundo está falando isso’ subentendido em seu uníssono, as interfaces de usuários encontram o seu poder na sensação de ‘meu amigo recomendou’ ancorado na suposta confiabilidade da fonte da informação” (MALINI & ANTOUN, 2013, p. 158).

Tais iniciativas com vistas de pôr à prova o jornalismo tradicional em diversos momentos traduziu-se em uma atitude hostil contra profissionais de imprensa, o que culminou em agressões a jornalistas e até na morte do cinegrafista da TV Bandeirantes Santiago Ilídio de Andrade, em fevereiro de 2014²¹. Trata-se de um dado expressivo, portanto, que grande parte dos entrevistados tenha introduzido a temática das mídias alternativas e das indagações relativas à imparcialidade do seu trabalho, sem que o entrevistador os tenha instigado a isso. Em nossa análise, acreditamos que isto seria fruto de um processo de reflexão prévio dos próprios profissionais a respeito da identidade e dos caminhos do jornalismo, sintomático de

²¹ De acordo com dados da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), foram 117 casos de violência contra jornalistas entre junho de 2013 e fevereiro de 2014. Dentre os registros, 70 foram considerados deliberados, isto é, quando ocorrem a despeito da identificação das vítimas como profissionais da imprensa. Ver mais em http://www.abraji.org.br/?id=90&id_noticia=2732. Acesso em 12 fev. 2014.

um momento de instabilidade e transição. O resultado de tais elucubrações produziu subsídios significativos para esta pesquisa.

Um exemplo importante de movimento contestatório da “velha ordem midiática” é o grupo Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação (Mídia NINJA). Favorecida pela popularização de meios para captação e difusão de imagens, a organização se posta crítica ao trabalho da mídia empresarial, “corrompida e amigável em relação aos governantes”. É interessante notar que, apesar de buscarem romper com o que chamam de “uníssono da grande mídia”, eles adotam o termo “jornalismo” em sua sigla, dispostos não apenas a imbuir-se de *ethos* jornalístico, mas também a recuperar aquilo que em sua percepção teria se perdido: o compromisso com o público. Em sua página na internet, a Mídia NINJA se apresenta desta forma:

A Internet mudou o jornalismo e nós fazemos parte dessa transformação. Vivemos uma cultura *peer-to-peer* (P2P), que permite a troca de informações diretas entre as pessoas, sem a presença dos velhos intermediários. Novas tecnologias e novas aplicações têm permitido o surgimento de novos espaços para trocas, nos quais as pessoas não só recebem, mas também produzem informações. Neste novo tempo, de redes conectadas às ruas, emergem os cidadãos-multimídia, com capacidade de construir sua opinião e compartilhá-la no ambiente virtual. Articulados, esses novos narradores fazem a Mídia NINJA.²²

Em suma, ao passo que criticam a grande imprensa tradicional, apelidada de “velhos intermediários”, eles assumem para si a ideia de um “jornalismo transformado pela internet”, calcado no *peer-to-peer* — no par a par. Não negam, portanto, o rol de valores, crenças e funções sociais historicamente construídos e legitimados pela comunidade dos jornalistas; pelo contrário, apresentam-se como uma atualização dele.

Durante os protestos que tomaram as ruas do país a partir de junho de 2013, o movimento ganhou notoriedade ao “denunciar” aquilo que a “imprensa golpista não mostrava” e, em alguma medida, pautou os grandes veículos de comunicação. Ainda sob o impacto do alvoroço gerado por esses “apóstolos” midiáticos, os jornalistas entrevistados por esta pesquisa foram enfáticos em apontar a falta de credibilidade do movimento, uma vez que não se enquadrariam nos parâmetros de objetividade e isenção que regem a atividade jornalística. Destacam-se as duas asserções abaixo, ambas de jornalistas ocupantes de cargos de chefia:

²² Disponível em: <https://ninja.oximity.com/partner/ninja/about>. Acesso em 2 jan. 2015.

No mundo digital, as mídias sociais permitem que as pessoas se comuniquem de tal maneira que a imprensa está sendo até malvista ultimamente. Para quem está na imprensa alternativa, na Mídia Ninja, aqueles que trabalham na imprensa regularizada viramos a “quintessência do mal”. Nós trabalhamos para o “demo”, somos vendidos. Isso é uma coisa engraçada, porque ao olhar para o que a Mídia Ninja faz, você se pergunta onde está a credibilidade? As fontes? É muita opinião, muito achismo (SOARES, 2015. Grifo nosso).

Um exemplo muito claro que vimos recentemente nas manifestações, a Mídia Ninja. Muitos manifestantes mais radicais acusavam as televisões de não mostrarem a realidade como deveriam e só mostrar um lado da questão. Isso não é verdade. Porque toda violência policial era mostrada pela televisão. Agora, quem contestava a imparcialidade dos meios de comunicação eletrônicos era absolutamente parcial. A Mídia Ninja só mostrava a violência policial. Ela não mostrava a violência dos manifestantes. Ela não cumpriu o papel. Ela não substitui o jornalismo. Ela não mostra as favelas como estão, com sua violência. Ela não vai atrás dos problemas. (AZIZ FILHO, 2015. Grifo nosso).

Em ambas as considerações, os jornalistas assinalam a não conformidade da Mídia NINJA com os padrões jornalísticos paulatinamente delimitados ao longo de quase dois séculos. A partir das considerações dos profissionais analisados, o problema do movimento midiático recai sobre sua referida parcialidade, por não contar com fontes confiáveis e não ouvir os dois lados. Logo, não seria suficientemente polifônica. Como aponta Sodré, a notícia, em sua forma tradicional, é fruto da “cultura profissional dos jornalistas, da organização geral do trabalho e dos processos produtivos, portanto, de uma rotina industrial atravessada por uma polifonia discursiva” (SODRÉ, 2012b, p.26).

Contudo, cabe-nos uma pequena digressão de volta à raiz do conceito de polifonia, como concebido pelo filósofo Mikhail Bakhtin. Ao analisar em *Problemas da poética de Dostoiévski* (2008) a produção literária do romancista russo, o autor lançou mão de um dos conceitos que mais tarde viria a ser considerado seminal para o entendimento da sua obra. A polifonia pode ser entendida como a multiplicidade de vozes equivalentes, proporcionais, que expressam diferentes pontos de vista dentro de uma mesma obra intelectual e/ou literária.

Essas vozes representam uma pluralidade de consciências e de mundos que se combinam na unidade do acontecimento. Nas palavras de Bakhtin, a respeito do herói de Dostoiévski, a polifonia permite que a palavra do personagem possua “independência excepcional na estrutura da obra, é como se soasse ao lado da palavra do autor, coadunando-se de modo especial com ela e com as vozes plenivalentes de outros heróis” (BAKHTIN, 2008, p. 5).

Entretanto, não se pode dizer que a “multiplicidade de vozes” na notícia ocorra de forma equivalente, tal como Bakhtin conceitua polifonia. Ao longo da maior parte da trajetória histórica da imprensa, instituições governamentais, lideranças econômicas e especialistas renomados tiveram lugar privilegiado nas páginas dos jornais, ao passo que o público se via estampado na função majoritária — mas nem sempre a única — de vítima ou testemunha dos fatos. Ainda que mudanças venham ocorrendo no sentido de aumentar a participação e o diálogo com o público, como vimos anteriormente, o jornalista ainda mantém o domínio sobre a palavra final. A “voz dos personagens” não se coaduna com a “voz do autor”.

Por outro lado, a Mídia NINJA supostamente se empenharia em mostrar um “lado B”, aquilo que não aparece com destaque na mídia empresarial. Na sua polifonia, o cidadão — mais precisamente, o cidadão-multimídia — teria plena voz, uma vez que o conteúdo produzido pelo grupo é feito de forma colaborativa. Mas, por outro lado, essa abertura não se faz para vozes discordantes ou de autoridades. Em uma análise rápida em sua página na web, é possível perceber um conteúdo tendencialmente voltado à cobertura de movimentos sociais de cunho anticapitalista, geralmente em tom de opinião.

Portanto, um dos principais pontos nefrálgicos entre as tensões da mídia massiva e da mídia alternativa residiria na forma como as duas encaram a questão da polifonia. Representantes de ambas as partes disparam críticas entre si em torno da “ausência de imparcialidade” na produção informativa. A diferença situa-se no fato de que, ainda que a Mídia NINJA seja mais ágil e dinâmica por ter nascido já dentro da estrutura da rede, o jornalismo tradicional apoia-se em ditames mais rígidos para a construção da notícia, elaborados pelo grupo profissional ao longo de mais de um século.

No decorrer da análise das entrevistas, é possível percebermos que, apesar de se colocarem reticentes à atuação dos movimentos midialivristas, o grupo profissional dos jornalistas não assimila de maneira inteiramente negativa as críticas recebidas. Pelo contrário, elas serviram também de estímulo para a discussão no meio sobre os valores que regem o jornalismo na atualidade. Como dito por uma das entrevistadas:

De modo geral, estamos lidando com um mundo muito novo. As pessoas não sabem muito bem o que fazer. Mas eu continuo achando que se fizer bom jornalismo tem chance. Não é a essência do jornalismo que muda, pode ser a forma de entregar, a forma de se comunicar. Muda aquele conceito de “Quarto Poder”. Talvez esteja balançado mesmo, porque o mundo digital, as

mídias sociais, permitem que as pessoas se comuniquem de outra forma. (...) É interessante viver num mundo onde as verdades não são mais incontestáveis. Elas são questionáveis. Mas isso vai fazer com que o jornalismo acabe? Será mesmo que as pessoas na hora que estiverem frente a uma questão absolutamente vital para elas, uma decisão de Governo, vão procurar na Mídia NINJA ou no *Globo*, *Estadão*, *Folha*? Ou vai olhar para todos eles e extrair sua própria conclusão? Vai ver para além da ideologia que todos os órgãos têm e vão tirar sua própria conclusão. (SOARES, 2015).

A ideia do mundo “onde as verdades não são mais incontestáveis” vem ganhando bastante popularidade dentro das autonarrativas contemporâneas do jornalismo. Em agosto de 2014, no decorrer do desenvolvimento desta pesquisa, o jornal *Folha de S. Paulo* lançou a campanha institucional “O que a Folha pensa”, no qual apresenta sua opinião sobre pautas consideradas polêmicas, como casamento gay, pena de morte, cotas raciais, aborto, manifestações, voto obrigatório e legalização das drogas. As peças publicitárias, produzidas pela agência África e veiculadas em mídia impressa, rádio e canais de televisão abertos e a cabo, traziam o slogan “Concordando ou não, siga a *Folha*. Porque ela tem sua posição, mas sempre publica opiniões divergentes”. O objetivo da ação, nas palavras do jornal, seria o de reforçar não apenas seu posicionamento, mas também sua disposição ao diálogo plural²³.

Desde o fim dos anos 1970, com a concentração do mercado jornalístico brasileiro em um número menor de empresas, ocorre também uma homogeneidade de pontos de vista retratados pela grande imprensa. Barbosa (2007) explica que a mudança de contexto político não suscita mais espaços para proselitismos e tomadas de posição, que antes resultavam em favorecimentos administrativos e financeiros. Desse modo, sobressaem-se melhor os jornais mais bem-administrados economicamente e que melhor representam a visão política das elites. Em um novo contexto midiático em que os posicionamentos das publicações estão sendo novamente trazidos ao debate, esforços como os da *Folha* de demonstrar suas inclinações políticas, ao mesmo tempo em que se abre à pluralidade de pontos de vista e busca universalizar seu discurso — “sempre publica opiniões divergentes” —, apontam para uma tentativa de manutenção de seu capital simbólico junto aos públicos.

Essa busca também pode ser apreciada nas falas dos jornalistas analisados por este estudo. Aziz Filho não enxerga, por exemplo, contradição entre um jornal dotar-se de uma

²³ “Campanha mostra visão da Folha sobre temas polêmicos”. TV Folha, 1 ago. 2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/2014/08/1493942-o-que-a-folha-pensa-veja-video.shtml>. Acesso em 15 ago. 2014.

visão política, desde que cumpra os princípios historicamente construídos para a prática profissional, dentre os quais “ouvir sempre os dois lados”.

A imprensa, então, cumpre um papel importante, porque é muito difícil você ver um jornal que mostre só um lado, por mais que você fale “ah, o jornal é conservador”, “a mídia oligopolista é assim ou assado”. Mas qualquer matéria que você vir hoje, em função do profissionalismo que a imprensa assumiu, tem lá os dois lados. É claro que o jornal vai enfatizar o lado que é da ideologia dele. Mas é isso que significa liberdade de imprensa. É exatamente isso. É a imprensa defender a ideia que ela quiser. Isso é importante ter, a liberdade de imprensa. Um jornal não é uma concessão do poder público, ele pode defender o que ele quiser. Um jornal que queira, por exemplo, defender a causa da pena de morte tem o direito de defender. Um jornal que queira defender o direito à reforma agrária tem o direito de defender o ponto de vista deles.

Mas o meio jornal acostumou as pessoas; as pessoas esperam de um jornal que pelo menos aponte o outro lado, que aparente uma isenção. E nesse esforço para aparentar isenção, mesmo que seja falsa, acaba trazendo ao leitor a informação mais correta do que quem não quer parecer isento (AZIZ FILHO, 2015. Grifos nossos).

Ou seja, se as iniciativas de produção informativa na internet não se incomodam em serem parciais, o jornalismo tradicional pelo menos se preocupa em “parecer isento”. No lugar de tomar a objetividade como um “valor absoluto”, ela serviria de norte, um guia para a fabricação da notícia e, conseqüentemente, para sustentar seu capital simbólico. No entendimento do diretor de redação, a tendência de mostrar os mais variados ângulos de um debate esbarraria também nos novos meios, cada vez mais ultraespecializados, que surgem no ambiente da rede. Ainda que na atualidade as tendências apontem cada vez mais para uma especialização, com o aparecimento de veículos voltados a nichos cada vez mais particulares (ANDERSON, BELL & SHIRKY, 2012; RAMONET, 2012), Aziz Filho defende que o jornalismo deve primar pela fala universal.

O que me preocupa [na popularização do acesso ao polo da produção] é que eu gostaria de ter mais segurança de que não fosse acontecer o fenômeno de ficar tão barato, tão barato, que desqualifique a informação. O lado bom é que você democratizou a informação, todo mundo pode produzir conteúdo, e o que pode acontecer de ruim é que resulte em uma irresponsabilidade com a informação, e as empresas, os jornais da mídia convencional perderem a credibilidade no esforço que eles fazem para buscar uma matéria com o mínimo de isenção.

Eu acho que você ter um veículo, cada um defendendo uma ideia diferente, o leitor pode ficar desprovido do outro lado. Pode resultar no perigo, por exemplo, das pessoas dizerem “eu só leio esse blogueiro”, e você deixar de ter o outro lado. Porque no blogueiro “tucano”, você não vai ter o outro lado.

E vice-versa. Se você for petista, só vai ter “coisa de petista”. E a crítica diminui, isso cria um clima de radicalização (...).

Quando você entra na rede é difícil você não ter acesso a outras informações, mas há a possibilidade de você fazer filtros. “Nessa” de cada um é um jornalista, cada um é um meio de comunicação, você pode ter uma quantidade acima do razoável de pessoas que decidam filtrar ao nível tal que os leitores deixem de ter acesso ao contraditório. Nesse processo, o jornalista profissional, os veículos — não importa se é de papel ou se é *on-line* — são a credibilidade que eles podem ter diante de um mundo tão pulverizado, de opiniões sectárias, fechadas.

Ter uma multiplicidade de pontos de vista é bom, mas não se esses pontos de vista forem ou tenderem a ser sectários, radicais ou fundamentalistas. O papel da imprensa vai ser fundamental para a democracia, e espero que ela se mantenha forte para garantir isso. (AZIZ FILHO, 2015).

Em poucas palavras, o que o jornalista defende é que ter acesso a uma miríade de veículos, sejam blogs, jornais, revistas ou outras modalidades, com diversos pontos de vista, não significa que o leitor entrará em contato com uma pluralidade de pontos de vista. Esta condição seria alcançada de forma efetiva e segura por meio de um único veículo, que toma para si a responsabilidade de oferecer uma multiplicidade de ângulos de visão. É por este fator que, a despeito das críticas, o jornalista acredita que os meios de comunicação ainda manteriam seu papel de relevância dentro da sociedade.

Esta apreciação da importância do jornalismo é compartilhada também por jornalistas mais jovens. Para Luiz Henrique Guimarães (2015), o jornalista ainda deterá o poder de informar enquanto não abrir mão desse papel. Ele frisa que a potencialidade do público em converter-se em repórter nem sempre se concretiza de maneira a substituir o papel do profissional. Em sua fala, Aline Salgado (2015) também justifica que, de alguma forma, movimentos midialivistas como o da Mídia NINJA servem para reforçar que o papel do jornalista ainda não está esgotado:

Eu acho que em 2014 vivemos um momento crucial, justamente a partir das manifestações de julho de 2013, quando se questionou muito o papel do jornalista. Se ele era importante mesmo como mediador dos fatos, e como aquele que reporta os acontecimentos. No início, de primeira mão, todos acreditavam que a gente ia passar por uma revolução, e que todos teriam poder de fala, todo mundo vive numa democracia, e todos poderiam fazer notícia. Eu acho que, com a Mídia Ninja, de maneira que ela não esperava, acabou-se mostrando o contrário.

Você precisa sim de uma formação. Você precisa de uma bagagem cultural, e uma bagagem que a faculdade te passa, de crítica do que é ser jornalista. Não é você apenas reportar o que acontece, pegar uma câmera e fazer e acompanhar os acontecimentos. Você tem que ter toda uma visão crítica em

cima daquilo, uma visão de responsabilidade sobre aquilo que você faz. E sobre as consequências que seu trabalho tem (SALGADO, 2015).

Vale destacar que a repórter recorre a um ponto crítico na formação identitária do jornalista brasileiro, que é a formação universitária para a prática profissional. Como explica Lopes (2012), a obrigatoriedade do diploma em jornalismo, que vigorou entre 1938 e 2009, sempre constituiu uma frágil delimitação do campo. Mas a decisão do Supremo Tribunal Federal, que pôs fim a tal regra, deixou patente a indagação de quais seriam os critérios a serem levados em conta para definir quem é ou não jornalista. Mesmo com discussões em torno da qualidade do Ensino Superior entre os profissionais, o que se percebe é que um diploma ainda confere legitimidade e distinção aos portadores. Fato em discordância por parte dos movimentos sociais em prol de mídias livres, como já dito anteriormente, que se apropriam do termo “jornalismo” para denominar suas práticas.

Porém, mais do que o diploma, o que percebemos em uma avaliação mais geral do que nossos entrevistados apontam sobre “o que é ou não ser jornalista”, e “porque ele ainda é relevante para a sociedade”, ainda está fortemente atrelado à prática desenvolvida dentro das empresas de jornalismo. O “papel do jornalista”, na maioria das falas, se confunde com o “papel dos meios de comunicação”. A qualidade da informação não poderia ser garantida, como sintetizado nas palavras de Francisco Alves Filho (2015), sem uma “grife”.

Uma coisa é o blog profissional de uma pessoa que você não conhece. Não tem compromisso com o leitor, baseado em opinião. Esse cara está levando em consideração regras mínimas de igualdade de opiniões, mesmo espaço para interpretações diferentes. É o cara que está torcendo para o lado que ele se manifesta a favor. Isso um blogueiro pode fazer.

Agora, um jornalista, o que faz diferença é a grife. A empresa para qual ele está trabalhando chancela o tipo de cobertura. *O Globo*, por exemplo, você pode gostar ou detestar, mas você sabe qual é a linha do jornal. Você sabe o que ele faz de bom e o que ele faz de ruim. Você pode gostar ou não, mas você sabe que há uma linha. Agora você tem um “zé das couves” que faz um blog. Mesmo que ele tenha um texto sensacional, como você vai saber que ele está falando a verdade?

Ainda é importante ou a marca da imprensa, ou a marca do jornalista, que já se mostrou uma pessoa confiável. O Luís Nassif, por exemplo, tem uma linha pró-governo, mas ele é uma pessoa que dá bons argumentos, em que você pode confiar... (ALVES FILHO, 2015).

Da fala acima, entende-se que, mesmo operando atualmente em um blog, Luís Nassif compartilharia dos valores que delimitam essa “marca do jornalista”, uma vez já tendo passado pela grande imprensa. Ou seja, não seria propriamente o tipo de produção que

confere ou não legitimidade à blogosfera, mas sim o profissionalismo atrelado a essa produção. Como expressa Christofolletti & Laux (2008), no Brasil, blogueiros que contam com maior notoriedade estão, geralmente, vinculados a grandes meios de comunicação, como se estendessem na blogosfera parte do prestígio de que desfrutam na mídia tradicional.

O que podemos alcançar, portanto, a partir do grupo de jornalistas considerados por esta pesquisa, é uma identidade profissional fortemente calcada na inserção em veículos tradicionais de mídia, independentemente de sua atuação *off-line* ou *on-line*. Questionados sobre seu papel social, respostas como “apenas um veículo de comunicação pode garantir a isenção” ou “as pessoas ainda procuram a marca da credibilidade” nos denotam a importância da correlação entre o reconhecimento da importância do trabalho do jornalista e a sua inserção na empresa de jornalismo. Nas declarações dos entrevistados, percebe-se que inserção em uma organização de mídia engendraria a vivência necessária para a formação do jornalista, não apenas em relação às práticas profissionais, mas na incorporação do sistema de crenças, hábitos, valores, etc.

Portanto, podemos inferir que as críticas dirigidas nominalmente à Mídia NINJA, alusivas à ausência de credibilidade ou confiabilidade, podem exprimir uma tensão relativa aos diferentes locais de fala. Trata-se, então, de uma resposta a *outsiders* que vêm exercendo pressão sobre o campo jornalístico para, de certa forma, integrar-se a ele. Como explica Lopes (2012, 2013), a consolidação do campo jornalístico esteve historicamente vinculada na Modernidade aos processos de profissionalização da atividade, de forma que o sentimento de pertencimento do grupo continua permeado por uma “ideologia do profissionalismo”.

Contudo, não se pode negar que as fronteiras do campo jornalístico estejam em debate. As TICs abrem possibilidades para que indivíduos se comportem, ou mesmo se definam, como jornalistas. O próprio espaço interno do campo se abre a novas configurações, com maiores e mais variadas condições aos empreendedores individuais em jornalismo, menos atreladas à dimensão dos veículos tradicionais de imprensa, como jornalistas-blogueiros, *freelancers*, etc. Mas ainda é grande o caminho a ser percorrido para uma ampla mudança da imagem que o jornalista tem de si, passando de “único responsável pelo polo emissor” para “um dos nós centrais da rede”. Cabe às novas gerações de profissionais, cada vez mais pressionadas pela ditadura da instantaneidade e pela precarização das relações de trabalho, a difícil tarefa de responder num futuro próximo: “Afinal, quem são os jornalistas?”

5. CONCLUSÃO

Em alguma medida, esta dissertação é, ao mesmo tempo, beneficiária e vítima do tempo em que foi produzida. O biênio 2013-2014, período em que o mestrando esteve vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRJ, foi marcado por uma série de eventos históricos que tiveram repercussão imediata sobre o campo jornalístico brasileiro, especialmente entre os profissionais do Rio de Janeiro, foco de sua análise. Em junho de julho de 2013, a partir do estopim do aumento das tarifas do transporte público em São Paulo, milhares de pessoas foram em passeata às ruas de várias cidades brasileiras, carregando uma miríade de bandeiras e reivindicações, algumas inclusive contraditórias entre si.

O movimento de agitação política, organizado a partir das redes, suscitou vários questionamentos a respeito do poder da imprensa e dos jornalistas como mediadores privilegiados entre o público e as instâncias de poder. Organizações midialivristas reivindicaram para si a possibilidade de uma cobertura alternativa dos movimentos sociais, apregoando-se como livre de interesses comerciais, interessados em desvelar aquilo que a mídia comercial comprometida já não se interessava mais em “mostrar”. A ascensão desses novos agentes não foi ignorada pelos membros da comunidade profissional dos jornalistas.

Mais do que saber se os jornalistas concordam ou discordam de alocações que “atestam” sua obsolescência ou sua condescendência com o poder político, sob o risco de se produzir um trabalho descartável ou um mero raio-X de um dado momento da história da imprensa, esta dissertação procurou saber de que forma os discursos, os valores, as narrativas históricas que compõem o arcabouço constitutivo de um campo jornalístico são empregadas em resposta às contendas contemporâneas. Se em nenhum momento debater a Mídia Ninja ou outras formas de produção amadora advinda da rede foi considerado um objetivo inicial deste estudo, o fato de nove entre os 12 entrevistados tê-los citado espontaneamente não pôde ser relegado a segundo plano.

Tomando-se o conceito bourdieusiano de campo jornalístico, procurou-se mostrar ao longo desta dissertação possíveis correlações de força entre agentes ocupantes de diferentes postos em distintos veículos de comunicação, com intuito de observar como elas se reorganizam frente aos novos desafios oriundos de uma comunicação massivamente em rede.

Para isso, buscou-se mapear algumas construções simbólicas produzidas pelos profissionais de imprensa a respeito da influência no novo ambiente comunicacional.

A fim de preparar-se para esse terreno, em um primeiro movimento, resgatou-se em uma perspectiva histórica o que significou em diferentes momentos ser um profissional de imprensa no Brasil. O que a princípio poderia ser uma mera digressão, mostrou-se de grande pertinência, pois a partir desse passo, o discente dimensionou o real impacto das TICs contemporâneas sobre as práticas de imprensa. Condicionado a uma literatura sobre a internet que celebra as “novas tecnologias”, as “novas temporalidades”, as “novas territorialidades”, a “nova comunicação”, a produção do capítulo permitiu ao pesquisador pensar além desse tipo de discurso. Desde o seu surgimento, o jornalismo esteve atrelado pelos aportes técnicos e os diversos momentos de virada tecnológica, mais do que introduzir revoluções, radicalizaram processos já em curso. Os cabos submarinos e o telégrafo no século XIX estabeleceram uma rudimentar estrutura da rede e já introduziam um conceito de instantaneidade nos moldes da época. Não se nega que a comunicação digital suscite uma nova reorganização do ecossistema midiático, mas chamou a atenção discursos como o da conversão do cidadão comum em “repórter” já no raiar do século XX. As tecnologias podem ser novas, o discurso sobre elas, nem sempre.

Portanto, mais do que apresentar uma “grande descoberta” para o campo da comunicação e do estudo do jornalismo, admite-se a importância do primeiro capítulo na estrutura dessa dissertação e na compreensão do discente do caráter histórico das construções subjetivas da comunidade profissional dos jornalistas, seus valores, seus ritos, seus mitos, suas éticas, a fim de elucidar como os valores se constituíram ao longo do tempo e como são trazidos à baila frente aos desafios contemporâneos. Tais princípios, fruto da luta dos jornalistas em nome da profissionalização, se deram por meio de continuidades, rupturas, tensões e distensões. Se a internet e as TICs impactam no negócio do jornalismo, o que obriga as empresas de mídia a reestruturarem sua produção, concentrando em um único trabalhador atividades antes desempenhadas por uma equipe multidisciplinar, não se pode negar o efeito das greves de jornalistas do fim dos anos 1970, e de seu conseqüente fracasso, para a ascensão desse novo perfil profissional.

A reorganização da produção é tema do capítulo seguinte, no qual procuramos analisar como diferentes lógicas produtivas ajudam a conformar a visão dos jornalistas. Enquanto profissionais submetidos ao trabalho em redações integradas estão mais propensos a

encararem a aceleração dos ritmos como algo inevitável, do qual não se pode escapar por devoção ao jornalismo, os que atuam em redações separadas lamentam a sobrecarga de trabalho e refletiram mais sobre as consequências sobre a qualidade da notícia. Diferencia-se também pelo lugar de onde falam de dentro das redações. Enquanto os ocupantes de postos de chefia ou jornalistas mais experientes, com mais capital social negociação, voltam-se a uma visão mais otimista, repórteres mais jovens, mais atingidos pelas jornadas extenuantes, se postam mais críticos.

Ponderou-se ainda sobre os impactos da ditadura da instantaneidade sobre a qualidade da notícia. Além da aceleração dos ritmos, os repórteres são obrigados a reciclar-se constantemente e, entre alguns jornalistas mais experientes, alega-se que há menos carga de leitura e bagagem cultural entre os que chegam à redação. Na falta de tempo para leitura de jornais, considerado por Soares (2015) e Alves Filho (2015) como essencial para formatação de um pensamento crítico, a “geração Google” cada vez mais se utiliza de informações coletadas na rede, em caráter enciclopédico, para construir sua produção.

Outro ponto rapidamente abordado foi a relação entre o jornalista e a plataforma “jornal”. O que pareceu surpreendente é que para muitos, o papel estaria com os dias contados, o que não foi encarado como um problema. Para outros, ele ainda é passível de sobrevida, mas a sua reposição dentro do ecossistema midiático é indiscutível, frente às novas possibilidades do digital. O que não mudaria, na concepção dos entrevistados, seria a centralidade da figura do jornalista para o bom funcionamento da sociedade democrática, o que nos leva ao último capítulo.

Na parte final dessa dissertação, analisou-se a comoção trazida pela emergência da comunicação em rede para a identidade e o papel social do jornalista. Evitou-se aqui ceder à tentação fácil de ideia de “crise do jornalismo”, que carrega consigo a falsa noção de que antes o campo era pautado por placidez e constância. Ramona Ordoñez (2015), profissional com mais de 30 anos de experiência e ainda em atuação, adverte que o jornalismo hoje “não é mais difícil do que antes. Ele nunca foi fácil, o desafio hoje é diferente”. O que não se nega aqui é a dimensão das implicações do momento atual, expressas não apenas em termos tecnológicos, mas também culturais, econômicos, políticos e sociais.

A participação e o diálogo maior com o público, mais do que serem encarados como um problema ou uma ameaça ao monopólio da palavra, pareceram ser defrontados como um

processo enriquecedor da notícia. A grande maioria dos entrevistados, contudo, no lugar do que aceitar abertamente o amador como um igual na construção do relato noticioso, recorre à figura do “mediador” estabelecida pela tradição da comunidade profissional dos jornalistas entre o público e as instâncias de poder”. Cabe a ele ser o “maestro da orquestra”, aquele que gere o conteúdo que lhe chega por meio da rede. Não à toa, postam-se críticos a iniciativas como as da Mídia Ninja, que defendem uma mudança radical na estrutura da produção informativa.

Um dos componentes que mais salta à vista nos discursos dos jornalistas analisados na delimitação de uma identidade profissional seria a importância da inserção do jornalista em um veículo de comunicação tradicional. A produção colaborativa da rede, como a Ninja, não poderia, em sua visão, ser considerada “jornalismo”, pois apenas a inclusão em um órgão de imprensa daria o suporte necessário à uma atuação em conformidade com os paradigmas profissionais, como isenção e objetividade. Sem isso, para a maioria, o que se produz seria “achismo”, “sectarismo” ou meramente opinião.

Como caminhos futuros de pesquisa, seria oportuno mergulhar mais profundamente nas diferenças entre os discursos produzidos pelos agentes que constituem a comunidade dos jornalistas, não apenas os trabalhadores dos jornais impressos, e os *web-atores* que pululam na rede. Quais são os valores e as práticas do jornalismo apropriadas por essas novas iniciativas individuais e coletivas? E quais são renegadas ou criticadas? Da mesma forma, seria interessante incorrer a uma análise sobre práticas e linguagens emergentes da rede que vem sendo apreendidas por profissionais do rádio, da televisão, da fotografia, entre outras.

Essa pesquisa se propõe a contribuir com um rol de estudos para a compreensão do trabalho do jornalista na rede e seus desdobramentos para a produção da notícia hoje. Ela se propõe a fazer coro a outros olhares, perguntas e trajetórias, de modo a avançar nessas reflexões tão importantes para entender a centralidade da comunicação na sociedade contemporânea.

BIBLIOGRAFIA

ABREU, Alzira A. “Um novo olhar sobre os jornalistas. Os depoimentos orais”. Em: *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, vol. 1, n. 1, 2012. Disponível em <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/19/14>. Acesso em 14 jan. 2014.

_____. *A modernização da imprensa: 1970-2000*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

ADGHIRNI, Zélia Leal. “Jornalismo online e identidade profissional do jornalista”. Em: *Comunicação e Espaço Público*. Brasília: UnB, vol. 1, n. 1, 2001, p. 49-67.

_____. “O Jornalista: do mito ao mercado”. Em: *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol. II, n. 1, 1º sem. 2005.

ALDÉ, Alessandra. “Imprensa e política no segundo governo de Getúlio Vargas”. Em: *Redes*. Rio de Janeiro, v.1, n.3, set./dez. 1997.

ALVES FILHO, Francisco. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, abril de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*. New York: Tow Center for Digital Journalism/Columbia Journalism School, 2012.

BAKHTIN, Mikhail. *Problemas da poética de Dostoievski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008. 4.ed.

BARBOSA E SILVA, Jan Alyne; PEREIRA, Maria de Lourdes; e RIBEIRO, Rodolfo Silva. “Convergência Profissional: Estudo de Caso das Transformações no Perfil do Jornalista”. Em: *Brazilian Journalism Research*. Brasília: SBPJor, v. 9, n. 2, 2013. Disponível em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/583>. Acesso em 30 nov. 2014.

BARBOSA, Marialva. *Desvendando a face do público: 50 anos de imprensa do Rio pelo olhar do leitor*. Rio de Janeiro: Faperj, 2001.

_____. *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____. *História da comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2013.

BARSOTTI, Adriana Daquer. *Transformações contemporâneas nas práticas jornalísticas: O jornalista on-line como mobilizador de audiência*. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, Rio de Janeiro, RJ, 2012.

BASTOS, Helder. *Ciberjornalistas em Portugal: Práticas, papéis e ética*. Lisboa: Livros Horizonte, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BEZERRA, Arthur Coelho. “Descentralização do acesso, produção amadora e propriedade intelectual: dilemas da cultura na era digital”. Em: *Contemporânea*. Salvador: UFBA, v. 11, 2013. p. 250-266.

_____.; SCHNEIDER, Marco; SALDANHA, Gustavo Silva. “Ascensão e queda da utopia tecnoliberal: a dialética da liberdade sociotécnica”. In: *XIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – Enancib*. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2013. Disponível em <http://enancib2013.ufsc.br/index.php/enancib2013/XIVenancib/paper/view/364/358>. Acesso em 13 dez. 2013.

BOURDIEU, Pierre. “A influência do Jornalismo”. Em: BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1997.

_____. “The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field”. Em: Benson, Rodney; Neveu, Erik (orgs.). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press, 2005.

_____. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero Limitada, 1983.

BRAGA, Adriana; AGUIAR, Leonel; BERGAMASCHI, Mara. “O chão de fábrica da notícia: contribuições para uma economia política da práxis jornalística”. Em: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, v. 37, n. 1, p. 111-131, jan/jun. 2014.

BRUNS, Axel. *Gatewatching: Collaborative on line news production*. New York: Peter Lang, 2005.

CÁDIMA, Francisco Rui. “O Google, o sistema de media e a agregação de informação”. Em: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, v. 36, n.1, p 19-37, jan/jun. 2013.

CANAVILHAS, João. *O novo ecossistema midiático*. Covilhã [Portugal]: Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 2010. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>. Acesso: 11 out. 2013.

CAZELOTO, Edilson. “Capital humano, trabalho imaterial e monocultura informática”. Em: FREIRE FILHO, João; PINTO COELHO, M^a. das Graças (orgs). *A Promoção do capital humano: Mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

CAZES, Leonardo. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, setembro de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

CHALABY, Jean. *Journalism as an Anglo-American Invention: A Comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830’s – 1920’s*. *European Journal of Communication*, set. 1996, vol. 11, n. 3, p. 303-326.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; LAUX, Ana Paula França. “Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera”. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, v.31, n.1, p. 29-49, jan./jun. 2008. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewArticle/194>. Acesso em: 11 março 2013.

COCCO, Giuseppe. *MundoBraz: o devir-Brasil do mundo e o devir-mundo do Brasil*. Rio de Janeiro: Record, 2009.

_____; GALVÃO, Alexandre Patez; SILVA, Gerardo (orgs.). *Capitalismo cognitivo: Trabalho, redes e inovação*. Rio de Janeiro: D,P&A, 2003.

DELEUZE, Gilles. "Post-Scriptum sobre As sociedades de controle" in: *Conversações*. São Paulo: Ed. 34, 1992.

DEMO, Pedro. *Pesquisa e informação qualitativa: Aportes metodológicos*. Campinas: Papyrus, 2001. (Coleção Papyrus Educação).

DEUZE, Mark. "O jornalismo e os novos meios de comunicação social". Em: *Comunicação e Sociedade*. Braga [Portugal]: Universidade do Minho, vol. 9-10, 2006, p. 15-37.

_____. "The Media Logic of Media Work". Em: *Journal of Media Sociology*. Urbana-Champaign (USA): University of Illinois, vol. 1, ns. 1/2, Winter-Spring 2009.

_____. "Understanding Journalism as Newswork: How it changes, and how it remains the same". In: *Westminster Papers in Communication and Culture*. Vol. 5, n. 2, 2008, p. 4-23.

_____. "What is a multimedia journalism? Em: *Journalism studies*. Routledge: v. 5, n. 2, 2004, p. 139-152.

DIZARD Jr., Wilson. *A nova mídia: A comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000. 2.ed.

FIGARO, Roseli (org.); NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*. São Paulo: Salta, 2013.

FILHO, Aziz. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, abril de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira; KUHN, Wesley Lopes. "Jornalista Contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional". Em: *Intexto*. Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 21, p. 57-69, jul/dez. 2009. Disponível em <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/11053>. Acesso em 25 jul. 2014.

FRÈRE, Marie-Soleil. "Journalistic Identity and audience perceptions: Paradigm and models under construction in the African Great Lakes region". Em: *Brazilian Journalism Research*. Brasília: SBPJor. Vol. 10, N. 1. 2014. Disponível em: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/627/544>. Acesso em: 19 nov. 2014.

GORZ, André. *O imaterial: Conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.

GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: Propaganda, censura e Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990.

GUBER, Rosana. *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2001.

GUERRA, Josenildo Luiz. "O nascimento do jornalismo moderno, uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística". *Anais do 26º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Pontifícia Universidade Católica de Minas

(PUC-Minas), 2003. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/167629680582323974316910221745759002955.pdf>. Acesso em 27 maio 2014.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Universitário, 1986.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. 10.ed.

HELOANI, José Roberto. *Mudanças no mundo do trabalho e impactos na qualidade de vida do jornalista*. São Paulo: FGV, 2005. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/3098>. Acesso em: 25 set. 2014.

INTERNATIONAL FEDERATION OF JOURNALISTS (IFJ). *The Changing Nature of Work: A global survey and case study of atypical work in the media industry*, 2006. Disponível em <http://www.ifj.org/pdfs/ILOReport070606.pdf>. Acesso em 20 set. 2014.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência: A solução entre os velhos e novos meios de comunicação*. São Paulo: Aleph, 2009. 2.ed.

KEEN, Andrew. *O culto do amador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUCINSKI, Bernardo. "A primeira vítima: a autocensura durante o regime militar". Em: Carneiro, Maria Luiza Tucci (org.). *Minorias silenciadas: História da censura no Brasil*. São Paulo: EDUSP/Imprensa Oficial, 2002.

_____. *A síndrome da antena parabólica*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo. 1998.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. *Trabalho imaterial: Formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LE GOFF, Jacques. *História e memória*. Campinas, SP: Unicamp, 1990. (Coleção Repertórios).

LOPES, Fernanda Lima. *Jornalista por canudo: o diploma e o curso superior na construção da identidade jornalística*. Rio de Janeiro, 2012. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

_____. "Jornalismo e suas crises: um olhar sobre as questões da tecnologia, do emprego e do diploma no Brasil". Em: *CIES e-Working Papers*. Lisboa: CIES-IUL, n. 107/2011. Disponível em: <http://repositorio-iul.iscte.pt/handle/10071/2970>. Acesso em 12 de out. 2013(a).

_____. *Ser jornalista no Brasil: Identidade profissional e formação acadêmica*. São Paulo: Paulus, 2013(b).

LUCÁKS, Georg. *Ensaio sobre literatura*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.

LUSTOSA, Isabel. *Insultos impressos: A guerra dos jornalistas na Independência (1821-1823)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (org). *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: Edições GJOL, Calandra, 2003.

MAGNO, Ana Beatriz. *A agonia da reportagem: Das grandes aventuras da imprensa brasileira à crise dos mais fascinante dos gêneros jornalísticos: uma análise das matérias vencedoras do Prêmio Esso de Jornalismo*. 2006. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2006.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. *A internet e a rua: Ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARCHIONNI, Doreen Marie. “Journalism-as-a-conversation: a concept explication”. Em: *Communication theory*. Washington: International Communication Association, v. 23, n. 2, p. 131-147, maio 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e Jornalismo: A Saga dos Cães Perdidos*. São Paulo: Hackers, 2000.

McKERCHER, Catherine. *Newsworkers Unite: Labor, Convergence and North American Newspaperers*. Lanham [EUA]: Rowman & Littlefield, 2002.

MELO, Alice. *Na ordem do tempo: A sistematização do passado no Jornal do Brasil (1962-1974)*. Rio de Janeiro, 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. *Perfil do jornalista brasileiro: Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*. Porto Alegre: Insular, 2013.

MIÈGE, Bernard. “El espacio público visitado de nuevo (I) e (II)”. Em: MIÈGE, Bernard. *La sociedad conquistada por la comunicación*. Barcelona: ESRP/PPU, 1992.

MOREL, Edmar. *A trincheira da liberdade: história da Associação Brasileira de Imprensa*. Rio de Janeiro: Record, 1985.

MOREL, Marco. *As transformações dos espaços públicos: Imprensa, atores políticos e sociabilidades na cidade imperial (1820-1840)*. São Paulo: Hucitec, 2005.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. “O ‘novo ritmo da redação’ de O Globo: a prioridade ao jornalismo digital e seus reflexos nas condições de trabalho e produção da notícia”. Em: *Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM*, n. 2, vol. 2, agosto/dezembro de 2014. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/234/280>. Acesso em 22 out. 2014.

MOTTA, Aydano André. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, agosto de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

NEVEU, Erick. *Sociologia do jornalismo*. São Paulo, Loyola, 2006.

ORDOÑEZ, Ramona. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, março de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

PEREIRA, Fábio Henrique. “O ‘Jornalista Sentado’ e a Produção da Notícia on-line no Correio Web”. Em: *Em Questão*. Porto Alegre: UFRGS, v. 10, n. 1, p. 95-108, jan/jun. 2004. Disponível em <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/85>. Acesso em 28 jun. 2014.

_____; NEVES, Laura Maria. "A entrevista de pesquisa com jornalistas: algumas estratégias metodológicas". Em: *Intexto*. Porto Alegre: UFRGS, n.29, p. 35-50, dez. 2013. Disponível em <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/41898>. Acesso em 23 dez. 2013.

PERRY, David. *Roots of Civic Journalism: Darwin, Dewey, and Mead*. Lanham [EUA]: Rowman and Littlefield, 2003.

PEUCER, Tobias. *Os relatos jornalísticos*. Em: *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Florianópolis: UFSC, v. 1, n. 2, p.13-30, 2º semestre de 2004.

PRIMO, Alex. “Interações mediadas e remediadas: Controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática”. Em: PRIMO, Alex (org). *Interações em Rede*. Porto Alegre: Sulina, 2013. p.13-32.

QUEIROZ, Natália Costa. “Das primeiras páginas ao esquecimento: a objetividade e as jornalistas estadunidenses no final do século XIX”. Em: *Anais do IV Encontro Nacional da Ulepicc-Brasil*. Rio de Janeiro: Ulepicc, 2012. Disponível em: http://www.williangomes.com.br/ulepicc/pdf/gt5/QUEIROZ_das_primeiras_paginas_ao_esquecimento_o_a_objetividade_e_as_jornalistas_estadunidenses_no_final_do_seculo_xix.pdf. Acesso em 23 mar. 2014.

RAMONET, Ignacio. *Das mídias de massa à massa das mídias*. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. “Clientelismo, corrupção e publicidade: como sobreviveram as empresas jornalísticas no Rio de Janeiro dos anos 50”. Em: *Contracampo*. Niterói: UFF, n. 4, 1999.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *História e imprensa no Rio de Janeiro dos anos 50*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

ROSEN, Jay. *What Are Journalists For?* New Haven [EUA]: Yale University Press, 1999.

ROST, Alejandro. “Interatividade: Definições, estudos e tendências”. Em: CANAVILHAS, João (org.). *Webjornalismo: sete características que marcam a diferença*. Covilhã [Portugal]: LabCom, 2014. pp.53-88. Disponível em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf. Acesso em 4 nov. 2014.

ROXO, Marco. *Companheiros em luta: Greve dos jornalistas*. Niterói (RJ): Ed. UFF, 2012.

SACRAMENTO, Igor; MATHEUS, Leticia Cantarella (orgs). *História da comunicação: Experiências e perspectivas*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2014.

SALAVERRÍA, Ramon (org.). *Cibermedios: El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

_____ ; NEGREDO, Samuel. *Periodismo integrado: Convergencia de médios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol90 Media, 2008.,,

SALGADO, Aline; VALIM, Marta; GUIMARÃES, Luiz Henrique. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, agosto de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

SCHUDSON, Michael. “The Emergence of the Objectivity Norm in American Journalism”. Em: HECHTER, Michael; OPP, Karl-Dieter. *Social Norms*. New York: Russell Sage Foundation, 2005.

_____. *Discovering the news: a social history of American newspapers*. New York: Basic Books, 1978.

_____. *Sociology of news*. New York: W.W. Norton, 2003.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. *Retrato em branco e negro: Jornais, escravos e cidadãos em São Paulo no final do século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

SENNETT, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SETTI, Rennan. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, setembro de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade em um mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SMITH, Anne-Marie. *Um acordo forçado: O consentimento da imprensa à censura no Brasil*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2000.

SOARES, Sonia. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, março de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

SODRÉ, Muniz. “O Objeto da Comunicação é a Vinculação Social”. *Revista Pensamento Comunicacional Latino Americano - PCLA*. São Paulo, vol. 3, n.º1: out/nov/dez 2001. Entrevista concedida a Desirée Rabelo.

_____. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2012(a). 7.ed.

_____. *A narração do fato: Notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Vozes, 2012(b). 2.ed.

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

SOUSA, João Pedro. *Uma breve história do jornalismo no Ocidente*. Covilhã [Portugal]: Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 2008. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>. Acesso em: 26 maio 2014.

TONDO, Stephanie. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, outubro de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: por que as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005. 2.ed.

TRÄSEL, Marcelo. “Toda resistência é fútil: o jornalismo, da inteligência coletiva à inteligência artificial”. Em: PRIMO, Alex (org). *Interações em Rede*. Porto Alegre: Sulina, 2013. p.191-210.

APÊNDICES

APÊNDICE I

SOARES, Sonia. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, março de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

Eu comecei em 1985 como estagiária na sucursal da *Folha de S. Paulo* no Rio, passei por *O Globo*, depois trabalhei na *IstoÉ*, e voltei a ser repórter de Economia do Globo em 1986 até 1991. Foi assessora da Odebrecht cerca de um ano, voltei para *O Globo*. Um ano depois virou editora de política, voltei para Economia. Editei o “Boa Chance” e o “Morar Bem”. Assumi a editora de Economia, depois fui ser gerente da Agência O Globo. Agora no Brasil Econômico.

Eu acho que a profissão jornalística, o fundamento jornalístico, não muda absolutamente nada. E nem é ameaçada por nenhuma tecnologia, assim como não foi ameaçada pelo rádio, pela televisão, etc. O fundamento é passar informações corretas e precisas para as pessoas, isso pra mim não vai mudar nunca. Eu acho que, desde o processo histórico, desde que o mundo é mundo, você precisa de pessoas que te deem alguma visão mais imparcial, que te permita tomar decisões de forma imparcial. Não estou dizendo que o jornalismo é imparcial, mas se você segue o bom fundamento do jornalismo, de passar uma história com o fundamento de todos os lados, é disso que eu estou falando.

É claro que as novas tecnologias, as novas mídias, elas mudam um pouco a forma que você entrega essas informações. Recentemente saiu [alguém ligado à internet] dizendo que o jornalismo vai se fazer necessário desde o momento em que as redes sociais vão se tornando cada vez mais desenvolvidas. As redes sociais criaram hábitos de leitura de informação que antes não tinham, só que essas pessoas vão cada vez mais procurar informações em órgãos que tenham uma marca de credibilidade.

Isso é muito curioso. Eu trabalho na área de economia, mas eu sou muito curiosa, costumo fazer mil coisas ao mesmo tempo. Eu comecei a acompanhar um grupo de adolescentes, entre 15 e 16 anos, para ver sua troca de informações na rede. E você começa a ver que determinados assuntos que aparecem entre os tweets a partir de alguém que diz “vocês viram hoje o site da CNN?”. O outro que responde “eu poderia passar o dia inteiro no site da CNN”. E você vê isso, adolescentes de 15 e 16 anos acostumados a lidar com a mídia,

a trocar informações entre eles, a acreditar no que está sendo dito ali. É claro que na maioria das vezes a troca de informações é de celebridades, é Justin Bieber. Mas é possível observar que há ali determinados assuntos, como a história do desaparecimento do avião [da Malásia].

Por isso que eu acho que as novas mídias mudam a forma de você entregar, mas ninguém sabe ainda muito bem. As novas mídias não dão o fundamento de uma boa matéria, do bom jornalismo, da boa apuração, e de quem dê respaldo a essas coisas que estão sendo ditas. Você vê o movimento desses jovens, que é um universo pequeno, mas pode apontar para a verdade do todo. Na hora que surge algo que extrapola a opinião, do achismo, eles procuram um órgão que tenha a marca.

O jornalista precisa repensar o trabalho dele o tempo todo, não apenas por causa das novas mídias. Estamos vivendo um momento absolutamente rico. Essa virada tecnológica rápida, a gente precisa estar o tempo todo virado nisso. Eu acho que mais do que o jornalismo, as empresas jornalísticas estão procurando como elas se situam. Para onde elas vão? Você vê um monte de órgãos querendo abraçar o mundo com as pernas. Eu quero ser o melhor no papel, mas eu também quero ser o melhor na internet, no iPad. Será que é isso? Será que o foco é esse? Para mim, como jornalista, o que mudou com todo esse avanço da tecnologia é a necessidade de estar ligado o tempo todo muito maior do que antes.

Quando eu comecei na profissão, eu lia jornal, eu lia cinco jornais, prestando mais atenção às coisas que me diziam respeito naquele momento, dependendo a editoria que eu estivesse. O resto do dia você acompanhava pela televisão, entrava alguma coisa de agência. Só que isso foi mudando, as agências de notícia foram aumentando, começou-se a usar feed de notícias, criar pastas e arquivos, o acompanhamento aumentou, começou-se a prestar mais atenção no que estava acontecendo na Ásia. No caso da Economia, foi a crise asiática. E assim, você vai aprendendo, aprendendo, e mais informação, mais informação, e mais informação.

Então, hoje é um inferno em vida. Porque você está ali fazendo um jornal, tendo que fechar em determinado horário e as coisas estão acontecendo. E você precisa estar ligado. Isso eu acredito que mudou muito, esse acompanhamento da notícia e isso te obriga a necessariamente, enquanto você faz um jornal ou site, entender a qual público você quer atender. Não adianta você, no caso do jornal Brasil Econômico, vai competir com as agências

de notícia Bloomberg e Reuters, que têm notícias de economia o tempo todo, ou o próprio Valor Econômico que caminha para isso. Você vai competir em volume de notícias. Você precisa encontrar um caminho para atender o público, que vai ser cada vez maior. E qual o caminho? O bom jornalismo. A matéria que você sabe que as pessoas estão interessadas naquele momento.

As novas tecnologias dão instrumentos para que você possa medir isso com muito mais rapidez. Antes você precisava fazer pesquisa de leitor, demorava tempo, entrevistas, focus groups, etc. Hoje se você tem um site, você tem ferramentas do Google Analytics e dentro das suas próprias ferramentas de publicação que dizem se a pessoa gostou de ler isso aqui, isso foi mais compartilhado, isso foi mais lido. O que a gente tem que aprender é o que é importante ser dito, e não fazer só aquilo que as pessoas querem ler. Mas você sabe que isso aqui desperta o interesse, aquele assunto não desperta tanto. E aí se a gente parar para pensar um pouco, não tem muita diferença disso no papel ou na internet.

Ah, na internet as pessoas gostam mais de escândalo e celebridades, é verdade, mas para um jornal de economia isso não está posto. O que as pessoas querem ler de política e de economia. Isso a gente pode ver. Como a gente não está competindo com celebridade, com O Globo, com Globo.com, fica mais fácil de acompanhar.

O caminho para o jornalismo seria então o aprofundamento? Eu não vejo o jornalismo em momento algum sem o aprofundamento. Esse negócio de que a internet permite um material mais light ou mais profundo, isso é mentira. Antes de vir para cá, eu era editora executiva do Globo e cuidava do site. Havia essa discussão de que aquilo que era feito na internet tinha menos aprofundamento, isso não é verdade.

Como o universo geral da internet ele é muito maior do que o do jornal-papel pode alcançar, você tem uma massa maior de pessoas que se interessam por celebridades, entretenimento, lazer, etc. Mas quando você olha para pessoas mais interessadas em economia, país, política, são coisa mais profundas. Aquela história de que as matérias têm que ser curtas na internet, isso é relativo. Se a matéria tiver bem escrita, for cativante e tiver uma história boa para contar, as pessoas leem. As pessoas que querem informação, elas vão ler. Elas vão atrás disso, então eu nunca acreditei de que a internet permite um jornalismo menos profundo.

De modo geral, estamos lidando com um mundo muito novo. Isso é semelhante às manifestações de rua. Pegou todo mundo de surpresa, deixou todos atônitos. Foi uma coisa fantástica, porque você viu o cenário dando resposta ao que estava acontecendo sem saber o que estava acontecendo. As pessoas foram para as ruas, as pessoas começaram a reclamar, a presidente foi a público dizer que todos os projetos de mobilidade estão no congresso, que se apressou em votar. Tudo mentira, mas foi uma resposta.

Aquele movimento ninguém entendeu muito bem. E talvez tenha entendido e colocado algumas pessoas nas ruas e acabou, e arrefeceu. Não sabemos até quando. Mas o mundo do avanço da tecnologia é muito parecido com isso. As pessoas não sabem muito bem o que fazer. Mas eu continuo achando que se fizer bom jornalismo tem chance.

Não é a essência do jornalismo que muda, pode ser a forma de entregar, a forma de se comunicar. Muda aquele conceito de “Quarto Poder”. Talvez esteja balançado mesmo, porque o mundo digital, as mídias sociais, permite que as pessoas se comuniquem de tal maneira, que a imprensa está sendo até mal vista ultimamente. Viramos a quintessência do mal, porque quem está na imprensa regularizada, para a mídia alternativa, Mídia Ninja, é o mal. Nós trabalhamos para o “demo”, somos vendidos. Isso é uma coisa engraçada, porque olhar para o que a Mídia Ninja faz, você se pergunta onde está a credibilidade, cadê as fontes, é muita opinião, muito achismo.

É interessante viver num mundo onde as verdades não são mais incontestáveis. Elas são questionáveis. Mas isso vai fazer com que o jornalismo acabe, será mesmo que as pessoas na hora que estiverem frente a uma questão absolutamente vital para elas, uma decisão de governo, vão procurar na Mídia NINJA ou no Globo, Estadão, Folha? Ou vai olhar para todos eles e extrair sua própria conclusão? Vai ver para além da ideologia que todos os órgãos têm e vão tirar sua própria conclusão.

Aproximação com o público: você vê o que o público está gostando por meio de ferramentas como Google Analytics, dos comentários, mas não é que você seja pautado por isso. O que temos no jornal *Brasil Econômico*, que tem um universo muito específico, que são empresários e governo. A gente sabe que é esse o nosso leitor do impresso. Esse público espera uma notícia que ele não encontra em outros lugares. É um dia a dia que ele mais além, que ele não encontra na internet, na TV ou em outro jornal que dê uma visão mais ampla. A

gente tem que ter um bastidor, uma história que ninguém tenha, uma abordagem diferente, que destrinchamos para atender a esse público.

Quem é o nosso público na internet? A gente sabe que não é necessariamente esse mesmo público. Aqui a gente vai alcançar mais pessoas. Talvez a questão macro do imposto de renda seja um mero detalhe para ela. Talvez ela queira mais o serviço do imposto de renda, como declarar X, Y ou Z? Talvez para ela o índice da construção civil ter subido porque o preço do tijolo aumentou, porque o governo não deu subsídio seja mero detalhe. Talvez ela queira saber “o preço vai continuar subindo?”, “vai cair?”, “o que eu faço com meu imóvel?”. Acaba virando uma coisa mais de serviço. Não que a internet não tenha o que é publicado no impresso, mas nele não há a preocupação de incluir informações de serviço.

A gente pressupõe que o nosso leitor [do jornal] quiser tomar alguma decisão ele tem outras pessoas a quem consultar, que possam tomar essas decisões por ele. No jornal, nos interessa tem uma visão mais ampla, na internet nos interessa ter uma audiência boa. Nos interessa a pessoa que venha tirar uma dúvida no imposto de renda. Há uma diferenciação de entrega. E é claro que aqui está muito mais atento ao que o leitor está dizendo que no jornal, não que no jornal não esteja. Se você observar nosso jornal tem uma “seção de cartas”, que na verdade são mensagens que a gente pega dos comentários do Facebook, do site, e usa para reavaliar o papel. Os dois conteúdos são muito interligados, mas são adaptados para públicos distintos.

Na internet você tem um alcance maior. No jornal, você tem 40 páginas. Se a gente for entrar nos detalhes, nos serviços, no papel, a gente nunca vai conseguir fazer mais análise. O objetivo é entregar aquilo que a pessoa “quer entender do assunto”. Mas isso não significa que o jornal impresso tenha um papel mais analítico. A tendência do jornal impresso é acabar, porque ele é um produto poluente, ele não é ecológico, sustentável. Não vejo problema nenhum no fim do jornal impresso. Porque o fundamento do jornalismo não muda. Para mim, o jornalismo não muda se o impresso acabar. Ele vai acabar em tempos diferentes em lugares diferentes. Se olharmos de 2003 para cá, observamos a entrada gigantesca de pessoas na classe C. Ou seja, passaram à linha de consumo. Se passarmos às classes D e E como futuros consumidores, ainda tem um “caminhão” de gente. Será que conseguiremos ter um preço tão baixo a ponto de as pessoas que estão numa linha de consumo menor para conseguir comprar esses produtos? Será que a gente vai conseguir ter banda larga suficiente para todo mundo?

Sim, mas quanto tempo vai demorar essa migração de poder econômico que vai permitir as pessoas essa possibilidade de consumo?

O sujeito que hoje não tem dinheiro para comprar o jornal, quando ele tiver, ele vai querer se informar. Um jornal como “Meia Hora” é um fenômeno porque ele é vendido barato e porque todo mundo quer ler. Todo mundo que tem um dinheiro para comprar, dinheiro que pra semana inteira, as pessoas fazem cotização nos trens, nos ônibus. Se um cara ganha um pouco mais de dinheiro, ele passa a outro jornal, *O Dia*. Tem uma movimentação, mas eu não sei quantos anos demora isso. Vai demorar na medida que a gente conseguir terminar a desigualdade de renda. Por isso, vai ser diferente no Brasil, nos EUA, cada um com seu cada um. Qual o nível de renda da população?

Jornalistas mais jovens: a gente comenta tanto que as pessoas não têm hábito de leitura. A gente costuma falar isso como se fossem pessoas fora do jornalismo, isso não é verdade. Aquilo que eu te falei, a gente chegava no jornal, já tinha lido dois jornais, acabava de ler mais três, para poder saber o que cada um estava dizendo, pelo menos na minha área. Os jornalistas hoje leem muito pouco jornal. Esse hábito de leitura, o que é isso? Aquela linha de informação me dá por satisfeita, eu não sei. As pessoas mais jovens não têm. Quando as mídias sociais fizeram pessoas que não tinham o hábito de leitura passassem a ter, é verdade. Mas quando você lê pouco jornal, a sua construção de informação, de opinião, de raciocínio fica menores.

Antes da internet, se você quisesse saber uma coisa mais profunda, você tinha que sentar no setor de pesquisa do jornal e virar páginas de jornal. Hoje se você tiver uma dúvida, no Google pelo menos uma base você tem. As pessoas agora estão mais habituadas em acessar uma informação específica, no momento em que eu precisar dela, eu vou tê-la disponível. Só que isso no dia a dia de um jornalista faz uma diferença enorme, porque sem certas informações internalizadas, você não consegue construir um raciocínio. Não posso dizer que é uma coisa que eu vejo hoje. Eu já via isso há algum tempo. O hábito de leitura foi sendo abandonado não sei por quê? Não sei se por mais tecnologia, mais facilidade, mas eu já observava isso há oito anos atrás, quando eu editava o caderno de Economia do Globo. As pessoas liam cada vez e o Google cada vez mais presente. Nem ao menos a própria editoria. Ler dá trabalho ou gasta tempo. Não digo que não há tempo para isso, é questão de hábito mesmo.

Para os jornalistas mais velhos, era inconcebível sair de casa sem ler jornal, já entre os mais jovens, os nem tão iniciantes assim, isso já não é tão importante. Assim como o hábito que as pessoas têm que ninguém sai de casa antes de ver o próprio Facebook, o que os amigos falam. Mas se você fica só no que os amigos estão falando, não aprofunda. Se você observar os hábitos de comentário, uma meia verdade vira verdade, porque as pessoas começam a repetir, repetir, e quando você vai ver a informação da origem não tem nada a ver. Às vezes você nem acha a origem. Desfazer isso, é muito complicado. Se você não busca informações, ainda mais a gente que vive da informação, fica pobre. Não digo que não dou uma “googada”, claro que eu dou, mas você precisa saber ler o que vem do Google com olhos seletivos. “Isso é confiável, esse aqui parece entender desse assunto, esse é palpiteiro”. Você precisa selecionar.

APÊNDICE II

ORDOÑEZ, Ramona. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, março de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

Eu me formei em 1979, comecei em 1980 no *Jornal do Comércio*. Fiz um estágio antes na Rádio Nacional. Depois eu fui chamada para trabalhar no jornal *O Globo* em 1985, onde eu estou até hoje. Minhas passagens foram poucas e o tempo todo cobrindo em Economia, no setor de Petróleo e Energia. Não tive uma motivação especial, não tinha ninguém na família, comecei no Jornalismo porque gostava de escrever, gostava de português, comecei a me interessar pelas notícias que eu lia. Naquela época ainda era governo militar, ali que eu passei a saber o que estava acontecendo. Na época do golpe eu era jovem, adolescente, e não entendia nada, só passei a entender depois que eu fui para a faculdade.

Eu achei que o Jornalismo é isso, o fiscal da sociedade. Obviamente que há outros tipos de jornalismo, para todos os tipos de gosto, de fofoca, de esporte, mas para mim ele é o fiscal da sociedade. Depois teve o caso de Watergate, que derrubou Nixon, eu fiquei interessada ver o quão importante era o jornalismo na sociedade, conseguiu derrubar um presidente americano.

Mudança no jornalismo: A mudança hoje é total. Eu quando comecei em 1980, eu ainda peguei um pouquinho do tempo da lauda e máquina de escrever. Não tinha Google. Não só da geração “Google”, eu sou da geração “olho no olho”, que tinha que correr atrás da informação, era um trabalho bem difícil. E aí logo em seguida, o jornal onde eu trabalhava começou a instalar o sistema de computadores, veio toda essa mudança no jornalismo. Mas nesses anos todos a internet foi como um instrumento de trabalho, e realmente facilitou muito. Facilidade de escrever quanto pesquisar, eu passei por toda essa mudança.

E aí começou de dez anos pra cá uma mudança mais radical, até se discutindo para onde vai o jornalismo impresso, pois [a audiência] está migrando para essas novas fontes. Há muito se discute. Muita gente já não lê mais o papel, não só os jovens, mas gente com 30,40 anos que hoje em dia já me falaram “eu nem leio mais o impresso, só pelo iPad, pelo iPhone”. Ai o jornal está passando por uma mudança, reestruturação. A empresa onde eu trabalho está passando por uma reestruturação para focar na internet. Para a comunicação com o leitor pela

internet, pelo blog, site, Twitter. Eu no começo era só jornalista do jornal papel, eu já algum tempo jornalista multimídia. Eu já forneço informações para o site, e agora cada vez mais.

Eu quando vou na rua, agora eu carrego meu laptop quando faço uma entrevista. Da rua mesmo eu mando para o site, para logo ser publicada no site. Para depois preparar essa notícia para o papel, às vezes nem vai. Em termo de espaço e de peso da notícia, pode acontecer dela nem ir. Mas a mudança é muito radical. O Globo mudou para interagir mais com o leitor, buscar outras formas de notícia. Eu falei, enquanto eu continuar exercendo essa profissão, eu tenho que me adaptar aos novos tempos.

É sempre um pouco mais difícil porque isso sobrecarrega mais o jornalista. Antes eu apurava na rua, voltava para escrever aquela notícia para o jornal que iria sair no dia seguinte. E a gente ao mesmo tempo tem que apurar uma matéria um pouco mais trabalhada para domingo, então era mais tranquilo. Agora é mais puxado, exige mais do profissional. Dependendo até lugar, agora você tem que mandar até foto. Se você não tiver fotógrafo, e for uma coisa que mereça imagem, você tem que tirar do seu celular ou com o que tiver para mandar. O trabalho realmente aumentou muito e a tendência é aumentar cada vez mais para o profissional do jornalismo.

Em termos de qualidade da produção, é um caminho sem volta. Não adianta falar em saudosismo. Quem está na chuva é para se molhar, se eu estou aqui trabalhando ainda Tem que seguir o que é. Não adiante ficar me lamentando, se tem que fazer, vamos seguir o que tem para fazer. Mas é mais complexo. Ainda está se buscando o que vai acontecer, a própria empresa ainda não sabe o que é, ainda está buscando uma linguagem. A própria direção dos jornais ainda está experimentando para ver o que acontece, ninguém sabe ainda o que vai ser, essa nova comunicação, ninguém sabe ao certo quanto tempo vai durar ainda o papel jornal. Tem gente que acha que vai durar pouco, tem gente que acha que vai durar muito. Eu ainda acho que em termo de Brasil [...]Essa coisa está caminhando muito rápido. Ainda acho que teria mais tempo do jornal papel, considerando o número de pessoas que lê ainda é pouco. Mas com esses novos meios ainda mude, de repente quem não lia jornal, quem não via notícias, talvez agora com os novos meios veja mais, acessando pela internet, pelo celular, pelo iPad, pode se tornar mais consciente, ler mais notícia.

O que eu tenho receio é a perda da qualidade das notícias [mais do que do suporte papel]. Com a agilidade toda da internet, eu acho que é preciso ter muito cuidado com a

qualidade das notícias. Porque eu ficar correndo para lá e para cá atrás das notícias, eu não tenho muito mais tempo de trabalhar uma notícia melhor. De conseguir fontes, que é fundamental para o jornalista apurar melhor o assunto. Na internet, ou em qualquer meio, para você ter sua informação pelo celular, a coisa é muito rápida. Você tem que correr muito, minha preocupação é com a qualidade, se a gente vai perder alguma coisa.

Essa coisa de ter a notícia mais trabalhada, de ter a notícia mais ampla e apurada de uma matéria especial, por exemplo, ou se vai ficar só essa coisa rápida a bolsa subiu, o diretor da Petrobras foi preso, a Petrobras está sendo investigada por denúncias de suborno. Se vai ficar nessa coisa vai ser superficial e se vai conseguir apurar até por conta de todas essas mudanças eu não tenho muito tempo de buscar uma coisa mais trabalhada. Às vezes eu sei de coisas que as fontes me dão “ah você precisa ver tal coisa”, mas o dia a dia é tão cheio, tão corrido que não dá tempo de correr atrás. Eu tenho receio do que vai acontecer nesse sentido. Nesse caminho que a gente vai. Medo de perder o aprofundamento.

O interesse é pela rapidez. Eu vejo por coletivas, principalmente os correspondentes que trabalham aqui no Brasil, o diretor está dando uma entrevista e ele já está passando no iPhone dele. Eu me pergunto como assim ele já está passando. Eu preciso entender primeiro o que ele está falando, às vezes tem uma coisa que eu não entendi totalmente e que eu precisava uma pesquisa para lembrar, ele estava se referindo a um caso que aconteceu no ano passado. Enfim, para fechar a matéria direito. E não, eles passam, eles estão mandando uma coisa frenética, de rapidez. É isso que me deixa com receio, que é a questão da qualidade da notícia.

Como vai caminhar no meio dessa pressa toda. Agora, como já dito, para mim é um caminho sem volta. Mas é preciso cuidar para não perder a essência do jornalismo. Eu ainda conservo a ideia de ser um fiscal da sociedade, de buscar coisas que normalmente você não veria no seu dia a dia.

Público: antes nós só discutíamos entre nós na redação o que iria ser feito ou não. O espaço do leitor era limitado à carta dos leitores, poderia sugerir alguma coisa. Mas agora o público interage com a gente. Ele às vezes manda sugestões. Agora lá no Globo e outros jornais, a matéria que sai assinada sai com nosso e-mail. Às vezes eu recebo e-mails de leitor falando alguma coisa, elogiando, criticando, sugerindo, quer dizer, o público interage mais com o jornal. Inclusive no Globo, na seção dos leitores, temos o “Repórter por um dia”, se

você ter alguma coisa errada, você fotografa e manda. Você tem uma participação dos leitores que antes não tinha. Antes era mais distante.

Isso ajuda a pautar, até porque você não consegue apurar tudo, tudo ao mesmo tempo. O que eu não consigo apurar, eu conto com as minhas fontes imediatas. Por exemplo, eu agora estou voltada ao escândalo da Petrobras, eu cubro mais o setor de energia. E eu conto com as minhas fontes para dizer “olha, tá acontecendo isso” e eu corro atrás. E às vezes o leitor também dá uma dica interessante. Alguma sugestão, alguma coisa que está acontecendo em algum lugar e a gente vai lá e apura. O jornal tenta retratar o dia a dia das pessoas, o que está acontecendo em todos os setores.

Em relação ao papel do jornalista [no ambiente onde todo mundo é repórter], eu acho que o jornalista tem até mais responsabilidade. Quando ele não é jornalista, ele tira um retrato de um “buraco” e manda, e aquilo é publicado ele acha muito bacana. O jornalista ele tem que apurar com profundidade, “de quem é aquele buraco?, quem é que fez?, qual a responsabilidade?, e a necessidade de ouvir todas as partes”. A quem procurar, a empresa que furo, o governo, etc. Há uma apuração a ser feita, a responsabilidade maior para apurar corretamente os fatos e dar de uma forma isenta. Porque o leitor dá de uma forma mais subjetiva, com indignação, denúncia. A gente tem que dar de uma forma objetiva, ouvir cada uma das partes. Acho que essa coisa continua a mais importante. O grande diferencial é esse: a apuração e a isenção.

“*Geração Google*”: acho que tem que ter mais cuidado, talvez como estão mais acostumados a apurar muita coisa pelo Google, eles deixam a essência do jornalismo, que é apurar a verdade. É o que eu te falo, é correndo atrás da notícia, procurando falar com os envolvidos, a verdadeira versão dos fatos. Uma coisa é tentar ouvir a Petrobras, o fornecedor que está sendo acusado, a empresa, tem que apurar tudo. Para as gerações atuais, acho que é muito fácil recorrer à internet, ver o que aconteceu ali e só copiar.

E isso é ruim, né? Como eu não sou dessa geração, muitas vezes eu até esqueço de ir ao Google. Começo apurar daqui, dali, os fatos. O Google ajuda sim, ajuda muito, mais você não pode se basear naquilo que encontra na internet. Até porque muita coisa que a pessoa escreve errado e é publicado errado mesmo. Não pode. Eu acho que talvez — não posso acusar diretamente, pois estaria sendo injusta—, mas talvez essa galera nova que esteja se

formando fique um pouco embaçada por causa dessa facilidade e não apure a essência das coisas e não apure com a profundidade que certos assuntos merecem mesmo.

Por exemplo, uma coisa que eu sinto falta hoje, é que as assessorias, de uns dez ou 15 anos para cá, são empresas externas contratadas pelas empresas. FSB, Inpress, enfim. Esses jornalistas não vivem o dia a dia da empresa. Então você precisa saber de alguma coisa, você entra em contato com a assessoria, que liga para a empresa, que te passa as informações. Isso para a gente não serve muito, quando a notícia não é importante. Denúncia de demissões em uma empresa. Ai você vai procurar oficialmente a empresa via assessoria. Tempos atrás você tinha uma figura do “assessor de imprensa direto”, que a empresa tinha que era o camarada que de manhã despachava com o presidente, e você como jornalista poderia, conhecendo essa pessoa e mantendo um bom relacionamento profissional com ela, tendo confiança nele e ele em você, em momentos de crise ele poderia de ajudar com algo além daquela resposta fria, “a empresa disse que não tem nada a declarar”. Mas como foi o clima da empresa, como se apura isso? Como um assessor que está lá dentro. “O clima hoje estava pesado, os corredores assim, assado”. Isso dá um molho interessante na matéria que hoje em dia é muito difícil.

Hoje o que temos é o “oficial”, você recorre a assessores que não tem contato direto com a empresa. Elas ficam limitadas a pedir informação para a empresa, e a empresa mandar uma resposta padrão. E acabou. Isso eu sinto falta, de uma coisa que era bom e não tem mais. O assessor direto, assim como o instrumento de trabalho para a gente, como jornalista, eu sinto essa falta. Em algumas empresas, eu não tenho mais aquele assessor direto, que despacha com algumas empresas, que sabe tudo o que está acontecendo lá dentro, que sabe exatamente o que pode ser dito e não dito, que com o tempo do relacionamento você poderia conseguir alguma coisa. Mesmo que não fosse nada espetacular, um furo, mas o clima de uma empresa, o que se passa lá dentro, isso você não tem mais. Tempos modernos são isso: notas oficiais.

Uma rede de fontes é fundamental: você depender de releases e notas oficiais, você como jornalista está morto. Cito o caso da Petrobras porque é esse que estou cobrindo no momento, sobre escândalos de denúncias de corrupção numa empresa holandesa, se eu pedir oficialmente, 1º a Petrobras não fala, 2º qualquer coisa a Petrobras é via e-mail. Uma rede de fontes é fundamental: você depender de releases e notas oficiais, você como jornalista está morto. Cito o caso da Petrobras porque é esse que estou cobrindo no momento, sobre escândalos de denúncias de corrupção numa empresa holandesa, se eu pedir oficialmente, 1º a

Petrobras não fala, 2º qualquer coisa a Petrobras é via e-mail. Como jornalista, você tem que tentar apurar. Fonte é sempre importante, em qualquer setor, em qualquer empresa. Se você só depender de assessoria de imprensa, lado oficial da empresa, você está morto. E o jornalismo está cada vez mais dependente da nota oficial.

Hoje em dia você está com pouco acesso às pessoas, elas se fecham mais [os executivos], e só via oficial, nota oficial, via e-mail. Uma coisa que eu odeio, mande sua pergunta por e-mail. Responde só por e-mail. Tempos atrás, eles até conseguiam um executivo para falar contigo. Agora é tudo via e-mail, é tudo pergunta-resposta. Muito ruim. Perde a interação, porque é complicado. Só conseguindo uma fonte, que você não consegue da noite para o dia. Ainda mais com as empresas fechadas assim.

Esse é um problema que sempre houve no jornalismo, as empresas só falam quando interessa. As multinacionais do petróleo são superfechadas, mas quando há evento de lançamento, elas chamam imprensa, faz press kit bonitinho, cheio de material, informações, para dar a posição dela sobre o lançamento de algum produto. Mas fora isso, se fecham como ostras de novo. É complicado. E a gente tem que lutar sempre para conseguir a notícia.

Hoje trabalhamos mais sobrecarregados: antigamente eu era jornalista do jornal papel, hoje eu tenho obrigação de estar alimentando o site a todo instante, a fazer matéria pro jornal, de fim de semana, uma especial, como fizemos a poucos dias do aniversário do Golpe Militar. Muito sobrecarregado. Não digo que hoje é mais difícil ser jornalista, mas talvez seja um desafio diferente, lá atrás tinha outros desafios. Dificuldades inerentes à época em termos de tecnologia, de ter a informação, de buscar a informação. Sempre foi difícil. O que eu sempre falo: o que o jornalista realmente quer saber o que a fonte não quer falar. O que eles querem falar, como eu falei, eles divulgam por press kit bonitinho, faz uma solenidade, um megaevento, mas a gente inerentemente quer saber sempre o que ele não quer falar. É por aí que eu vejo como é difícil a nossa profissão.

Não é menosprezando nenhuma outra profissão, mas um engenheiro. Você é contratado por uma empresa, você terá todos os equipamentos possíveis, todo o material necessário para desempenhar o teu trabalho. A nossa matéria-prima é sempre uma coisa que ninguém quer te dar. É a informação. É sempre um desafio. Tantos anos no jornalismo, vou fazer 30 anos, cobrindo esse setor há muito tempo, tem pessoas que falam “Ah a Ramona, imagina, cobre tanto tempo o setor é moleza”. Não é nada. Pra mim é matar um leão por dia.

É difícil, é muito difícil, porque a gente sempre quer saber o que eles não querem divulgar, como eu te falei. Esses escândalos da Petrobras, por exemplo, ninguém quer falar nada, nem currículo de diretor eles podem dar. É difícil. É uma dificuldade conseguir apurar, encontrar alguém que possa te dar uma pista, uma informação. Não é mole, não.

Isso não tem saldo médio. Eu tenho muita memória, obviamente por que eu venho acompanhando o setor elétrico e do petróleo porque eu venho acompanhando esse setor há muitos anos. Agora, ter acesso a informações, de conseguir apurar mole. É complicado. Agora, falando dessa mudança toda do jornalismo, não sei é um caminho sem volta a internet, mas todos ainda estão sem saber como e o que vai acontecer agora no futuro. Eu digo, as empresas jornalísticas como Globo, Estadão, Folha, esses grandes jornais. É realmente uma coisa em que todos estão fazendo experimentos, porque não tem volta mesmo, a comunicação moderna é essa aí e está todo mundo tentando se ajustar. Agora como vai ser cada um é que vamos ver. Quanto tempo que vai durar o jornal papel? Não sei, mas realmente com o tempo ele realmente tende a acabar, pode ser 10, 15, 20 anos, ou talvez até menos. E com essas comunicações mais digitais, talvez daqui a alguns anos não faz sentido ter um jornal com aquelas editorias todas: “País”, “Esporte”, etc. Talvez seja por blogs, que é uma coisa que está crescendo muito, que é forte também. Não sei. Realmente é uma coisa que estamos vivendo momentos de transformação do jornalismo no Brasil, do papel do impresso.

E é um momento interessante. Realmente é um desafio interessante, eu que já vivi vários momentos. Estão todos vivendo esse momento sem saber para onde vai o jornal empresa, jornal papel, buscando novos caminhos para saber onde vai. O jornal vai mudar com foco maior na internet, em novos serviços na internet para atrair o leitor. Uma nova editoria foi criada, de coisas que interessam mais ao dia a dia do leitor, que toque mais ao dia a dia da pessoa (“Sociedade”).

O Globo vem fazendo uma mudança radical no online, com cuidado na qualidade. É preciso não ficar só no highlight, é preciso ter aprofundamento. O problema é que os jornais querem fazer mais mantendo a mesma equipe. Enquanto eu ando, eu sigo o ritmo. A internet é positiva porque ela difunde. No Brasil lê-se pouco, e a informação é fundamental para formar uma opinião. O lado mais positivo é que as pessoas estão mais conscientes.

APÊNDICE III

ALVES FILHO, Francisco. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, abril de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

Eu comecei aqui, em *O Dia*. Na verdade, eu comecei em rádio, na 93FM, antes de virar JB FM. Depois vim para cá, como estagiário ainda. Me formei em 1988, e continuei aqui. Saí daqui e fui para o Grupo Abril, depois fui para a rádio Continental AM e voltei para cá. Tive uma experiência de pouco tempo lá. Eu saí e fui para uma revista do Grupo Abril chamada *Semanário*, que se manteve durante pouco tempo. Em 1992 eu saí da *Semanário* e fui para a *IstoÉ*, fiquei dezenove anos e meio até janeiro de 2012. Fiquei “frilando” para publicações como a *Carta Capital*, e depois vim pra cá.

Quase 27 anos de formado. A introdução da internet mudou muito o trabalho nosso, antes você tinha uma dúvida sobre um fato histórico, sobre o perfil de alguém, algum telefone que seja. Ou você tinha que buscar na lista telefônica ou de algum fato histórico ou de uma biografia histórica, você tinha que fazer uma extensa pesquisa ou ir na biblioteca ou buscar livros que tinham essa informação. Com a internet, com o Google, ficou mais fácil e mais rápido. Isso abre muito mais espaço pra você trabalhar outras coisas e não ficar buscando a informação. Você já tem a informação na mão e a partir daí você fica mais fácil de chegar a informação do que antes.

Outra coisa: quando eu comecei, o espaço para imagem em relação ao texto era muito menor. Com o tempo, a imagem foi sobrepondo, ganhando espaço. Nos veículos impressos, pensando em competir com a televisão, e mais recentemente com a internet, colocam muito mais imagens do que colocavam antes. Se você for à Hemeroteca da Biblioteca Nacional e fizer uma comparação entre o que era o jornal antes em relação a fotos e o que é hoje.

Assim, cada veículo teve uma mudança na sua área. As revistas mudaram, eram mais de Política e Brasil, agora são mais de Comportamento. Jornais também estão menos políticos. Ainda dão grande espaço, mas bem menos do que era antes. Com a internet, há menos aprofundamento das notícias sim, mas isso não é culpa da internet. Acho que é culpa talvez de uma deficiência no sistema educacional. A internet só força para que haja uma ... Quem tem menos background histórico, para escrever um texto curto, que é a demanda da internet, que são textos curtos, sem esse aprofundamento, está ok. Cai bem. Difícil é você ter

informação, que é cultura histórica principalmente, mas além disso é uma reflexão um pouco mais aprofundada. Sofisticada, mais além do factual. Isso é mais difícil. A internet ajuda um pouco, porque como é tudo muito curto, rápido, aí se você tem menos reflexão, cai bem. Mas não é culpa da internet.

Se a gente tivesse um sistema educacional, melhor mesmo com essa... O McLuhan diz que o “Meio é a mensagem”. O meio internet formata um tipo de mensagem. A informação na internet é rápida e superficial. Se o seu conteúdo já é superficial, então casa bem. Mas quando é exigido um pouco mais de profundidade, aí eu acho que complica.

Quanto à carga de trabalho, eu acho que melhorou bastante. Eu acho que os jornalistas conquistaram vários direitos. Eu acredito que a carga seja até um pouco menor quanto de horas. Muito que você trabalha num dia, você recebe de folga. Quando eu comecei, não recebia nem hora extra nem tinham folga. Você trabalhava para cacete, chegava de manhã e saía de noite, “tchau, um abraço, até a próxima”. Não tinha folga nem hora extra. Até melhorou nesse sentido.

O público participa mais do processo de produção da notícia. Você recebe um retorno imediato. Antes você tinha muito telefonema, mas a quantidade do retorno, do volume do retorno, é incomparável. [Isso de alguma forma é incorporado no trabalho do jornalista?] O problema é interpretar esse retorno. Muitas vezes você coloca no Facebook uma matéria igualmente repudiada e elogiada. Ou matérias de conteúdos diferentes que são... como o BBB que fica entre as mais lidas e matéria de conteúdo político, não. Que lição você tira disso? Eu acho que ninguém sabe analisar direito isso ainda. O que é o público na internet? A gente é que não sabe como segmentar isso direito, eu acho que ninguém no mundo sabe. Como aproveitar esse feedback que vem.

A gente vê o que é mais visto, mais lido, mais acessado e tentar seguir. Mas também você vê a diferença daquilo que é mais acessado na internet e aquilo que é mais sucesso no impresso. O público do Facebook é um, do impresso é outro. Aquilo que faz sucesso no Facebook, é preciso avaliar se você coloca no impresso ou não. Há uma dúvida ainda.

Aquilo que fazemos no Dia é transportar o conteúdo do jornal para a internet. Eu acho que não é o ideal. A gente fez uma série sobre o aniversário do Golpe, que tem um visual bonito. Na internet, era a mesma matéria que estava no impresso. Não sei se é o conteúdo

ideal, até porque tem vídeo, foto, tem essas possibilidades que você poderia dar melhor se você tivesse um... Mas a gente está pensando nesse modelo da internet para atualizá-lo.

O papel do jornalista no ambiente online: o papel do jornalista continua sendo o mesmo. Não sei se continua na verdade, mas deveria continuar sendo o mesmo. Porque uma coisa é blog profissional de uma pessoa que você não conhece. Não tem compromisso com o leitor, baseado em opinião. A Mídia Ninja que é a favor do Black Block, e o cara que é contra o Black Block. Esse cara está levando em consideração regras mínimas de igualdade de opiniões, ou de... não imparcialidade, não é isso. Eu sou completamente contra a imparcialidade. Igualdade de opiniões, mesmo espaço de interpretações diferentes. É o cara que está torcendo para o lado que ele se manifesta a favor. Isso um blogueiro pode fazer.

Agora um jornalista, o que faz diferença é a grife. A empresa para qual ele está trabalhando chancela o tipo de cobertura. O Globo, por exemplo, você pode gostar ou detestar, mas você sabe qual é a linha do jornal. Você sabe o que ele faz de bom e o que ele faz de ruim. Você pode gostar ou não, mas você sabe que há uma linha. Agora você tem um “zé das couves” que faz um blog, mesmo que ele tenha um texto sensacional, como você vai saber que ele está falando a verdade. O grande problema é que as pessoas acreditam mesmo que qualquer bobagem escrita no Facebook ou em um blog é coberta de razão e contém todas as informações, mesmo que você não saiba quem é aquela pessoa. E as pessoas replicam a “bobagem” no Facebook e replicam dez mil vezes, e aí fica uma “bobagem” replicada dez mil vezes. Então eu acho que o leitor tem que prestar atenção naquilo que está lendo.

Ainda é importante ou a marca da imprensa ou a marca do jornalista, que já se mostrou uma pessoa confiável. O Luís Nassiff, por exemplo, tem uma linha pró-governo, mas ele é uma pessoa que dá bons argumentos, que você confiar, você pode até discordar... O jornalismo sempre acompanha as mudanças na sociedade, como eu falei antes de ter menos espaço para a política, isso talvez seja um pouco o reflexo do comportamento do leitor. Sinceramente, eu não sei o que vem primeiro, se é menos cobertura de política que faz o leitor se interessar menos, ou se é a imprensa que dá menos por há pouco incentivo do leitor. Mas isso é a sociedade de maneira geral tem se interessado menos em política, acho uma pena.

E sobre a história. As boas matérias sempre contextualizavam historicamente tudo o que faziam. Se você pega a [revista] Realidade, se você falava de um local do Mato Grosso,

tinha ali alguma referência a algum momento histórico para aquela referência. Hoje bem menos. Acho que os jornalistas deveriam estudar mais História, acompanhar mais a História porque isso é fundamental ao jornalismo.

O perfil do jornalista mudou no sentido de que as pessoas vêm com menos bagagem de História. Isso é grave. Uma informação enciclopédica, pega no Wikipédia, mas não têm uma leitura. Livros, seja no papel, seja no e-book. Isso já não faz parte muito do universo da ... Não posso dizer que a carga de leitura do jornalista hoje é menor, mas livros de contextualização histórica, interpretação da realidade do País ou perfis de pessoas que construíram o País, isso não tem sido muito frequente não. Não quero crucificar a nova geração, mas a geração anterior não tem passado isso. Eu não gosto dessas pegadinhas de pessoas que colocam no Facebook “Erros comuns do vestibular”, porque isso demonstra que o sistema educacional montado pela geração anterior não foi bom.

APÊNDICE IV

FILHO, Aziz. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, abril de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

Eu comecei no jornalismo, antes de me formar, em Juiz de Fora. Eu iria ser médico, eu fiz a primeira fase do vestibular, eu passei para a UFRJ e aí na segunda fase, na reta final, eu tive uma crise de identidade e tinha feito inscrição também para Jornalismo. Na segunda fase coincidia os dois, e eu optei por Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora. E aí no meio do curso, era federal, naquela época tinha muita paralização. Como eu sou do interior de Minas, de Itapagipe, uma cidadezinha no Triângulo Mineiro, e cheguei na “civilização” sem indicação, sem conhecer ninguém, aí fiquei um pouco temerosos em continuar em JF. Depois de formado, ter que sair procurando emprego na grande imprensa, aí me transferei para a Facha (Hélio Alonso) [no Rio de Janeiro], porque eu queria me formar já estando no Rio. Ter uma chance de procurar um estágio durante a faculdade, meu sonho era trabalhar no Rio de Janeiro.

Vim para o Rio como referência de cidade, mais rica culturalmente, mesmo sem família aqui. E me apaixonei completamente aqui, principalmente pelo Jornal do Brasil. E aí meu objetivo de vida passou a ser trabalhar no JB. E me formei aqui, quando eu me formei, em 1988, eu já estava trabalhando no Globo. Fiquei no jornal, depois no JB, mas ele já começava uma curva descendente. Eu trabalhei no JB, no Globo, na Folha de S. Paulo, tive poucas experiências de televisão, apresentando programas na antiga TVE, e depois TV Brasil. Apresentei um jornal na GNT diário, programa diário de notícia. Depois fui chefe da sucursal da IstoÉ no Rio durante uns sete anos. Fui gerente de jornalismo da TV Brasil, e de lá vim pra cá para ser inicialmente editor-chefe e agora diretor de redação.

O que mudou de 1988 para cá, acredito que o jornalismo diminuiu um pouco a paixão das pessoas, o caráter da paixão, ficou um componente um pouco menos “saliente” digamos assim, menos visível. Hoje é mais profissional, há mais profissionalismo dentro das redações, as técnicas jornalísticas de “ouvir o outro lado”, de buscar o equilíbrio, a questão ética, está mais desenvolvida hoje do que era na minha época. Porque antes a gente vinha de um período de conturbação política. Ali acabou a Guerra Fria, o Muro de Berlim caiu em 1989, no mesmo ano o Brasil teve a mesma eleição direta desde 1961. Foram quase 30 anos sem eleição. Os

partidos políticos vieram todos muito ... aquele engajamento, todo mundo tinha que ter um partido, se engajar. E isso acabava que o caráter da paixão muito mais preponderante do que o compromisso com a isenção, com o profissionalismo.

Em nenhum momento eu digo que é melhor hoje. É diferente. Antes havia mais idealismo, mais compromisso com a luta com solidariedade, os jornalistas antes eram mais politizados. De lá pra cá, houve um profissionalismo, mas você tem menos diferencial. Antes você tinha mais diversidade de opiniões do que hoje. Hoje é tudo muito parecido, as primeiras páginas são muito parecidas do que eram antes. Hoje você se aproxima mais da ideia do pensamento único, porque só há uma ideologia (a outra caiu). Naquela época, a variação de uma mesma notícia era maior do que você tem hoje.

Quanto à internet, a gente tem um online forte. Temos sido o site jornalístico mais visto do Rio de Janeiro. Disputando pau a pau com o Globo, às vezes o Globo passa, às vezes a gente passa. Claro que temos mais limitações do ponto de vista empresarial. O Globo é uma potência, onde um setor apoia o outro, nós temos mais dificuldade. Para a gente é um pouco mais difícil acompanhar as mudanças tecnológicas, acho que temos feito tão bem que estamos conseguindo disputar a liderança.

Não acredito que o jornal papel esteja com os dias contados, porque a gente não sabe quando termina, mas é muito mais promissor o mundo da informação online do que de papel. Não sei se vai acabar com o papel, mas se isso acontecer, é quando os leitores atuais não existirem mais, porque é muito confortável para muitas pessoas manusear o papel, é mais confortável do que a frieza do tablet, mais prático. Mas realmente é caro fazer o papel, necessita de gráficas gigantes, é um processo dispendioso de produzir a notícia.

Por outro lado, o que me preocupa nessa mudança, é que eu gostaria de ter mais segurança, de que não fosse acontecer o fenômeno de ficar tão barato, tão barato, que desqualifique a informação. O lado bom é que você democratizou a informação, todo mundo pode produzir conteúdo, e o que pode acontecer de ruim é que resulte em uma irresponsabilidade com a informação e as empresas, os jornais da mídia convencional, perderem a credibilidade no esforço que eles fazem para buscar uma matéria com o mínimo de isenção.

Eu acho que você ter um jornal, ou um veículo, cada um defendendo uma ideia diferente, o leitor pode ficar desprovido do outro lado. Pode resultar em no perigo, por exemplo, das pessoas dizerem “eu só leio esse blogueiro” ou “eu só leio quem for tucano”. Você deixar de ter o outro lado. Porque no site tucano você não vai ter o outro lado. E vice-versa. Se você for petista, só vai ler coisa de petista. E a crítica diminui, isso cria um clima de radicalização, e de burrice. Eu tenho medo da burrice, e eu espero que a burrice não triunfe.

Acho que não, porque quando você entra na rede é difícil você não ter acesso a outras informações, mas é uma possibilidade de você fazer filtros. Nessa de cada um é um jornalista, cada um é um meio de comunicação, você pode ter uma quantidade acima do razoável de pessoas que decidam filtrar ao nível tal que ela deixe de ter acesso ao contraditório. Nesse processo, o jornalista profissional, os veículos (não importa se é de papel ou se é online) é a credibilidade que eles podem ter diante de um mundo tão pulverizado, de opiniões sectárias, fechadas.

Se você tiver uma multiplicidade de pontos de vista é bom, mas se esses pontos de vista forem ou tenderem de serem sectários, radicais ou fundamentalistas. O papel da imprensa vai ser fundamental para a democracia, e espero que a imprensa se mantenha forte para garantir isso.

A imprensa tem conseguido manter esse papel, porque a despeito das críticas, dos meios de comunicação, a imprensa ainda cumpre esse papel. Hoje, claro que as pessoas estão mais críticas, mas as pessoas também amadurecem. Os mais críticos, costumam ser os mais sectários. Os mais jovens, com o tempo, vão ficando adultos e vão percebendo que o mundo não é exatamente do jeito que ele desenhou, não é maniqueísta, é complexo, tem variações. A pessoa que parece de esquerda nem sempre é, o fato de ser direita do ponto de vista partidário, você pode não ser de direita do ponto de vista da moral e dos bons costumes. Tem muita gente posando de novo e contestador, mas quando você chega perto dela, você vê que ela é contra a liberdade da mulher, é a favor da intervenção da religião no Estado, é moralista, é contra a liberdade da orientação sexual, contra as minorias. As pessoas vão percebendo que por trás do que parece tem uma coisa que não parece.

No sectarismo é muito difícil de mostrar o outro lado, porque ele cega. A imprensa, então, cumpre um papel importante, porque é muito difícil você ver um jornal que mostre só

um lado, por mais que você fale “ah o jornal é conservador”. “A mídia oligopolista é assim ou assado”. Mas qualquer matéria que você ver hoje, em função do profissionalismo da imprensa assumiu, você tem lá os dois lados. É claro que o jornal vai enfatizar o jornal que era da ideologia dele. Mas é isso que significa liberdade de imprensa. É exatamente isso. É a imprensa defender a ideia que ela quiser. Isso é importante ter, a liberdade de imprensa. Um jornal não é uma concessão do poder público, ele pode defender o que ele quiser. Um jornal que queira por exemplo defender a causa da pena de morte, ele tem o direito de defender. Um jornal que queira defender o direito à reforma agrária, ele tem o direito de defender o ponto de vista deles.

Mas o meio jornal acostumou as pessoas, as pessoas esperam de um jornal que pelo menos aponte o outro lado, que aparenta uma isenção. E nesse esforço para aparentar isenção, mesmo que seja falsa, acaba trazendo ao leitor a informação mais correta do que quem não quer parecer isento.

Um exemplo muito claro que vimos durante as manifestações, a Mídia Ninja. Muitos manifestantes mais radicais acusavam as redes de televisão não mostrar a violência policial como deveria e só mostrar um lado da questão. Isso não era verdadeiro, porque toda a violência policial não era mostrada pela televisão, só que quem contestava a parcialidade dos meios de comunicação eletrônicos era absolutamente parcial muitas vezes. A Mídia Ninja só mostrava a violência policial, ela não mostrava a violência dos manifestantes. E ela não cumpria o papel, ela não substituíu o jornalismo, ela não mostrava como estavam as favelas com a sua violência. Ela não vai atrás dos problemas e principalmente ela não mostrava o outro lado.

E isso é uma coisa muito ruim, defender como um ideal uma forma de comunicação, sectária, radical, que esconde o outro lado. Porque isso é esconder o outro lado, e esconde tanto que as pessoas não imaginaram que em algum momento aquela radicalização não poderia produzir um crime, uma morte, acabou produzindo. Quando o cinegrafista morreu, foi um susto, para esses grupos principalmente, porque admitiam a violência apenas por parte da polícia. O que aconteceu, os dois jovens estão lá, insuflados por essa visão parcial, que passava a mão na cabeça dos manifestantes mais violentos. Eles estão lá, pagando a pena pelo assassinato, e as pessoas que insuflaram esse crime não estão lá, levando apoio para eles. Abandonaram. Eles estão lá, ficaram lá, de bode expiatório, e todas as pessoas passaram a

mão na cabeça deste tipo de violência ou insuflaram, tiraram o corpo fora. Hoje quem vai fazer a matéria para saber como eles estão, a imprensa, que tem a obrigação de ouvir os dois lados.

A imprensa que vai lá e registrou, assim como registrou a violência daquele “idiota”, aquele policial que atirou coisas acima da Câmara de Vereadores. Ou aquele outro “troglodita” que tentou implantar artefatos na mochila de um manifestante, tudo isso foi mostrado pela imprensa.

Por outro lado, a interatividade tem sido uma coisa muito positiva. Aproxima muito mais os meios de comunicação, e não só os meios de comunicação. Todas as instituições se aproximaram mais da sociedade. Os políticos, a Justiça, as religiões, a escola. A internet facilitou muito a participação. Tornou as instituições mais legítimas, porque elas têm um mecanismo de aferição de como tem sido o trabalho que elas fazem. Mas a gente usa muito o Whatsapp, que tem sido uma fonte cada vez maior de pauta, o que muda o rumo do jornal e a prioridade de pautas em função do que chega pelo Whatsapp.

Isso porque o Whatsapp facilitou muito a coisa de mandar imagem. O acesso das pessoas a celulares que têm câmera com qualidade, hoje em dia qualquer um pode mandar uma coisa para o jornal e assim seria estupidez inominável se você recusasse esse tipo de produção de informação e deixar de contar aos leitores as histórias que você tem acesso pela interatividade.

É claro que o jornalista não vai reproduzir aquilo como se fosse um leitor. Ele tem a obrigação de pegar aquilo ali, ouvir o outro lado e apresentar aos leitores uma informação mais completa mais isenta, ou aparentemente mais isenta pelo menos. Buscando a isenção, conferindo se aquilo é verdadeiro ou não. Na internet, muitas vezes aparecem notícias que se a gente não tiver uma visão crítica de um profissional de imprensa, você fica reproduzindo mentiras.

Houve um dia que foi até muito engraçado, era um protesto contra... na Venezuela. E alguém postou “veja o apoio do povo ao governo da Venezuela”. E era uma foto de quando o Chávez foi eleito e lendo na internet parecia que era apoio ao governo atual, do Maduro. E isso acontece muito, manipulação por esse novo agente de comunicação, que é um agente não compromissado com a qualidade e tentativa de isenção.

O jornalista vai ter sempre um papel fundamental frente à sociedade. Isso vai ter sempre. Fundamental com “F” maiúsculo, porque se desaparece essa figura do mediador, do cara que vai ouvir os dois lados, é um passo para o totalitarismo. Porque o jornalista é o antídoto mais forte contra o totalitarismo. O jornalismo livre.

Sobre as novas gerações, os pontos positivos das novas gerações. São mais antenados, são mais bem informados. São rápidos, objetivos. Negativos: o texto piorou. A criatividade deu uma quedinha também. Acho que isso se deve à facilidade, né?. Facilidade de obtenção de informação, porque a reprodução automática da informação é uma coisa que o jornalista jovem precisa tomar cuidado. Porque é fácil. Você tem a ilusão de que pode produzir muitas notícias, mas na verdade você está apenas reproduzindo. Você não tem o tempo, e a preocupação, e o cuidado de contestar aquilo. Acho que o nível de contestação diminuiu, e o nível de desconfiança do jornalista diminuiu em relação à fonte da notícia. E isso é muito ruim, isso pode destruir a carreira de um jornalista. Porque você pode passar uma informação que não está correta e assinar embaixo dela. Ela pode ser uma informação falsa, e produzir um efeito negativo sobre a sociedade, e você prejudicar sua carreira. Ficar marcado por aquilo.

O jornalista precisa ter cuidado com a notícia. Esse cuidado é... Há um risco das facilidades da internet levarem a erros de informação, descuidos. É preciso redobrar a atenção para evitar os descuidos. E a sala aqui é aberta, eu dou esse feedback aos jornalistas mais jovens. Não fica um minuto sem ter alguém aqui. A gente conversa bastante. E é uma mistura de gerações nas redações. Não sou só eu que converso sobre isso, todo mundo os mais jovens trocam informações com os mais velhos, e vice-versa. Os mais velhos também aprendem as novas técnicas, enfim. É um processo rico, de troca.

Eu não me sinto um dinossauro em extinção. Mas poderia me sentir se eu fosse um pouquinho menos otimista. Eu e a maioria está fazendo um esforço grande para se adequar e reproduzir com as novas mídias o conceito que a gente tem de informação de qualidade, comprometida com o equilíbrio com os dois lados. Enxergo o futuro do jornalismo com otimismo, pois creio que a internet é nova em termos históricos, e tudo o que é novo está sujeito a excessos e exageros do que é mais maduro. E os exemplos que a gente tem de regimes não-democráticos, de não-liberdade são traumáticos demais para que as pessoas não queiram repetir.

APÊNDICE V

MOTTA, Aydano André. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, agosto de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

Eu comparo o momento atual do jornalismo meio que como esses cataclismos terrestres. Vem um meteoro que se choca com a Terra, vem uma era glacial, essas coisas. A gente meio que está vivendo isso no jornalismo. Eu comecei em 1986, tem 28 anos, ainda tinha máquina de escrever. Eu lembro, na redação do Jornal do Brasil, onde eu comecei... Eu me formei nesse ano, janeiro de 1986, passei pelo Dia, pelo Fluminense. Estagiei no Dia, e não era esse estágio bacaninha que a gente tem hoje em dia com prova, eu não conhecia ninguém, bati na porta para conseguir, enfim. Fiquei sem ganhar nada um tempão. Eu vejo hoje e fico admirado, acho muito mais correto esse processo. Na minha época, era uma bandalheira.

Eu lembro da coisa de pegar três laudas, um bloco você tirava três juntas. Colocava duas folhas de carbono entre elas, colocava na máquina, escrevia seu nome, batia a matéria, e depois fazia uma coisa chamada “pentear”, que era corrigir com a caneta. Você emendava com a caneta por cima. Eu vivi isso e hoje eu faço um produto que é vinculado em tablets e smartphone.

Ou seja, bateu um meteoro na minha vida. Bateu um meteoro na Terra e eu estou vivendo essa coisa permanentemente revolucionária. Toda hora muda, tudo muito mais rápido. Ainda não é natural para mim, eu estou adaptado, mas não é natural para mim usar o telefone para fotografar. Para mim, a função mais natural do aparelho é falar. Ainda que fotografe, entre na internet, faça tudo. Quando eu penso na primeira coisa de uso disso aqui é falar. E as gerações mais novas não têm esse raciocínio. Falar é uma função quase acessória do telefone.

Tudo isso é muito interessante de viver, inclusive eu sou muito otimista em relação ao futuro. Além da óbvia questão física da juventude, se você é mais jovem, você é fisicamente melhor, eu queria estar começando agora. Porque eu acho que vem aí um jornalismo maravilhoso de fazer. Melhor do que eu quis fazer. Mais legal, mais democrático, mais plural, de fazer do que o jornalismo que eu fiz a maior parte da minha vida, ainda que eu não tenha queixa da profissão, tanto profissionalmente como pessoalmente. Eu sempre fiz jornalismo a

minha vida toda, inclusive em grandes empresas, nunca fiz... Faço free-lancer, escrevo livro, mas minha meta principal sempre foi grandes empresas. Claro que tem um dia ou outro aborrecido, mas olhando o todo não tem do que reclamar.

A gente está vivendo um momento interessante, que é um momento de depuração. Novos jornalistas sobreviverão com mais facilidade, e prosperarão com mais facilidade. Especialmente pela influência da internet, pois ela traz mais qualidade ao jornalismo. Parece o contrário do que muita gente imagina, vamos precisar de mais jornalistas. Porque tem mais gente consumindo a informação, tem mais gente “puta” porque sai errado, e se sai errado é porque mais gente está vendo, então você precisa de jornalista para isso tudo.

Tem um caso muitíssimo recente, “Boatos.org”. Um grupo de jornalistas do Sul, que eles passam basicamente o tempo desmentindo boatos da internet, boatos de notícia! O exemplo mais recente era o desmentido de que iriam sacrificar o tigre que arrancou o braço do menino. O zoológico nunca cogitou essa possibilidade. No entanto, essa notícia foi disseminada na internet. A gente deu na edição do Globo+ de hoje um artigo de uma jornalista que foi confundida por um site de fofoca com uma atriz na praia. Ela escreveu um artigo comentando esse assunto. Então você vê como gera produção jornalística a internet. Sem a internet, ela não teria sido confundida, o artigo não teria sido feito, não existiria tudo isso.

Como era antigamente: Ah eu confundi, e eu disse que você chama Ronaldo e não Igor. Você iria me ligar, iria ter dificuldade de falar comigo, pelas dificuldades que uma ligação telefônica tem, de me achar. Eu iria atender você, se eu quisesse, eu poderia sentar em cima da correção. O que é uma leviandade, mas isso acontece. Dependendo de como você me tratasse, estaria na minha mão. Você me ligasse sendo grosseiro, eu poderia te sacanear, e sentar em cima do desmentido. Eu já vi muita gente fazendo isso. Eu confesso que eu tenho vaidade de desmentir, eu acho legal que eu assuma algo errado que eu falei. Acho até uma questão de “ego”. “Eu sou maduro suficiente para me desmentir sem o menor problema”.

Então, eu poderia fazer isso. E mesmo que eu atendesse você com toda a presteza, educação e eficiência, seria na edição do dia seguinte, invariavelmente num espaço menos privilegiado que a notícia errada. O que num paradoxo conceitual do jornalismo, a correção (que melhora, porque se você corrige, você melhora) ela sai num espaço menor que a

informação errada. Sempre foi assim a minha vida inteira. Não só no jornal impresso, na televisão também. Como são os desmentidos da televisão? William Bonner lê uma nota, ele quase fala mais baixo. Pode reparar <riso>. Sem imagem, na cara dele, e a matéria errada tem imagens, todos os efeitos, e a correção é só a voz dele, sem efeito, só aquilo ali. Voz rápida, constrangida.

Os jornalistas têm um problema com correção. A gente tem que fazer a correção, mas muitos não conseguem. Por isso eu desenvolvi essa coisa por correção. Não fico feliz de errar, ninguém fica, mas... Como se vê na internet o seu erro. Você mesmo pode corrigir, não precisa nem me esperar. Você entra no Facebook, cita a página do Globo no Face ou entra no site do Globo e faz uma reclamação e muito mais gente vai ver do que na correção tradicional. Ou seja, democratizou a informação. E a influência tirou muito da arrogância dos jornalistas.

Eu hoje escrevo uma coluna no jornal (eu tenho uma no jornal e no Globo A Mais). E eu escrevo um jornalismo marcadamente de opinião. Não de opinião vazia, de colunista, mas minhas matérias sempre tiveram uma opinião muito da minha formação, que é a do Jornal do Brasil, onde a gente era incentivando a ir além da mera informação. Só que durante muito tempo, quase $\frac{2}{3}$ da minha carreira, essa opinião ia do jeiro que eu queria, reflexão vinha do jeito que eu queria. No máximo, no dia seguinte, uma carta ou uma reflexão verbal de alguém, no máximo. Hoje, eu escrevo agora, daqui a 15 minutos já tem um e-mail da minha caixa postal... Uns meses atrás, eu escrevi um artigo defendendo a Lucélia Santos porque ela estava andando de ônibus. Fiz um artigo defendendo. E eu passei dias respondendo e-mails e comentários de redes sociais, não só críticos, mas questionando e debatendo a questão. Eu tive que abrir um espaço na minha agenda, na minha rotina, para cuidar disso. Por isso eu acho que a internet é uma excelente notícia para o jornalismo. E uma excelente influência também.

Sobre as rotinas: É mais sobrecarregado, mas assim é uma tendência do mercado de trabalho brasileiro em geral, não é só o mercado de trabalho jornalístico brasileiro. As análises do Domenico de Masi do mercado de trabalho, e ele diz que a sociedade pós-industrial é uma sociedade que vai privilegiar muito mais o pensar do que o fazer, resumidamente. Um resumo quase criminoso do pensamento dele. E o fato de você poder carregar o seu trabalho para onde você quiser. Evidentemente que isso é um pensamento teórico e tem mil variáveis. O primeiro deles é que se você sentar com um computador na Lagoa, você será assaltado. Mas em um mundo ideal, isso vai acontecer. Só que o mercado de trabalho brasileiro ainda está na fase

industrial. Essa estrutura que você percorreu para me encontrar é caríssima e improdutiva. As pessoas trabalham pior, produzem pior, com menos qualidade, mas os donos dos meios de produção (não trato de um particular, mas em geral) são extremamente conservadores. Se desse jeito há uma margem de lucro gigante, porque ele teria que mudar.

Domenico defende uma sociedade pós-industrial da qual a gente vai trabalhar de forma mais humana, mas até o Brasil aprender isso, vai demorar. Não é a internet, é o jeito brasileiro de pensar a produção. “Ficou mais pesado”, isso porque a gente não parou de fazer as coisas que a gente deveria ter parado de fazer, e para privilegiar outras. Como isso não acontece, entrou mais um negócio, que a gente tem que fazer. E pior, porque tem menos gente do que deveria trabalhando com isso, tem menos gente do que deveria pensando em ganhar dinheiro na internet, que é a grande agenda do jornalismo mundial. Qualquer pesquisa científica, se você põe mais gente para trabalhar, ela anda mais rápido.

Andaria mais rápido, mas ainda há mais gente trabalhando pata o jornal de papel. Muita gente, gente à beça. Mas os jornais de papel estão em declínio, aqui e no exterior. É a pior de todas as quedas, que é uma queda lenta, mas constante. Ela é pior que cair vertiginosamente, porque aí vira uma emergência. Do jeito que é hoje, ninguém entende como uma emergência. Então, eu acho que a saída está no mundo virtual. O que o Facebook veicula, o que o Facebook vende? Informação! O que atrai as pessoas para dentro do Facebook? Informação. O que atrai as pessoas para usar o Google, qual o seu alicerce? Informação. E o que a gente trabalha? Informação. Então no que somos diferentes deles? É só descobrir como faz para ganhar dinheiro. O nosso problema é que [e que é grave, no Globo] é que tem a perder.

Qual é a história de todos os grandes da indústria tecnológica, do Mark Zuckeberg, dos caras do Google? Eles não tinham nada, fizeram um negócio e ficaram milionários. O Zuckeberg era um estudante, Larry Page era da Microsoft, se não me engano. Todos trabalhavam no Vale do Silício e não tinham nada. Vai convencer os irmãos Marinho de que “esse lucro que vocês têm aí, esquece! Vamos começar do zero”. É muito mais difícil. É muito mais difícil eu abrir mão do meu salário em nome de uma revolução. É difícil. Mas é o caminho, não tenho a menor dúvida.

Não que o jornalismo vá ser substituído: nada acaba! Eu lembro que fora do mundo da comunicação, que aquele shopping em Botafogo que vive mudando de nome, o Rio Plaza. Ele já foi inaugurado como um shopping tradicional, virou shopping de decoração, e agora é de restaurantes, etc. Ou seja, não acaba, evidentemente. Ele vai mudando, o mercado vai regulando. Vai ter sempre gente, nós, nossos filhos ou netos, que por razões variadas, lerão o jornal papel. Está de férias em Búzios, e não quer levar o equipamento que seja para não molhar ou sujar, e leva o jornal de papel. Sempre haverá mercado, do mesmo jeito que há mercado para o rádio. Em 1900 e bolinha, alguém achou que a TV, mas ele continua ocupando seu lugar, mudou com a internet. O que acaba é uma coisa que não tem saída tecnológica, como fita cassete, VHS.

Mas o jornal tem, porque o que o jornal vende (eu sempre falo) é “água”. Se está na garrafa, na caneca, na mão, tanto faz. A gente está perdendo muito tempo discutindo se está na garrafa, no copo, na mão, no canudo. Vamos parar essa discussão e vamos vender água, na forma como for para ser vendida. Precisa se reinventar, mas ele ainda está no caminho disso, que é um caminho tortuoso, cheio de tropeços. E de novo, caímos no jeito brasileiro de fazer. Não acho que o Brasil seja pior, é apenas diferente de outros lugares. Na Alemanha, na Inglaterra, seria mais fácil, pois têm uma objetividade que nós como povo não temos. Nós somos cartoriais, acreditamos em confiar em quem a gente já conhece. Isso torna o processo mais lento. Tem vantagens esse processo, mas num caso desse, torna mais lento.

Então assim, numa hipótese, um diretor aqui tem um editor de sua confiança, que é um cara que não quer migrar pro digital. Mas ele é de confiança, e as pessoas aqui privilegiam confiar à competência meramente objetiva. Tudo isso atrasa o processo, mas ele é inevitável. O Globo, na realidade até, ele está muito adiantado. A gente tem limitações, somos o primo pobre das Organizações Globo. A TV Globo tem muito mais poderio para qualquer coisa que ela queira fazer, já domina os meios eletrônicos de um jeito, que se ela usa como suporte de divulgação na internet, ela vai ganhar de todo mundo. Não tem jeito, então de qualquer forma para a gente, que concorre com esse produto também.

Eu vi recentemente que “G1, portal de notícia das Organizações Globo”. E a gente? Mas a gente é uma perna lá dentro, junto com a Época, a Rádio Globo. Há mil produtos, um portfólio gigante de produtos que às vezes um acaba se preponderando a outro. O Globo tem mil produtos, super interessantes, às vezes mal divulgados, às vezes irregulares, mas são

experiências digitais incríveis, muito vanguardas, que dependem do suporte da divulgação para prosperar. Há mil coisas que é preciso resolver, eu fico imaginando as mil interrogações que passaram pela cabeça dos inventores da imprensa escrita. Deve ter sido f*da.

Na produção da notícia, o público participa muito mais. A iniciativa do Extra de conversar com os leitores por Whatsapp... O jornal deu vários furos, furos mesmo incríveis. A mulher arrastada pela favela veio pelo Whatsapp. Os soldados que levaram o garoto da favela do Sumaré, foi Whatsapp, do Extra ou da CBN, não tenho certeza. A Band News ela já baseia o seu noticiário nas informações enviadas pelos ouvintes. É o principal, o ouvinte fala, checa-se as declarações, e divulgam.

Essa abertura ela nos aproximou da notícia. Talvez a coisa mais valiosa da internet foi “devolver os jornalistas ao mundo real”. A gente estava muito distante do mundo real até a internet se disseminar no mundo atual. A gente não fala com mais ninguém diretamente, a gente fala com a assessoria de imprensa de todo mundo. Todo mundo tem um assessor de imprensa. O assessor de imprensa está lá para nos atrapalhar. É uma fonte que paga um profissional, para que este profissional não a deixe tropeçar, avalie como ele deve dizer ou não coisas do interesse dele, não do meu, que em 99% dos casos são interesses conflitantes. Eu quero que o cara erre para que um profissional como eu... Então a gente fica muito a reboque do assessor de imprensa.

E isso implica muito na rotina comum do jornalista. Eu saía de casa, ligava o meu carro na CBN, onde ouvia informações vindas de assessoria de imprensa. Vinha até aqui, onde a assessoria de imprensa informava, voltava para casa. Eu não saía desse mundo. Era um túnel, uma cápsula. Aí agora o leitor manda notícias direto para mim, através desses mil canais aí. E-mail, comentário de blog, qualquer coisa assim. Voltamos a ter contato com a vida real, sem filtro, não mediada. Isso mudou tudo! Tudo é diferente, tem mil notícias que a gente divulgou que foi baseada nos leitores, ideias que eles passaram.

Eu lembro de um cara, uma situação ridícula. Na região do Campo de Santana, o leitor para denunciar... Ele chegou no estacionamento, ele fez uma foto e mandou para o “Eu Repórter”. Essa é uma etapa que deve ser abordada, porque foi o início da interatividade. Era mais trabalhoso, porque eu tinha que entrar no site e encontrar o lugar. Então ele tirou uma foto de dois carros modelo Santana estacionados, e fez um título “Campo dos Santanas”. Um

leitor! Você imagina do jeito tradicional, o assessor de imprensa nunca iria conseguir essa ideia. Esse espaço do “Eu Repórter” é reservado para isso, mas essa transição não terminou ainda.

A informação trazida pelo leitor ainda é um espaço menor, mas já maior do que no papel. E já sendo observado e processado pela gente, pelos jornalistas. Hoje em dia, tá tudo misturado. Comenta na notícia, é ali mesmo. E isso altera muita coisa. Se você pegar os momentos mais apaixonados, como futebol e eleição, é o tempo todo isso. Então assim, esse espaço ele tende a aumentar. E de novo, precisa de mais jornalistas, porque há mais manipulação. E não é uma coisa malévola, pode ser só por convicção pessoal. Não é nem porque ela tem interesse por trás, é só convicção pessoal. É precisa de mais gente para checar isso, vai ter mais mercado.

E outra coisa, esse mercado ele vai se pulverizar ainda mais. Com disposição, com gás, só precisa disso para montar um site e sair distribuindo notícias por ai. E repercutir, e ganhar importância. Porque a internet permite uma coisa pela qual eu lutei a minha vida inteira seja determinante, que é a qualidade. Porque assim, porque eu vou ler o Globo se eu acho o Globo ruim? Eu leio outra coisa. Tem um monte de coisa para eu ler. Na internet, manter o leitor é complicado. Já tentou se livrar da assinatura de um jornal de papel. Eles fazem o diabo para você não se livrar, e você perde tempo. Vira uma relação de consumidor. Na internet, você troca de tela e nunca mais volta. É muito mais difícil. E tudo isso é uma boa notícia.

Sobre os perfis dos novos jornalistas, quando eu comecei, precisava passar pela faculdade de jornalismo. Eu continuo achando necessário o diploma. Sou totalmente a favor a exigência do diploma. Mas antes, nem curso de datilografia precisava. Antes você entrava... Inclusive, eu cheguei a conviver com vários repórteres, ótimos repórteres, que sequer escreviam. Chegavam na redação e contavam para alguém, ou sentavam na máquina, vomitavam ali um relato e depois vinha alguém melhor e arrumava. Hoje em dia, já estão partindo da exigência do segundo idioma estrangeiro. Um só já não resolve mais, precisa dois. E precisa entender, ter uma pegada do que é HTML5. Não sei mexer, mas sei o que é.

Além de ter quebrar a cabeça para pensar a informação de um jeito mais atraente. Não só a informação crua, insípida, e sim atrelada a algum tipo de memória, de coisa visual. Tudo

isso é esse jornalismo novo. Eu só sei escrever, quero só trabalhar com texto. Fica muito mais difícil. Você pode até conseguir, mas você vai ter que ser muito melhor do que você era antigamente. Porque você precisa ter noção de televisão - então dá teu jeito de saber editar, porque a gente tem aqui uma ilha de edição de última geração. Quase uma TV Globo. isso para fazer vídeo com a mesma exigência com que se edita um jornal impresso. Noções de design... A coisa principal é “pensar tudo junto”. Tem que estudar mais. Minha enteada, de 24 anos, que está começando na faculdade de jornalismo, ela vai ter que estar muito mais bem preparada do que quando eu comecei há quase 30 anos.

Tem que ser mais multitarefa, totalmente. E outra coisa que eu acho que uma lenda que as pessoas tratam a faculdade de jornalismo como uma coisa de segunda classe em termos de dificuldade. Tratam meio assim “Ah, vai ficar bebendo cerveja, enchendo a cara, ficar namorando a vida inteira”, eu discordo. Acho que cada vez mais... Vamos comparar com a faculdade mais badalada e difícil de todas, Medicina. A faculdade de Medicina é muito simples, você entra, e você é soterrado por uma montanha de estudos. É um caminhão desgovernado de informações que inevitavelmente te atropelam. E você estuda para c*ralho e vai embora. É mais trabalhoso, mas é mais simples. É isso, é uma estrada longa, difícil, desgastante, mas é uma estrada.

Na nossa, a informação está por aí. Você tem que sair catando por aí. É muito mais difícil. E você tem cada vez mais caçar informação em quantidade. Então assim, eu vou ter aula de Técnica de Reportagem com o jornalista aposentado, que fez concurso público e vai estar lá contando as velhas histórias do tempo dele de repórter, eu vou levar isso aí, faço um trabalho e passo. Está f*dido. Tem que pegar essa cara e sugar o todo o saber possível dele e acessar junto com as informações dessas novas mídias e construir minha capacidade profissional.

Porque, na verdade, o velho jornalismo continua muito presente. Comparado com a Medicina, tem remédios que não se usam mais, porque vieram outros mais modernos. No Jornalismo, não é assim. O novo é uma reunião do “velho com o novo”. Na verdade, o cuidado com a informação que os antigos jornalistas tiveram lá no jornal de papel dos anos 1980, precisa ter ainda mais agora. Porque se o cara pega uma informação errada, ele vai embora e não volta, porque é só mudar de tela e tchau.

O cuidado do jornalista de ser ético, ser cauteloso... Um exemplo que aconteceu comigo. Quando o Brasil empatou de zero a zero com o México na Copa do Mundo, o placar de zero a zero é raro na História brasileira das Copas do Mundo. E eu fui fazer uma matéria histórica sobre os “zero a zeros” das Copas do Mundo, e porque eu pesquisei errado, acabei esquecendo um super importante. O jogo que o Pelé se machucou em 1962, foi zero a zero contra a Tchecoslováquia. A matéria saiu no jornal de papel e no site. No jornal de papel, uma ou duas pessoas mandaram e-mail. No site, eu passei o dia inteiro respondendo a comentários dos mais variados, desde pessoas me sacaneando, me xingando de incompetente, de m*rda, outros mais gentis. Ou seja, o cuidado com a pesquisa, que sempre existiu, é maior agora, porque a “porrada” é maior agora. Por isso, eu acho que é boa notícia.

APÊNDICE VII

SALGADO, Aline; VALIM, Marta; GUIMARÃES, Luiz Henrique. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, agosto de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

Aline Salgado – Eu considero minha entrada no jornalismo propriamente, quando eu comecei a trabalhar em redação, na Tribuna da Imprensa, em 2008. Logo depois, eu fui para o jornal O Dia. Eu fazia Cultura, e agora eu comecei em Economia. Só uma parada de seis meses na Revista de História da Biblioteca Nacional.

Inicialmente o que me motivou foi mais pelo meu perfil pessoal. As minhas escolhas acabaram me levando para a área de Humanas, mas inicialmente porque a profissão tem um ritmo diferenciado, de você não ter rotina, de você entrar em contato com muitas pessoas sempre e também de você poder conhecer coisas novas, você não se especializa em um único conhecimento. Você consegue ter o contato com várias “disciplinas”, várias áreas de conhecimento, além do fato de poder viajar, e tudo e tal.

Mas na prática, o fato de não ter rotina, é claro que em um jornal de Economia, você tem mais um pouco de rotina de quando você trabalha na “Geral”, de “Polícia”. Mas o fato de não ter rotina te incomoda ao longo da profissão, porque às vezes você não consegue se planejar, não consegue ir a eventos de família, porque te chamam, te convocam. Tem os plantões. Quando você faz plantão na Geral, geralmente tem hora para entrar e não tem hora para sair. Geralmente em jornal você tem hora para entrar e não tem hora para sair, você tem que ter isso na sua cabeça. Isso me foi passado quando eu cheguei ao Dia, mas você vai na empolgação.

Marta Valim – Eu escolhi o jornalismo do jeito mais “tosco” possível. Eu sempre gostei de escrever, participava de livro no colégio, poesias, e eu vi que muitos escritores eram jornalistas. Eu pensei “ah, quero fazer jornalismo” porque na verdade eu quero ser escritora. Fui meio no “erro” de que se você gosta de escrever, Jornalismo é uma boa profissão para você. É um erro comum, porque nesse sentido teria sido mais acertado seguir em Produção Editorial ou Letras. Mas quando você começa uma carreira é muito difícil mudar para outra, você já tem um salário melhor. É difícil voltar a ser estagiário.

Ai eu comecei a trabalhar, fiz vários estágios em Assessoria de Imprensa, não gostei da área. Eu quis mudar para Redação, fiz o curso do Estadão, o “Focas”, e consegui entrar no Estadão,

mas não na área de Reportagem, trabalhava na área de produção externa, era uma área mais de coordenação dos correspondentes e tal. Isso em 2008. Estava me formando. E eu estava o tempo todo querendo ir para Reportagem, eu pensei “vou começar nesse cargo, vou ver se lá dentro vai ser mais fácil conseguir mudar”. Mas nunca consegui e desisti. No fim de 2011, voltei ao Rio para trabalhar como redatora na agência de notícias France Presse. Fiquei um ano como redatora, de todos os assuntos, e depois virei editora de Economia. Fiquei trabalhando até março de 2014, quando vim ao Brasil Econômico, no online. Trabalho com Educação, Carreira, e essa parte mais de Comércio Exterior.

Luiz Henrique Guimarães – Eu cometi o maior erro, que é como a Marta falou, de um estudante do Ensino Médio que foi achar que você pode vai fazer jornalismo porque você gosta de escrever. Eu desde pequeno sempre gostei de assistir aos jogos e brincava de fazer reportagem. Admirava repórteres. Era uma das minhas opções no vestibular e passei. E resolvi apostar. Mas aí eu confesso que ao longo da faculdade você vai se desmotivando, vai caindo aquela vontade.

Eu tive pouca experiência em redação, apesar de hoje trabalhar com redação. Eu fiz um estágio na Folha Dirigida, de seis meses. Eu tinha pretensão de voltar ao Jornalismo, mas não da maneira como eu estou hoje. Porque eu tinha pretensão de voltar a uma assessoria, não com redação. A minha experiência foi boa, mas eu não queria repetir. Eu não queria voltar a redação novamente. Eu penso em alguma coisa além. Gostaria de fazer isso, ou mais alguma coisa. Porque só isso, daqui a algum tempo não vou estar satisfeito.

Aline – acho que é unânime, embora a UFRJ seja uma ótima universidade, a maioria dos alunos do curso de jornalismo percebe que a parte técnica deixa a desejar. Quando você entra em redação, se você escolhe redação, você entra muito cru, diferente de outros alunos de UERJ, UFF, por exemplo. Só que por outro lado, pela UFRJ ser voltado muito para o lado acadêmico, que é justamente se preocupar que o aluno consiga formar uma base crítica. Ele refine seu caráter, sua visão de mundo, isso é importante.

Tanto que eu sou formada em História pela Unirio, e a História também me ajudou. Mas uma universidade voltada para o Jornalismo, eu acho que a parte prática deixa a desejar muito. Então você entra muito fraco, você tem que aprender na paulada, no dia a dia mesmo, e você fica num mercado tão competitivo você perde pontos em um processo seletivo comparado a outros alunos.

Talvez para o mundo acadêmico não, mas para o mercado de trabalho sim. É um problema da UFRJ, nas outras universidades os alunos são mais bem preparados. Embora eu nunca tenha estudado em universidade particular, os dois cursos que eu fiz foram em universidade públicas, eu vejo que os alunos das universidades particulares, com exceção da PUC, têm uma parte técnica melhor que a gente, mas não são preparados na parte teórica, essa bagagem cultural, que é importante para você ter um olhar mais refinado na sua profissão, no seu dia a dia.

Sobre os treinamentos que a empresa oferece, parece que o online de O DIA teve esse curso de SEO. Mas a gente do impresso não fez. E O DIA passou algumas dicas para o pessoal do Brasil Econômico.

Marta – quanto a parte teórica ser forte, acho que nem isso. Eu senti que as coisas são muito jogadas, não há uma linha de pensamento que você possa seguir. Se jogam um autor, um filósofo, alguém fora do contexto. Acho quem nem a parte teórica você consegue ter. meu namorado fez um ano de Ciências Sociais, então às vezes ele fala dos mesmos autores que eu vi na faculdade e sabe em que contexto o cara fala. Para a gente, veio um professor, veio, jogou aquilo e pronto.

Realmente na parte prática, falta muito ainda. Eu acho que a gente aprende muito mais no estágio. Eu acho que a faculdade não é totalmente inútil, tem coisas que você sabe, coisas que você nem lembra que você aprendeu lá, mas você não sabia antes. A gente tem também dificuldade de saber de onde a gente tirou aquilo.

Aline - é porque o jornalismo de redação é muito prático, o que conta mesmo é a sua experiência. Se a gente tivesse uma base melhor, por exemplo em Economia, era uma optativa e olhe lá, mas como não aprofundava. O que fazer? Jornalismo esportivo se baseava em ficar analisando matérias que as pessoas fizeram. Não tinha de ir aos jogos ou conversar com as equipes. Eu senti muita falta de ir a redações, eu só fui à CBN na época do estágio. E ter contato com profissionais de mercado, isso o curso de publicidade oferece e o de jornalismo não.

Marta – você tinha algumas experiências de produzir um jornal universitário, mas era só um laboratório. Deveria ser o que estava no curso. Aulas de português também foi muito fraco, a parte de textos. O Português que eu tenho hoje foi o que eu tive na escola.

Aline - Por exemplo, Técnica de Reportagem. Nada contra o professor, mas eu só aprendi o que era técnica de reportagem quando eu comecei a estagiar na Geral. Na verdade, nos plantões da Geral. Como era feita a radioescuta, porque eu peguei um pouco da escuta da polícia, que depois foi suspensa. Como se fazia uma ronda, como era a sala da escuta, o que você começava apurar, o que você tinha que ficar com o pé atrás. É claro que numa aula teórica, a possibilidade de você fixar esse tipo de conhecimento é muito menor do que na prática, mas se a gente tivesse tido esse bê-a-bá seria eu acho que menos chocante.

Luiz – Eu falo de maneira geral, nenhuma faculdade prepara para o dia a dia do jornalismo. Você não sai jornalista na faculdade, você se forma jornalista na rua, na prática. Na realidade da UFRJ, eu acho que você tem mais o nome de que você estar garantido nas coisas porque estudava na “melhor universidade do Brasil”. Mas simbolicamente é a mais representativa, mas na prática fica muito atrás. Essa questão de muita preocupação com a teoria, teoria e teoria, pouca prática.

Nem sempre você se depara com professores que têm essa preocupação em dar a visão da Redação, como repórteres de televisão. Mas acredito que seja uma nova geração de professores. Falta na faculdade às vezes essa dosagem de saber que você está lidando com um público jovem, com pouca maturidade. E muita coisa de teoria que eu não dava importância na faculdade, eu fui saber mesmo estudando para concurso. Quando eu estudei para concurso, pede-se várias coisas que eu não vi na faculdade. Por exemplo, uma palavra clássica “gatekeeper”. Eu não lembro de ter ouvido isso na faculdade, e foi daí que eu percebi que havia várias teorias que eu nunca tinha ouvido falar.

Aline - E todo dia vamos buscando novas habilidades que compensem essa falta da faculdade. Para cobrir um assunto novo, a gente precisa estudar aquele assunto. Em economia, eu até em pensei em fazer um curso de Economia para jornalistas para ter esse suporte. Depois conversando com as outras pessoas, eu vi que no dia a dia fazendo as matérias e conversando com os especialistas a gente acaba aprendendo.

É uma boa oportunidade que os cursos que as instituições acabam oferecendo, por exemplo cursos de Economia para jornalistas, seminários, esses cursos por fora acabam ajudando. E no dia a dia a gente vai aprendendo, vai estudando um assunto ou outro que a gente não domine.

No meu caso, que fiz História te ajuda mais a você ter um ponto de vista, uma visão, uma maneira como você vai trabalhar uma matéria de algum especialista. A maneira como você

vai abordar alguém na rua, isso melhora bastante. Eu acho que você ganha uma visão mais profunda do teu trabalho, da tua responsabilidade, e também uma bagagem maior para você escrever seu texto.

Luiz - A bagagem cultural que você adquire é importante pois quando ocorre um fato, você sabe relacionar, você sabe ligar outros fatos, você sabe olhar desconfiando. É de cada pessoa, é importante alguém da editoria de Cidade você conhecer a sua cidade, assim como Economia, Esporte, etc. Porque assim, no caso do Esporte, que é o meu, se alguém da CBF diz que o técnico tal vai fazer uma convocação, vai mudar o estilo do time, mas eu sei que isso já ocorreu lá trás. Esse conhecimento é importante para você ter uma outra visão do fato.

Aline - É importante para ser mais crítico, não ficar apenas no factual. Você ter uma perspectiva futura.

Luiz - Exatamente, ser mais crítico. É saber encarar um fato. Apurar melhor.

Marta - Mas é algo que você acumula ao longo da carreira. Eu trabalhei em agência, lá eu pegava muita notícia internacional. Então tem assuntos que eu sei dessa época, e eu continuo acompanhando. Eu também fiz pós em Políticas e Relações Internacionais, daí eu também tirei mais conhecimento...

Luiz - Tudo o que você vivencia, tanto no seu trabalho quanto fora ajuda você na sua profissão. Você lida com a notícia. A notícia acontece toda hora, e você traz a sua experiência para notícia, não tem como fugir disso.

Aline - Eu acho que em 2014 estamos vivendo um momento bem crucial justamente com as manifestações de julho, questionou-se muito o papel do jornalista. Se ele era importante mesmo como mediador dos fatos, e como aquele que reporta os acontecimentos. No início, de primeira mão, todos acreditavam que a gente ia passar por uma revolução, e que todos teriam poder de fala, todo mundo vive numa democracia, e todos poderiam fazer notícia. Eu acho que com a Mídia Ninja, de maneira que ela não esperava, acabou se mostrando ao contrário.

Você precisa sim de uma formação. Você precisa de uma bagagem cultural, e uma bagagem que a faculdade te passa, de crítica do que é ser jornalista. Não você apenas reportar o que acontece, pegar uma câmera e fazer e acompanhar os acontecimentos. Você tem que ter toda uma visão crítica em cima daquilo, uma visão de responsabilidade sobre aquilo que você faz. E sobre as consequências que seu trabalho têm.

Sobre o futuro e a internet, eu penso que o que a gente tem muito em mente, talvez nem tanto quanto ela surgiu, mas agora é desconfiar muito da internet. Saber muito bem quais são os sites que você aponta como confiáveis, que podem te ajudar na sua apuração, porque a internet te ajuda. Por exemplo, no dia a dia, você pode tanto ver os acontecimentos, dependendo da hora que você chega na redação, ir se atualizando com as informações, por meio do seu celular.

Você pode ver que dependendo de determinada pegada que você vai dar numa matéria, uma visão do que você vai dar numa matéria, já saiu em outros lugares. Se é um assunto novo ou velho. Agora, ao mesmo tempo, eu não acredito que o jornalismo vai acabar por causa da internet, ele vai mudar, mas vai continuar a ter um poder de credibilidade, de fala, embora com o Facebook e outras mídias alternativas tenha mais vezes se mostrando. Em geral, as pessoas ainda veem a voz do jornalismo como uma voz de credibilidade. Ela passa isso e isso tem que ser reforçado a cada dia.

Marta - Esses dias saiu uma pesquisa que dizia que o jornalista de impresso era uma das profissões prestes a acabar. Eu realmente o impresso tende a diminuir mais. Eu, com cinco anos de faculdade mais cinco de formada, eu já vi o Jornal da Tarde, em SP, fechar. O *JB*, a *Gazeta*, entre outros. A gente vai ver alguns jornais desaparecerem mesmo.

E eu realmente acho que a tendência é ir para a internet. Especialmente porque a tendência é todo mundo ter acesso pelo celular. Acho que online é realmente onde está o futuro do jornalismo e você acaba tendo uma mudança na forma como você faz o jornalismo. Porque quem trabalha no online sempre tem a preocupação de ter e colocar as coisas no site mais rápido, então você acaba tendo essa questão do tempo, que muitas vezes gera problemas de má apuração. Isso que a gente está vendo aí de que alguém circula um boato de que circula na internet, os sites dão e aí é mentira. Até você consertar...

O caso do Suassuna, que teve a morte anunciada um dia antes dela ter ocorrido de fato. Agora tem um site na internet, o Boatos.org, especializado em desmentir boatos.

Aline - Eu não concordo especialmente com isso de que o jornal impresso vai acabar, eu acho que a tendência é a especialização. Começam a surgir nichos, além do que a gente já vem acompanhando, de mídias especializadas em determinados assuntos. Por exemplo, o jornal Brasil Econômico, ele não tem o perfil tão factual dos outros jornalões, como a gente fala. Ele

tem uma preocupação maior de fazer o que a revista faz, de pegar aquele conteúdo geral e fazer uma análise.

Marta - Experiência própria: eu assinava o Valor impresso, que te dava acesso ao online. O número de vezes que o jornal não chegava na minha casa, que a gente chegava e a gente já tinha ido embora. Então eu cancelei o impresso e fiquei só com o online. Eu vejo onde eu quiser. Essa questão técnica, de transporte, logística.

Luiz - Meu exemplo pessoal. É até errado eu falar isso, eu que sou jornalista. Eu sobrevivo sem o jornal impresso, mesmo tendo ele à disposição no trabalho e em casa. Às vezes, eu passo uma semana sem ler o jornal, só porque eu me informo pela internet. Principalmente com o Twitter, eu sou um viciado em Twitter. Ele é a coisa mais rápida, e eu acho que o mundo em que a gente vive hoje e a própria profissão que a gente, a nossa geração para baixo, que daqui a dez anos não vai ler jornal.

Eu não acho que o jornal vai acabar, eu acho que o papel dele vai ser de analisar, de fazer coisas mais... Hoje você já vê coisas cada vez menos um jornal de papel dando furo. Dificilmente, talvez uma notinha. Mas furo grande você não consegue guardar por muito tempo. Logo que uma investigação mais prolongada, mas aquele furo diário não mais, porque a informação circula muito rápido.

Essa é uma mudança do jornalismo em geral, de todo o jornalismo. O impresso, que é jornalismo mais tradicional, ele é o que vai mais sofrer com essa mudança.

Marta - Mas você acaba levando a informação que você tem do impresso para o online. Hoje grande parte do que a gente acessa são os jornais que eram impressos. É difícil a gente ter um jornal que é só online, que começou do zero... por enquanto.

Luiz - Mas é isso o que vocês falaram também: é preciso ter o máximo de cuidado com coisas online, por conta dessa rapidez, de notícias que não são verdade.

Aline - Mas qual é o perfil novo do jornal: é a participação maior dos leitores. O Globo e o G1 acho que são os principais. A Band, por exemplo, com o pessoal mandando informações do trânsito pelo Whatsapp, mas isso tem o problema, que é esbarrar na confiabilidade do jornal, porque muitas vezes por falta de estrutura, deixa de checar essas informações. E aí publica como verdade. Mas a participação do ouvinte é um caminho sem volta.

Luiz - Todo mundo é um potencial leitor, mas um potencial. Potencial. Não é como diz a Mídia Ninja, “acabou o poder do jornalista”. É isso, só que em parte. É isso, mas não

Aline - Também um mito achar que você vai ter uma imprensa independente em todos os sentidos. Sempre, em qualquer lugar, qualquer ambiente, uma voz vai querer se sobrepor à outra. Então uma verdade vai se sobrepor à outra. Então o dever quando você trabalha num veículo, numa empresa capitalista, ela vai direcionar aquilo que ela quer vender aos seus leitores. Mas o leitor hoje em dia no Brasil está muito mais crítico. Ele está com um olhar mais apurado. E justamente essa mudança levou o jornalismo a ter que se adaptar à competitividade das redes sociais e se comprometer a mostrar os diversos olhares, para não ter sua confiabilidade quebrada.

Luiz – Isso em qualquer veículo. Porque se você tem hoje uma reportagem na televisão muito tendenciosa, imediatamente você consegue dar uma resposta em uma rede que é tão poderosa quanto a televisão, que é a internet. Uma resposta muitas vezes replica até mais, internacionalmente, do que o alcance original da notícia. As empresas estão procurando ainda como lidar com isso.

Aline – Deu uma desestabilizada nas empresas. As empresas percebem que estão sendo vigiadas, não tem mais o poder da verdade.

Marta – Elas estão procurando saber como elas vão lidar em termos comerciais também, porque você tem a questão da publicidade, da assinatura. Essa esquisitice de que você só pode ler um determinado número de matérias. E como a empresa vai achar que a gente vai começar a assinar o conteúdo, sendo que todo mundo encontra o material em outros lugares.

Aline – Eu acho que a internet trouxe uma mudança qualitativa. Você não busca mais a internet para saber o factual, você quer o comentário, a opinião. Isso traz uma mudança qualitativa para a produção diária do jornal.

Marta – Mas pode ser que num futuro, mesma essa função do jornal impresso pode ser absorvida pela internet. Porque o jornal impresso ele está todo lá, na internet

Luiz – A questão do jornal, pelo ritmo de vida que a gente tem, eu pessoalmente, tenho cada vez menos tempo de ler. Eu acho que tendência dos jornais é ficar mais enxuto, acabar com alguns cadernos.

Aline – Eu acho que vai acabar quando meu neto nascer.

Luiz – Eu acho que o idealismo que tinha de antigamente se perdeu. Não existe. Ele não vai encher barriga de ninguém, as redações não pagam muito bem.

Aline – Ganha-se pouco, o trabalho é sacrificante. Eu acho que o fato de você, não sei se todas as redações, mas no jornal O Dia, a gente tem muitos repórteres velhos, velhos mesmo, de idade e de experiência. E o contato com eles e você descobrir que um chegou aos 65 anos e teve um derrame e não tem onde morar, não tem plano de saúde direito, isso te abala.

Marta – E muitos demitidos. Porque quando há demissões no jornal, vai primeiro quem tem salários mais altos. Então às vezes a pessoa está dentro de um jornal há 20 anos e é demitida assim, de uma hora para outras.

Aline – Mas eu vejo pelo Dia, que é um jornal popular, eu não vejo tanto de pessoas mais velhas tendo salários mais altos. Nem sempre é assim.

Luiz - Quando eu entrei, descobri por fontes diferentes que eu ganhava o mesmo salário do que pessoas com 20 anos de experiência em reportagem. E eu com um mês de experiência. Essa coisa te preocupa.

Aline – Isso te preocupava, porque quando você pesa o sonho e a realidade, você para e pensa ‘Estou com 29 anos, talvez um pouco mais para frente ainda valha, mas para vida inteira não’.

APÊNDICE VIII

CAZES, Leonardo. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, setembro de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

Na verdade minha opção pelo Jornalismo foi bem precoce, até. Uns 14 anos, eu já tinha um pouco claro que queria ser jornalista. Eu fiquei um pouco em dúvida com 16 anos se eu iria para área de História ou para Jornalismo, foi uma dúvida que perturbou bastante, mas no último ano antes do vestibular eu já estava certo que era Jornalismo. Isso tudo já foi bem fácil assim. O que eu gostava na verdade, era engraçado, a primeira coisa que me levou para o jornalismo é que eu sempre gostei muito de escrever. Esse foi o primeiro fator, e eu fui amadurecendo, pensando, uma coisa que eu percebi que eu gostava de fazer, que era absolutamente natural. Eu sempre gostei de ouvir histórias, de conversar com todo tipo de gente mais velha, gente que sabia mais do que eu. Eu sempre gostei de aprender nesse sentido. De ouvir as pessoas falarem, me explicarem coisas que aconteceram. E isso era uma coisa que eu percebi que era muito útil para o jornalismo.

E um terceiro fator, já se desenvolvendo mais depois que eu entrei na faculdade e me deixou mais seguro de certa forma, é que eu sempre fui muito observador. Porque era uma coisa que eu descobri no jornalismo e eu fui treinando, e com o tempo eu fui percebendo que era uma parada que acabo o tempo todo pensando. Afinal, eu fico pensando como poderia ser diferente, às vezes parece que eu tenho problema... Não é a área que eu cubro, a de transporte, mas me interessa porque eu não tenho carro, eu uso transporte público. Como eu fico muito tempo parado em engarrafamento, eu fico pensando que “isso poderia funcionar de outra maneira para que eu chegasse na metade do tempo”.

Então foi isso, a entrada no jornalismo foi meio que pela vontade de escrever, pelo interesse de ouvir histórias, gostar de estudar e depois descobrir que eu gostava de reconta-las. Isso é bem forte, esses dois fatores foram o que me levaram para o jornalismo. Eu entrei na faculdade em 2006.1, e realmente vale a pena pontuar que apesar de todos os problemas, eu acho que o curso de jornalismo foi muito bom para mim, na parte teórica geralmente desprezada pelos jornalistas profissionais que estão a 20, 30 anos dentro da redação. Não é algo valorizado. Eu acho que foi bom pra mim porque melhorou minha capacidade de pensamento, abriu minha cabeça. Conheci autores que eu não teria conhecido de outra

maneira. E percebi que isso fez muita diferença na minha trajetória profissional até agora, ter tido essa formação intelectual, digamos assim. Filosofia, pensadores, é algo que desenvolve seu próprio pensamento. O seu pensamento fica mais sofisticado. Sua leitura de mundo fica mais sofisticada. Para entrevistar alguém, você tem mais repertório tanto para a entrevista quanto para entender para que caminho ele está tomando, qual linha ele segue, como ele constrói o pensamento dele. Isso tudo é, para mim, sempre falo isso, foi muito importante, apesar de todos os problemas que eu vivia na faculdade na época. Isso que muita gente criticava, por ser um curso excessivamente teórico, eu coloco como algo positivo. Não entra para mim na parte negativa não.

A partir do 3º período eu comecei a estagiar. Primeiro estágio foi em um museu de ciências, na Tijuca, um espaço chamado Ciência Viva, que eu fazia matérias de jornalismo científico para o site, um pouco de assessoria de imprensa, era uma coisa muito tranquila. Uma bolsa de extensão da UFRJ, foi realmente o primeiro contato com o mundo profissional, foi onde eu vi que eu realmente gostava de fazer aquilo. Naquele momento, eu estava um pouco em crise. Sobre se eu levava gente realmente para o jornalismo, quando eu fui para lá, eu vi que não era de todo mal, e acabei descobrindo. E foi uma experiência interessante também, porque eu fui realizando outras experiências incríveis. Eu era monitor da Física, então eu exercitei minha capacidade de aprender coisas sobre as quais eu não fazia a menor ideia e ainda explicar coisas sobre as quais eu supostamente não dominava. Na verdade, a gente tinha oficinas com os físicos, eles explicavam. Isso foi uma experiência legal também. Aprendi a explicar uma coisa que não era da minha área, eu não entendia nada de física. Chegando lá, eu vi que era tudo muito simples, que no colégio eles poderiam ter me explicado daquela maneira, eu teria ido muito melhor nas provas. Eu fiquei lá o ano de 2007 inteiro, fevereiro a janeiro de 2008.

Nesse ano eu fui para a Globosat, trabalhar nos canais Premiere, primeiro na programação, que em termos objetivos, você monta a grade de programação. Não no sentido intelectual de pensar a grade, mas no sentido manual. Colocar lá o que vai entrar no sistema. Era um trabalho muito chato, era horrível, e eu fiquei 8 meses fazendo isso, querendo me jogar pela janela, e quando eu já estava quase desistindo, pendendo demissão, eles criaram um programa novo, e me chamaram para ser uma espécie de coringa do programa novo. Era uma coisa muito rudimentar, a gente não tinha dinheiro para fazer externa, era basicamente um programa de arquivo. Usando imagens de arquivos sobre futebol do próprio canal, e do

Sportv, da TV Globo, a gente tinha acesso. Ai foi uma experiência muito legal, porque eu conheci um cara que era muito importante pra mim, o Pascoal Ambrósio Filho, um cara com muita experiência, já tinha trabalhado na Manchete. Tinha sido diretor do Sportv, estava um tempo fora do mercado, voltou para fazer esse programa, mas era um cara que entendia muito de televisão. Foi onde eu realmente aprendi a editar um programa. Eu fazia toda a pesquisa do programa, e principalmente a pesquisa de imagem, e editava. Num primeiro momento eu fazia mais as imagens, depois eu comecei a editar o programa mesmo. Ele escrevia e eu montava o programa. Ai ele me deu a oportunidade, em 2008, imagina, eu estava no meio da faculdade, e eu pude fazer o roteiro de três programas. Foi algo muito generoso da parte dele. E foi um aprendizado muito grande, eu não entendia nada desse assunto.

Mas eu queria ir para o jornal impresso, era um desejo meu desde sempre, até porque o programa era legal, eu vi que era aquilo que eu queria fazer, mas tinha muitas limitações. Eu via que aquilo não iria crescer. Eu não tinha muito espaço. Eu queria trabalhar em um jornal impresso mesmo, isso era uma coisa muito engraçada. Eu sempre tive essa coisa com o jornal impresso, muito forte. Eu admito que antes de entrar no Globo, eu via muito pouco o potencial da internet. Ai aconteceu uma coisa, em fevereiro de 2009, quem me selecionou foi a Nívia Carvalho, que era a coordenadora de estágios na época, e a Nívia era uma pessoa muito ligada no digital, apesar de ser uma pessoa mais velha, que já tinha 30 anos de redação. (Ela deve ter por volta de uns 50 anos). Ela era muito conectada, e "encheu muito nosso saco" com isso. Ela me obrigou a criar meu perfil no Twitter por causa dela. "Todos vocês vão ter que criar um perfil". Eu nem sabia direito, para mim o Twitter era uma coisa meio idiota, para as pessoas ficarem falando sobre o dia a dia delas. A ferramenta já existia a uns dois anos, acho que no Brasil mais ou menos era utilizado a uns dois anos, mas eu não tinha uma conta e ela me obrigou a criar. E ai a partir dali se abriu um mundo.

A experiência que acabou durando pouco tempo, uns dois meses depois ela foi deslocada de área e o Luiz Paulo Horta assumiu o programa de estágio. E era um cara bem mais velho, e ai realmente tinha uma outra visão. Enfim, não estava conectado, não estava ligado nisso. Nesse período foi muito impactante porque ela via alia um potencial muito grande de coisas a fazer, e ela coordenava o treinamento do jornal, ela tinha essa preocupação da informação multimídia. Essa técnica de pensar o multimídia, pensar o seu trabalho multiplataforma. Imagina, o Globo ainda estava engatinhando nisso.

Em 2009, já meu último ano de faculdade. Eu tive treinamento para fazer vídeos com aquele celular Nokia N95 (muito antigo). Muito tosco, mas já era um começo de despertar o desejo de ver alguma possibilidade. E essa semente que ela plantou no grupo foi muito bom. E o meu grupo era muito interessado, e a gente tinha uma troca muito grande. A gente trocava muitos e-mails. A Nívia continuava mandando muito e-mail, "olha que coisa legal eu achei na internet no jornal tal".. Tinha isso. E acabou que nesse ano de 2009, você vai passando por várias editorias, tanto do Extra, quanto do Globo, quanto do Expresso. Na época, as redações não eram integradas. Eu passei um mês na [editoria] Rio do Online, que era em outro prédio. Outra redação, e foi engraçado porque eu me dei super bem com o pessoal do Online. Era bem mais divertido, muito mais descontraído que o pessoal do papel. Eu me dei muito melhor, inclusive com as pessoas, do que eu me dei na época quando eu passei na Rio do papel.

Durante esse período que eu fiquei no estágio, não tive uma grande experiência com digital, até o final. Enquanto eu estava passando pelas editorias, não teve uma coisa específica de "vamos pensar no online". Era muito mais uma troca nossa, a gente tinha o interesse de trocar. A gente, digo, minha turma de estágio, que era uma turma muito madura, muito autônoma, e muito gente que já estava ligada nisso começava a trocar textos, artigos, reportagens. O Globo já falava na época muito disso, tinha começando esse discurso. Eu entrei pouquíssimo depois daquele realinhamento de marca, de "Online, On Time, Full Time". Eu entrei no jornal pouco tempo depois disso, eu estava fazendo a seleção de estágio bem na época que isso aconteceu. A seleção de estágio incluía o planejamento de uma reportagem multiplataforma, multimídia. A Nívia já queria ver se a gente tinha essa visão, multimídia, e tal. E foi uma coisa que foi até aprofundada depois. Enfim, em 2009 isso estava engatinhando ainda. Já tinha muitos problemas.

E aí, quando chegou no final do programa de estágio, a gente tinha que fazer um trabalho final de estágio. Todo ano era um caderno, no ano anterior havia sido um caderno e um ambiente especial no site. Na nossa vez, cortaram a verba, não iria ter caderno e a gente ficou muito decepcionado. Ficamos abaladíssimos, não ter o papel, nos sentimos muito desprestigiados. Primeira turma a não ter um caderno. Em compensação isso abriu a possibilidade de pensarmos um trabalho exclusivamente online. A gente inclusive pediu a Nívia para dar uma palestra sobre cases online, do que os jornais estavam fazendo. E quando pensamos em fazer o nosso, já que iria ser online, decidimos fazer 100% multimídia.

A gente era maluco, hoje eu olho e eu vejo que a gente era maluco, o jornal não estava preparado para o que a gente fez. Até porque assim, a gente era tão autônomo, inclusive tinha uma galera que já sabia editar vídeo. O projeto seria sobre a madrugada do Rio de Janeiro, diferentes aspectos da madrugada. O nome do projeto era "Só na madrugada". Eu fiquei junto a um amigo meu partimos da hipótese que era de que as pessoas têm a percepção de que a madrugada é o período mais violento do dia. E se a gente analisasse todos os períodos de ocorrência de um ano, e dividir por horário, e ver qual era o mais perigoso. A gente conseguiu os dados, era 2009, a gente conseguiu os dados do ISP de 2007. Não com o ISP diretamente, porque ele não abre esses dados, mas com uma outra fonte. Analisamos os microdados, um trabalho insano com Excel, porque eram quatro planilhas, uma quantidade de dados gigantesca. A gente classificou dez tipos de crime, "roubo", "homicídio", "lesão corporal", entre outros, classificamos por horário, por região, e a gente montou um mapa interativo, que mostrava que a madrugada não era o período mais perigoso, principalmente de homicídio e de roubo. Nenhum tipo de crime, o período entre 00h e 06h da manhã era o de maior incidência.

Fazendo a ressalva claro, que se o sujeito é roubado de madrugada, ele registra de manhã, e o policial tem que registrar o horário em que supostamente o roubo aconteceu. Foi uma "puta" descoberta, foi um negócio espetacular, mas ninguém entendeu. O projeto inclusive não está mais no ar. Na integração, ele se perdeu. E não foi só isso, a gente fez sobre a violência, teve uma reportagem em vídeo sobre a culinária da madrugada, a galera de um "podrão" lá de Marechal Hermes. Vídeos bons, que a gente mesmo filmou, editou, tinha uma galera da PUC que tinha muita experiência em fazer isso. Tinha um vídeo hilário sobre a sala de espera de um motel, coisas inacreditáveis, de vanguarda.

Só que esse negócio entrou no ar, pouquíssima gente viu no jornal. Também colaborou para o fato de que no dia anterior ao projeto entrar no ar, foi comunicado quem ficaria como trainee no ano seguinte. Ai eu não fiquei como trainee, eram nove estagiários. Ficaram só seis. E também foi uma coisa que eu deixei um pouco de lado. Mas foi uma coisa muito legal, mas o que era sintomático foi que a gente assumiu tudo, a gente só usava a estrutura do jornal. A gente era praticamente uma produção autônoma. Era muito louco o que a gente fez. Era realmente muito legal, mas ao mesmo tempo meio irresponsável. A gente era meio destemido. Até hoje o jornal nunca fez nada parecido. É assustador isso. Como é que a gente já estava... Era assim, lutando contra tudo e contra todos. Problemas com câmera, ilhas de edição que não tinham horário, a gente editou o programa todo na madrugada, a gente pegava as ilhas de

edição à meia noite até as 6h manhã editando. Tudo errado. Virei umas duas noites lá editando. A gente aprendeu a editar, fizemos curso de edição durante o estágio. Uma galera editava melhor, eu fazia uma edição mais tosca só dos principais, depois vinha a menina que editava melhor, e só finalizava. Mas foi muito legal, nesse sentido. Foi engraçado, porque eu não fui contratado pelo jornal, ai eu fiquei uns três meses fora na agência de comunicação que faz o portal da Secretaria Estadual de Cultura.

E voltei como temporário em março de 2010, por uma vaga na Megazine, que era um lugar que eu tinha gostado muito durante o período de estágio. E em 2010, a Megazine estava completando 10 anos. E o jornal estava fazendo esse esforço de pensar o digital. E eu tive uma ideia que eu achei muito boa. Na reunião de pauta, eu sugeri que fizéssemos um quarto de um adolescente e os objetos eram as coisas que mudaram nos últimos dez anos, um iPod, um laptop. Ao mesmo tempo, coisas mais antigas, coisas que não existem mais, fazer um ambiente onde a pessoa iria clicando e navegando no quarto. A chefe adorou a ideia, mas quando fomos conversar com a equipe de arte do jornal, que era meio separada — acho que até hoje é meio separada — e foi uma coisa "Não. Não dá para fazer. Isso é impossível". Isso foi a coisa que eu mais ouvi em cinco anos de Globo: "Não dá para fazer". Esse especial a gente criou com duas meninas designers, uma designer de infografia e uma designer de diagramação. Elas criaram o ambiente sozinhas, assim a gente fez tudo. Dá pra fazer, mas dá trabalho. Acho que até melhorou muito, porque o desejo era fazer uma coisa muito avançada, mas a estrutura não permitia. Na verdade, isso é uma tensão até hoje, porque na verdade se você para fazer uma parada muito bacana no online, você precisa de programador, designer, demanda tempo e gente, que são duas coisas em falta desde sempre em um jornal.

Foi sintomático. Eu cheguei do estágio, minha cabeça era totalmente multimídia. Eu já pensava assim. E ai começa a dar murro em ponta de faca, pois não basta ter ideias boas, estrutura de produção era muito complicado. Até a reestruturação que ocorre em 2012, eu estava na Megazine, reestruturação que pegou a parte de vídeo do jornal, ai realmente ficou mais fácil. O que você tinha antigamente, você tinha os fotógrafos e a equipe de vídeo, eram duas coisas separadas. A partir de um determinado momento o jornal decide que os fotógrafos — até porque as câmeras também começaram a ter função de filmar —, começaram a receber treinamento para fazer vídeos também. Isso foi uma mudança muito radical na produção do jornal. O que aconteceu, o departamento de vídeo tinha duas ou três câmeras. Era cultura de filmar com o celular, N95 da época, que ficava tosco, o nível era muito baixo.

Tirando o fato de que grandes momentos do jornal, como quando a Vera Araújo conseguiu a confissão do assassino do Arthur Sendas dentro da delegacia, ela consegue com o celular. O cara viu, não foi escondido. Estava a maior confusão dentro da delegacia, ela sentou perto dele, perguntou o que aconteceu, e o cara começou a falar. Em dez minutos, ele confessou tudo. Ai eu acho que o vídeo do celular se aplica, mas específico, aí é a oportunidade. É o flagrante, é para isso. Não para ser a produção standart.

Mas voltando, como a equipe de vídeo era pequena, tudo é complicado. Para fazer matéria em vídeo tinha que agendar, para editar, tinha mais um tanto. O que você percebe muito claramente dentro do jornal é que havia um descompasso triplo entre as demandas que vinham da direção, o desejo da equipe de reportagem de fazer e a estrutura do jornal permitia. Melhorou muito nesse aspecto, mas ainda é complicado. Mas a partir do momento em que os fotógrafos receberam treinamento para fazer vídeo, ficou mais fácil. A quantidade de gente fazendo vídeo era muito maior. E recentemente com a criação em 2014 de um núcleo de vídeo mais forte, com mais gente contratada, editores de imagem, produtores, com essa ideia, isso melhorou mais ainda. A capacidade de produção de imagens do jornal melhorou muito. Mas isso é uma coisa que eu percebi desde que eu voltei.

Além disso, a Megazine foi uma das primeiras redações integradas porque na verdade, a Megazine, quando fez dez anos, ganhou seu site. Não tinha site. Em 2010, houve a integração das redações do Globo. Integração física, digo. A Megazine, como ela já tinha uma parte de educação, embora ela vinha perdendo espaço dentro da revista, ela tinha um espaço no site. A gente então ganhou um repórter, que era o que fazia Educação no online, e ficou sob o guarda-chuva da Megazine. O que eu vivi na Megazine entre março de 2010 e setembro de 2012, quando eu fui pra Prosa, eu trabalhei realmente numa editoria integrada. Todo mundo sabia mexer na plataforma online, subir matéria, editar capa. Inclusive, eu com um ano de formado, editava a capa, subia manchete.

Isso é uma coisa do online: tudo que existia de tensão em relação ao jornalista do papel, colocar um jornalista experiente para fechar, no online é tudo ao contrário. Vai quem tiver disponível, quem tem braço, é outra lógica completamente diferente. Isso foi bom porque eu aprendi porque me deu essa vivência multiplataforma de trabalhar com o online, trabalhar com o papel, entender as diferenças que cada meio demanda, mas ao mesmo tempo desenvolver uma visão muito crítica em relação a essa integração. Ao mesmo tempo essa

visão permitia entender esse descompasso entre a demanda que vinha da diretoria do jornal — "Você tem que pensar online, mexer no online, pensar multiplataforma" — e os desejos que surgiam e a estrutura. Mas o que acontecia é que era tão difícil de fazer as coisas que você parava de sugerir. É tão complicado, tinha que marcar, e tinha tanta coisa para fazer... a dificuldade de infraestrutura desestimulava. A partir da primeira mudança em 2012 e agora a nova mudança, melhorou bastante. As coisas estão mais fáceis, estão acontecendo com mais facilidade.

Até porque eu acho que a ideia de "investir" no online sai um pouco do plano do discurso e "temos que investir realmente". Ações para serem efetivadas. É importante pontuar que eu já estava no Globo quando houve a integração das redações, e ela não foi simples, até hoje não é algo bem resolvido em algumas editorias, vai de editoria para editoria, cada uma tem uma realidade completamente diferente. Havia muita resistência dos repórteres de papel, e ainda há, em mexer no site. Com momentos de conflito, inclusive, entre papel e site. Não se veem como complementares, quase que se veem um contra o outro. No sentido de "fulano não mandou o flash", "eu mandei, mas vocês não subiram". Essa comunicação não é muito... Mas claro, já melhorou muito. Processo ao longo dos anos vem melhorando, até porque teve uma troca de gente muito grande no jornal nos últimos tempos. As pessoas mais jovens não carregam aquela tradição das formas de trabalhar anterior. Mas não é só a resistência do papel.

Rotinas produtivas: A rotina de produção do papel, o cara arrumava uma pauta. Uma coletiva de imprensa, ia para a coletiva. Pegava o carro, chegava no jornal, passava o retorno para o chefe de reportagem, pegava um café, conversava com um e com outro e, com calma, começava a bater a matéria para o jornal de amanhã. No online, o cara quer que você mande um flash pelo telefone do lugar. Só que o que acontece, essa integração ficou muito... os repórteres do papel, acostumados àquela maneira de produção, viam como excesso de trabalho — e era mesmo —, trabalho extra, tudo aquilo. Ao mesmo tempo, havia a resistência do pessoal do online também, essa resistência havia. Porque antigamente você trabalhava ali no seu mundinho, todo mundo era online, todo mundo era amigo, havia um clima descontraído. Realmente, até um clima mais vibrante que o da redação de papel. Um clima de confraternização maior das pessoas. Falava mais "sacanagem", brincava mais tinha um clima mais leve, o que tornava o trabalho cansativo mais dinâmico. Essas pessoas se viam no seu

mundinho — não em um sentido pejorativo — e de repente essas pessoas se viram em outro universo.

A própria discussão a respeito de chefia, a quem responde o online, supostamente ao editor, mas você tinha o editor do online que vem como subeditor da editoria. Problema de hierarquia. Quem cobra o meu retorno, o editor do online ou o chefe de reportagem. Começa a dar esses conflitos, e são coisas que você vai juntando. Duas estruturas organizacionais, hierarquias, etc., e dois modos de trabalhar completamente diferentes. O que é conflituoso, incompreensões de ambos os lados. Claro que teve gente do papel que aderiu ao online, porque viu que não tinha muita perspectiva no papel, mas viu que no online poderia ter uma ascensão maior. Para assumir responsabilidades maiores. E gente do papel que achou mais legal trabalhar no online, mais divertido.

A integração, portanto, não foi um processo simples. Com muitas tensões, conflitos. Eu lembro que eu vi situações típicas da Megazine. Às vezes a editora da capa de Educação do online vinha cobrar do repórter de Educação do site e não à editora de Educação. Ela tinha que falar com a editora, era uma questão de hierarquia.

Mas porque, o editor do papel sempre chegou mais tarde, os diagramadores chegavam mais tarde. O horário do papel era mais tarde. Eles não têm porque chegar mais cedo, não podem riscar página, não podem fechar caderno, não pode fazer nada. Ainda tinha esse outro fator para tornar mais difícil as coisas. A questão do horário, que era muito objetiva. O online tinha uma carga pesada, de 7h ao meio dia, e meio dia era o horário que começava a chegar o povo do papel. E além disso tudo, você ainda tem um conflito de tradição de rotinas de trabalho. Eu chego no trabalho 13h, e fico até às 22h. O pessoal do online chega às 7h, e quando vai embora 14h ou 15h, o cara que chegou mais tarde acha que eles estão de folga. O pessoal do online ouve isso até hoje. Meus amigos que trabalham no online e comentam chateados que rola esse tipo de comentário, e realmente não tem nada a ver, porque o cara chegou 7h, trabalhou feito um corno, fez o trabalho de quatro pessoas. O trabalho do online é de escala: entra o cara às 15h para render o que entrou às 7h, em geral, é um trabalho bem fechadinho, de escala mesmo. Claro que acontece de estourar o horário mas existe uma escala.

Muitas vezes é um trabalho de muito grande intensidade, não necessariamente no número de horas que você dedica. Você sobre 15, 20 matérias num dia, você tem que ler,

edita. Você está sempre atrás das coisas. Tem sempre que cortar uma foto, acertar um título, corrigir uma matéria, sempre atrás. A intensidade é surreal, assustadora, extremamente desgastante. Especialmente em grandes coberturas, eu fiz Enem em alguns anos, IDEB, era desesperador. Você terminava o dia, parecia que tinha passado um trator em cima de você. Você fica numa pilha, chega numa hora que você já não pensa mais.

Realmente, o online tem essa rotina de produção, que não se traduz exatamente em horas trabalhadas, mas a intensidade dessas horas não tem nem comparação. Você pode ter certeza que se você almoçar com alguém do online, o cara tem hora para voltar. Ele não pode ficar. Em geral, nem a hora de almoço inteira ele consegue, porque não pode ficar sem ninguém. No jornal de papel é mais tranquilo. Isso é muito marcado, tem uma tensão aí. Não é à toa, por conta dessa intensidade, dessa exigência, o perfil de quem trabalha no online é de pessoas jovens, maioria não tem muito tempo de formado. Eu diria que no online do Globo, tranquilamente, sem medo de errar, 80% tem menos de 30 anos. Eles são colocados hoje em dia para trabalhar no online.

Agora, com a redação integrada, isso muda um pouco. O que acontece, agora, em 2014, houve realmente uma grande reorganização dos horários, em núcleos. Os editores estão chegando 7h da manhã, o editor mesmo. E quem fecha o papel hoje é o adjunto. O editor não fecha mais, ele acompanha a produção do dia, mas ele não fecha mais. Isso está trazendo uma valorização do online, porque sempre foi desvalorizado internamente. É claro, uma empresa que faz papel há 80 anos, o online começou a dez. Por isso ele é tido como mais importante. Afinal, quem paga as contas é o papel. Havia inclusive uma diferença salarial brutal entre quem trabalhava no online e quem trabalhava no papel. Isso foi corrigido em 2011, quando teve o reenquadramento da redação, foi posterior à integração das redações. Obviamente, aquela situação não dava para permanecer assim, e houve o reenquadramento salarial.

Por isso, eram mais jovens, porque as vagas pagavam menos. O que também acaba atraindo um perfil mais jovem, mas a possibilidade de crescimento é bem limitada. No online, a gente sabe que o Online sofre um fenômeno muito perverso, para o jovem repórter do Online. No online, o repórter não vai para a rua, praticamente. Mesmo com a redação integrada, quem tem a obrigação de acompanhar o online direto, apura pelo telefone. Raramente vai para a rua. É importante ir para a rua, e eu vou explicar por quê. O que o jornal valoriza para o seu crescimento? Furo. E como você vai conseguir furo? Com fonte. Como

you faz para conseguir fonte? Na rua. Pelo telefone, é muito mais difícil. O que acontece, o repórter do online já entra em uma vaga com salário mais baixo, e muitas vezes ele está fadado a não crescer. Porque ele não vai conseguir produzir grandes matérias. Ele não vai assinar a manchete de domingo, e ainda é isso que faz a diferença. Ele vai ser o carregador de piano, o pedreiro, o operário. Vai fazer a coisa funcionar, mas ele não vai brilhar. Se você não brilhar, você não chama a atenção, não ganha aumento, não sobe na carreira. Inclusive para fora, para ser chamado a trabalhar em outros veículos. Isso é um aspecto muito perverso do online.

Isso depende também de editoria. Na nova editoria de "Sociedade", que fundiu-se da Megazine com a antiga editoria de "Tecnologia", e a Megazine já tinha uma redação muito bem integrada. Isso foi muito positivo, porque eu vejo que eles não têm essa divisão online e papel. Você tem gente que entra às 7h da manhã, para fazer o online, mas ele também faz matéria para o papel, matéria para domingo. Inclusive a ideia é exatamente essa: vai construindo o conteúdo ao longo do dia no online, e trata-se de dar uma edição diferente nele na versão do papel. As fontes, as entrevistas, está tudo no online, e é só reorganizar a edição do conteúdo dele no papel. Até para ser uma coisa exclusiva.

Mas é muito variável. Essa galera sai para a rua. A editoria de "Sociedade" tem um equilíbrio muito maior na redação, e isso rende melhor. Eu vejo funcionar melhor. Mas nas editorias de cabeça, "Rio", "Economia", "País", é difícil. Porque a demanda do online é muito grande, você tem que estar subindo muita coisa e tem que ter alguém para subir isso. O cara do online não tem tempo mesmo de sair. E ele tem um horário a cumprir, e se ele sair pra rua, alguém tem que ficar no lugar dele. "O cobertor é curto". Tem um cara para cobrir aquele horário. Se ele não estiver ali, não tem ninguém. É algo que inclusive desestimula muito as pessoas. Tem colegas que se sentem desestimulados por isso. Ele trabalha no online, mas se ele tiver que apurar matéria para o impresso, tem que apurar fora do horário. Pega celular da empresa e leva para casa. Porque não tem como, já que você precisa fazer matérias para crescer, para aparecer, fazer seu nome circular. E você crescer profissionalmente também.

Nas editorias grandes, "Rio", "Economia", "Nacional" ainda têm o repórter do online e do impresso. "Internacional" é um caso mais integrado, é melhor. Isso parte muito também de como o editor lida com a situação. Editorias que têm muito volume de coisas para subir no online acaba tendo gente só do online. Inter é o mundo inteiro. É despacho de agência toda

hora, é bomba que explodiu no Camboja, metrô que explodiu no Chile. Não tem muito como. Uma preocupação em distribuir mais as tarefas do online e do impresso entre os jornalistas. Ou vai tentando apurar junto. As pessoas tentam fazer porque reconhecem que é importante. Mas sim, é difícil, é um processo complicado. Principalmente porque é uma galera jovem, o cara fica muito marcado. O cara trabalha para "cacete", o trabalho não tem a visibilidade que o papel dá.

É engraçado, porque eu trabalhei muito tempo na Educação até setembro de 2012, quando a revista Megazine acabou. Eu fazia isso, muita matéria que entrava só no site. Quando eu fui para o Prosa, em 2012, foi impressionante como o meu nome passou a circular mais, matéria de mais visibilidade, mais comentários. Realmente, [o impresso] ainda marca muito assim.

Na verdade, você tinha algo que era inevitável, mas eu começo a ver mudanças nas editorias em relação a isso. Você tinha a galera que carregava o piano no online e aquele repórter que ficava solto para brilhar. Alguém que segurasse o "rame-rame" e o cara que poderia correr atrás de uma matéria exclusiva, um furo. O cara que fazia era ótimo, excelente, ele fez por merecer, ele era mais experiente. Mas era frustrante ver que você estava carregando um piano ali para fazer uma matéria maneira. Quando eu fui para o Prosa&Verso era o contrário. Já pude fazer uma matéria maneira, não tenho que carregar o piano. Me senti mais motivado. A equipe é muito boa, cresci muito em termos de texto. São matérias maiores, mais profundas, exigem mais, aprendo muito. Amadureci muito como repórter, embora seja um trabalho diferente, não é hard news como eu já fiz no plantão. Embora hoje no plantão eu não fico mais na reportagem, eu fico no fechamento da "Rio". Já peguei trolhas, assim, pesadas, mas é bom porque você ganha jogo de cintura.

Mas tem uma coisa que eu acho importante pontuar é que na questão do online e do papel, é que eu tenho uma visão muito crítica em relação à integração, porque eu acho que as plataformas têm ritmos, tempos de produção diferentes. Tempo de produção online não é o mesmo do papel, o trabalho para ficar bom, tanto do online quanto do papel, o tempo tem que ser diferente. E para mim, estar subindo uma matéria para o online e ter que parar para apurar no papel, é radicalmente difícil mudar sua cabeça, seu modo de pensar, para se adequar a outro ritmo. E essa tensão é braba. Por isso que acaba rolando essas divisões entre o cara que só faz o online e que só faz papel. É difícil conciliar os dois ritmos de trabalho. Os modos de

pensamento. O texto no online tem que começar de uma maneira diferente de quando começa no papel.

No online é direto, "pá-pum". No impresso, tem que ser mais envolvente, interessante. As demandas do online são muito diferentes das demandas do papel. O que torna difícil combinar os dois ritmos de produção. Pela minha experiência pessoal, eu não consigo ver direito. Eu demoro de uma a duas horas para trabalhar no ritmo mais calmo, desacelerar, acalmar o coração e fechar um texto. Porque demanda uma atenção, é outro ritmo de trabalho, uma outra lógica. O online tem essa coisa "salvou, muda. Salvou, muda. Mexe na frase, salva". É essa coisa mais dinâmica.

O papel tem a coisa mais estática, da duração. Você tem que escrever a coisa com mais calma, mais atenção. Não dá para mudar, se fechar com erro, "fudeu". E isso para mim é uma coisa bem crítica, conciliar esses dois tempos de produção. Para mim, isso é um desafio em aberto, não sei se isso é possível. Eu acho que no fim das contas, você acaba tendo que priorizar um deles. Acho que a proposta de você construir o conteúdo ao longo do dia, e o jornal aproveita aquilo com alguma coisa extra. Pensar a lógica não do fechamento, mas da produção. Eu acho que isso faz mais sentido. Ai você vai ter uma galera que vai fechar, que vai pegar o que já está apurado, e essa galera vai organizar. Um trabalho de edição mais do que propriamente reportagem para o papel.

Acho que isso ainda é problemática a integração. É o que eu falo, o Globo nunca vai conseguir competir com o G1, é impossível. Porque a cultura deles, do trabalho, do meio organizacional, as ferramentas que eles usam é tudo voltado para o online. Eles vivem no online, a gente não. A gente vive com um pé no online e outro no papel. Isso para mim é extremamente complicado, porque eu pessoalmente acho que o Globo deveria, no online, investir em conteúdo exclusivo. O G1 vai fazer o dia a dia, claro que vamos fazer o dia a dia, mas sempre com um olhar diferente. O seu foco não tem que ser dar conta do mundo, mas investir em menos coisas, uma coisa "prime", inclusive para justificar a cobrança. Você tem que oferecer uma coisa que ele não vai ter em outros lugares. Para mim, o online deveria funcionar assim. Não vai conseguir competir, são duas culturas diferentes coabitando o mesmo espaço. E elas são incompatíveis em alguns momentos, elas entram em choque.

Eu seguiria essa opção: você faria um online melhor, um papel melhor, e você convenceria as pessoas a pagarem por coisas que elas não veriam em outro lugar. Então o que você tem que ter: seus textos têm que ser melhor do que o dos outros portais, você tem que ter conteúdo exclusivo. É como eu vejo a coisa. Inclusive, algumas editorias colocaram redatores mais experientes do papel e colocaram no online para melhorar os textos do online. Porque para mim, o online tinha que ter um redator experiente só pegando os textos que vão ao ar e melhorando aquilo ali. Porque cobram do cara que tem que mandar um flash em cinco minutos um texto melhor, é incompatível. Ou ele faz em cinco minutos ou ele faz um texto bom. É impossível, é uma questão humana. Se eu tiver um dia para escrever uma matéria, eu vou escrever melhor do que se eu fizer em 20 minutos. Eu sou capaz de escrever em 20 minutos e sou capaz de escrever um dia, mas aí vai naquelas fórmulas batidas, no piloto automático, "lide, sublide, parágrafo, aspa, parágrafo, aspa". Isso é produção industrial de matéria.

E eu acho mais interessante em matéria de internet é quem aposta nisso, quem tenta correr por fora. Ou em assuntos que não recebem atenção, ou que recebem atenção mas por outra via. E aí com mais tempo, investe em infografia, ilustração, e faz outro produto. O furo de reportagem no papel: Uma coisa é a valorização interna, a outra é o que eu acho. A empresa valoriza o impresso, o cara que assina a manchete de domingo tem um peso diferente do cara que carrega piano no site. Eu acho que agora até tem mudado isso, tem melhorado. Há um ano eles tentam melhorar mais, tentam dar furo no site. Eu acho que o lugar do furo, eu penso, que um furo que se sustente no papel é um risco muito alto para você ser furado. Eu acho que cada vez mais, essa é minha visão, eu acho que a informação exclusiva ganha cada vez mais repercussão no online do que no papel. O papel é muito mais o olhar diferente, a abordagem diferente, uma profundidade diferente, trazer novos olhares, ou até novos dados, mas não o furo.

Eu acho que informações exclusivas são algo que se esgota no online. O impresso tem que provocar mais a reflexão. O espaço é um espaço privilegiado, limitado, não tem que ficar repetindo o que todo mundo já sabe, tem que trazer uma coisa nova, instigar o leitor. Minha visão é essa, o lugar do furo com certeza é na internet. Um exemplo é o do Estadão que deu a delação premiada do Paulo Roberto da Costa no online. E depois todo mundo foi atrás. A Veja já deveria ter uma capa pronta, e teve que adiantar que trazia mais nomes, teve que criar

um fato na internet para divulgar o papel e não ficar totalmente atrás. Uma informação quente não tem mais que ficar no papel, dá logo no online.

Embora seja algo internamente valorizado, assinar a manchete de domingo, o que acontece, o caminho do repórter dentro de um jornal muitas vezes quando ele começa a fazer boas matérias, e a ganhar prestígio. Quanto mais prestígio ele gozar da chefia, mais espaço ele tem para fazer grandes matérias. É um círculo virtuoso para poucas pessoas. Se ele pedir mais tempo para apurar uma matéria, ele tem. Se ele quiser viajar para algum lugar, ele consegue. Então assim, quem já chegou neste estágio, tem mais facilidade de mostrar mais do quem ainda não está e quer chegar lá. Quem não chegou lá tem que se ferrar ainda mais porque, as condições para ele fazer o que o consagrado já faz são muito menores. Por isso, o do furo, é mais nesse sentido, porque o cara para fazer um furo que se destaque, ele tem menos condições. Um veterano tem que ter todo o tempo do mundo para fazer as matérias que ele faz, eu não questiono isso, mas eu acho complicado quando só o Chico Otávio tem essa possibilidade, enquanto o cara que está lá três, quatro anos, que faz um bom trabalho, que quer mostrar que tem a oportunidade de fazer, e de crescer, etc.

Participação do leitor: Eu acho que isso já teve mais destaque. O Globo já teve o Eu Repórter, que é uma coisa bem legal de chamar o leitor para ajudar a construir o jornal. Eu sou totalmente favorável a isso, eu acompanho iniciativas de "crowdsourcing journalism". Eu sou entusiasta disso, no meu caderno isso é menos comum. Você recebe mais retorno de reclamação, alguma coisa assim. Mas eu acho que o jornal já valorizou mais isso, e o Eu Repórter, que era a principal ferramenta de interatividade, o próprio sistema de comentários, quando ocorre a mudança de plataforma em 2012, eles acabam com os comentários. Ficou um ano sem ter os comentários, tanto que agora eles voltaram a contratar gente para ficar moderando os comentários.

A Nívia, que foi minha primeira coordenadora de estágio, ela tinha essa preocupação com a interação com o leitor maior, se ligava mais nisso. Minha impressão é que o comando do jornal não vê as coisas dessa forma. Eu acho que a coisa mais importante na internet é o engajamento do seu leitor, através de compartilhamento, comentário, o cara sempre tem algo a te acrescentar. Eu sou super favorável a isso, mas eu não vejo a redação com essa visão. Realmente, acho que já foi mais. Engraçado. Acho que quando o online era separado e recebia menos atenção da direção, havia mais esforço nesse sentido. Inclusive havia pessoas que

mandavam denúncias para a gente por email. E era muito útil, chegavam histórias e a galera do online apurava e saía muita coisa. Existia essa interação muito maior. Amigos que trabalhavam nessa área conseguiram fazer matérias muito legais. Acho que é pouco valorizado.

Eu acho muito importante, engajamento é chave na internet. No comando da redação não vê as coisas dessa forma, até porque é uma cabeça ainda muito vinculada ao papel, muito "eu sou dono da informação, eu estou dando a informação para vocês". "Não é algo que a gente possa construir junto; eu construo e vendo para vocês". Na internet, acho que isso não faz muito sentido. É uma cultura do Globo mesmo, mas o Extra por exemplo tem outra cultura (tem o Whatsapp). O Extra é outra coisa.

Mesmo sendo veículos da mesma empresa, a cultura é outra, a rotina é outra. Acho que é um jornal que nunca teve a equipe do online. A coisa já nasceu com todo mundo junto. O Extra é um lugar muito mais descolado, mais fácil. E esse do Whatsapp tem trazido um resultado monstruoso. É case internacional o uso do Whatsapp pelo Extra. O Globo é muito mais impermeável a mudanças, uma hierarquia muito marcada, mudanças ali são complicadas. Quem chega querendo mudar muito vê rapidamente que o negócio é difícil, a cabeça das pessoas ainda é muito vinculada ao papel, ainda mais antiga. O Extra, até por ter uma equipe mais jovem no comando da redação, é mais dinâmico, tem uma visão mais... é um jornal mais novo. Consegue responder mais às demandas das coisas. Então é menos complicado.

Por exemplo, O Globo vai entrar nas mídias sociais é uma questão, o planejamento, a nossa marca. No Extra o subeditor vira "vamos criar um Twitter?". E vamos embora. Atua de uma maneira muito mais rápida, o que responde de uma maneira mais rápida as demandas da internet, a velocidade com que as coisas acontecem. Você acaba tendo uma estrutura muito mais rápida para responder a isso. Quando o Extra cria o "Verdade ou Boato", foi uma coisa sensacional, supersimples, uma ótima sacada. "Vamos fazer isso agora", conversa três pessoas, o editor e "vamos". É uma coisa construída ao longo de um processo, não é uma coisa resolvida em uma reunião de planejamento, consultar área de negócios, passar pela aprovação da direção, blá blá blá. O Globo tem uma hierarquia muito marcada, uma hierarquia que é muito forte. Está na raiz da cultura do trabalho do jornal. O Extra não tem nem aquário, o diretor de redação fica no meio da redação. Eu lembro que quando eu

estagiava no Extra, era outro clima. Eu chegava na redação de manhã, cumprimentava todos os repórteres, etc. Sabia o nome de todo mundo.

Eu sempre fui muito interessado no online, durante muito tempo acompanhei as experiências. Acho que agora o desafio do digital é a "narrativa". É construir narrativas para o digital. A Folha por exemplo fez um trabalho excelente sobre Belo Monte, usou drones. Agora é isso, seis meses de reportagem, 14 pessoas envolvidas, quatro viagens a Belo Monte. É um investimento massivo. Para fazer aquilo, fotos magníficas... O Globo ainda ousa pouco. A questão que se coloca agora no online é construir narrativas, que é aproveitar todo o potencial do online. E não estou falando que o texto vai perder espaço. O site da Agência Pública tem uma preocupação maior com infográfico, usa mais recursos, usa mais a internet, tem uma navegação mais atraente.

O foco já é o tablet. O consumo mobile em geral, mas principalmente tablet e celular, e se você tem um consumo agradável, especialmente no tablet, acho que faz muita diferença. A fronteira que se coloca é essa. O que eu acho muito complicado é que numa empresa como O Globo, antiga, tem muitas tradições enraizadas, é muito mais difícil fazer isso do que em algum lugar novo. Investir nesse tipo de coisa é muito mais difícil.

Primeiro porque há o fator incompreensão do comando sobre o que é um online. Isso existe. Fica um ano sem postar link no Facebook para entender o que aquilo representa. É mais difícil fazer as construções, ousar mais. Claro que houve mudanças no comando da redação, o Pedro Doria e o Chico Amaral, por exemplo. Eles são pessoas que têm o olhar mais voltado para isso. Têm uma preocupação maior com a narrativa visual, elementos visuais. O site novo tem uma coisa mais clean, ele valoriza as matérias mais longas. Principalmente se você ler no tablet, você percebe muita diferença. Agora o caminho é esse, é aproveitar a matéria do ponto de vista narrativo. Essa última mudança do Globo que mudou o site é uma grande tentativa de fincar os dois pés no online, o que nunca tinha ocorrido para valer.

APÊNDICE XIX

SETTI, Rennan. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, setembro de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

Estou com 26 anos. Eu comecei no Jornalismo pela mesma motivação que a maioria, eu sempre gostei de escrever, eu sempre li jornal desde pequeno. Em casa a gente sempre teve uma cultura de jornal. Eu gostava de Humanas, eu gostava de ler, e acabei indo muito por esse caminho. Foi isso o principal motivador.

Depois da faculdade, eu acabei vendo que o jornalismo era mais do que escrever ou ler, isso vem... é a última coisa que você vai fazer. E nem é o mais importante, na minha opinião. Eu gosto da outra parte, que é obter a informação, conseguir contar uma história embasando dados, etc. eu acho que essas duas coisas se uniram durante a faculdade, que é gostar de ler e de escrever e gostar de informação.

Eu comecei como estagiário em TV. Fiz produção na Band, na TV Brasil, fiz jornal sindical da UERJ e fiz TV universitária. Depois fui estagiário no Globo, fiquei como trainee e estou aqui até hoje. Há uns cinco anos, entrei em 2009.

A faculdade me ajudou em outras coisas. A faculdade que eu fiz não me ajudou tanto assim na parte prática. Me ajudou mais na parte filosófica, digamos assim. A analisar o papel do jornalista, analisar a história do setor, bem pouquinho. Não foi bem aprofundada nesse tema. A parte técnica eu aprendi trabalhando, não só aqui, mas em outros estágios.

Eu também apliquei outros conhecimentos. Eu gostava muito de Exatas e tinha muito contato com a parte de computação. Me ajudou a cobrir essa área de tecnologia, apesar de hoje eu cobrir economia, na parte de negócios. Então foi essencial para mim. Nunca fui muito ligado nessa parte de internet e computação, mas era um assunto que eu tinha algum interesse e me ajudou quando eu fui cobrir, eu me aprofundei mais, procurei saber mais sobre o assunto. Sempre fui um usuário razoável de tecnologia...

Eu acho muito importante, você vê lá fora muito em voga o jornalista-programador. Eu tentei aprender HTML, mas não fui muito longe não. Meu conhecimento é bem pequeno, não é muito aprofundado. Mas tenho muito interesse, acho muito importante. Aqui no Brasil

são muito poucas as experiências feitas, mas lá fora você vê casos extremos. O Los Angeles Times, se não me engano, criou um algoritmo que associa os dados sísmicos. Sempre que há um terremoto a partir de tal escala sísmica, ele cria uma notícia automaticamente. Ele é sempre o primeiro a gerar a notícia. Se não me engano, da última vez, em oito minutos a notícia já estava no site. Esses exemplos mostram como é importante estar na frente, algoritmo e programação viriam a somar no jornalismo.

Participação do público: a participação do público sempre foi muito pequena, através de retorno por e-mail. Nada que fuja ao tradicional, acho que um jornalão não tem uma relação tão direta, pelo menos os repórteres, com os leitores, são mais afastados. É mais com fontes, agora leitor, não. O jornal tem até interesse, tem um núcleo de mídias sociais, que é bem atento ao público. Sempre que há uma sugestão, uma reação, a qualquer matéria, eles encaminham a todas as áreas. O jornal tem sim uma preocupação com essa parte.

Para os repórteres, acho que na correria do dia a dia, fica difícil gerenciar isso. O canal do Globo no Twitter, no Facebook... Com exceção de colunistas e demais repórteres especiais, os jornalistas ordinários, como eu, têm as redes sociais totalmente privadas. Para a minha produção, não é tão relevante, tão significativo.

Internet: eu acho que o papel, a postura assumida pelo jornalista, deveria mudar. Eu acho que o profissional deveria oferecer um conteúdo de mais qualidade, do que tradicionalmente o jornalismo oferecia. A gente sabe que muitas vezes, não só no Brasil, mas no mundo inteiro, tem muita fragilidade na formação. Só que eu acho que ao mesmo tempo que ele precisa ser mais profundo, acontece ao mesmo tempo a precarização do trabalho jornalístico. A gente viu que a internet mudou as receitas, a precarização do negócio.

E as redações estão cada vez mais enxutas, cada vez menos gente, e isso dificulta justamente a qualidade, o aprofundamento. Se você está fazendo três matérias ao mesmo tempo, você não tem como oferecer... e o leitor fica extremamente frustrado. “Poxa, mas isso eu sei”. Isso é óbvio”. Mas é porque está cada vez mais difícil. Aqui um pouco menos, lá fora então.

Eu acho que o caminho hoje é o aprofundamento, mas não tem sido. Porque a gente concorre [com outros atores]. Não se se você sabe, mas a cobertura do Vale do Silício, uma das pessoas que mais dá furo é um garoto de 19 anos que dorme no dormitório de uma

universidade. Acabou virando jornalista porque furou Washington Post, The New York Times, etc. Ele virou jornalista por interesse próprio no assunto. Eu acho que isso está mudando muito, as instituições estão perdendo um pouco da força que tinham, a partir do momento em que qualquer um pode publicar.

Chega um momento em que situações como a desse garoto que a coisa começa a desequilibrar totalmente. Fica óbvio que um jornalista profissional não tem vantagem que um cara que se disponha a fuçar 100% do tempo um assunto. Eu acho que o respaldo que um jornalista tem da instituição no Brasil, que tem um público mais conservador, sim, mas no Vale do Silício não. O cara vê tudo o que acontece nas redes e acha que a informação é confiável, ele vai acabar acompanhando aquela pessoa. Tanto que assim, a gente viu que os veículos de mídia correndo atrás do que esse garoto cobria. Eu acho que é uma coisa espontânea, aqui no Brasil é muito conservador ainda, o público está ganhando força, a parte mobile. As redes sociais sempre foram fortes, mas nunca a produção de conteúdo. É mais fofoca, humor, etc. eu acho que lá fora está mais maduro em produção de conteúdo.

Mas vai acabar surgindo. Tem aqueles fenômenos tipo “Hugo Gloss” que surgiram em redes sociais e acabaram virando veículos de mídia. Minha namorada, por exemplo, lê Hugo Gloss, fofoca e maquiagem. Eu acho que isso surge espontaneamente quando você coloca muitas pessoas na mesma mídia e toda pessoa tem o mesmo peso. Eu no Twitter posso irradiar uma mensagem do mesmo jeito que o New York Times pode. Só depende da minha capacidade de formar uma rede. Isso vai surgir espontaneamente.

Eu acho que os jornalistas estão se preparando para isso. Os próprios veículos tradicionais estão atentos para isso. Não é à toa que todo jornal [grande] no Brasil, lá fora muito mais, tem um núcleo de mídias sociais. Tem um estímulo aos jornalistas estarem antenados nesses assuntos. Aqui no Globo, se não me engano, antigamente tinha aquela coisa de bloquear alguns sites. Hoje a gente tem acesso liberado a redes sociais. Viram que isso não faz sentido para jornalistas. Eu estou vendo os veículos tradicionais dando mais valor às redes sociais.

E eu acho que o jornalista está mais aberto à participação do público, porque ele tá começando a ver que é importante não apenas para “satisfazer o ego”, mas também para ampliar a rede dele do ponto de vista profissional. Do ponto de vista de estar fazendo um

nome no Twitter, no Facebook, e ter gente seguindo e quando você vê, você acaba virando meio que uma grife. E também para conseguir informações, tem muita gente passando informações por rede social. Então eu acho que os jornalistas estão atentos. Os repórteres de Brasília são ativos em redes sociais, se procurar os setoristas lá você vai ver. No Rio, nem tanto, porque o mercado é menor, mas está todo mundo atento, à rede social pelo menos. A rede social é o ponto mais visível, mais exposto, que está todo mundo olhando.

Eu tenho interesse em aprender a programar, mas ao mesmo tempo, a gente tem que fazer tanta coisa. O jornalismo mudou tão rápido, que o que eu falo. Quando eu saí da faculdade, não tinha iPad. E eu saí da faculdade tem pouquíssimo tempo. Do tempo em que eu me formei e entrei no mercado até hoje, mudou completamente. Ninguém na minha época de faculdade tinha smartphone praticamente. Ninguém levava laptop para a sala. No ano seguinte, uma cara na Califórnia criou um aparelho e no outro ano, todos os veículos de mídia do mundo estavam criando produtos exclusivamente para aquele aparelho. O Globo tem um jornal para tablet, e você percebe quanto mudou em tão pouco tempo.

Eu fico imaginando que daqui a um ano podem criar uma coisa, tipo quando o Google lançou o Google Glass e as pessoas ficaram estipulando produtos de mídia para ele. Hoje ele está meio em baixa, mas eu fico pensando que daqui a pouco podem criar uma coisa e eu ter que mudar completamente por causa desse produto. Então é meio maluco. Você não pode começar se planejar “Ah, eu vou aprender a programar agora”. Apesar de eu achar que programação é uma coisa muito importante futuramente, mas tudo pode mudar.

Desde que eu comecei a trabalhar, a gente sempre foi bem a reboque do jornalismo americano. E aquela tendência de “buzzfeedização” de tudo. Tá tudo um pouco com cara de BuzzFeed. Uma coisa que era muito tradicional, como por exemplo, o título jornalístico, que era naquele formato da notícia no verbo presente, que era uma coisa transportada do papel para o site. E vinha umas coisas meio malucas do impresso, tipo “Apagão aéreo”, que no online não fazia muito sentido. A gente acabava transportando do papel para o site.

E o BuzzFeed com esse fenômeno de viralização, de pensar um título que instigue a curiosidade do leitor, ele entra e compartilha, porque ele sabe que todo mundo da rede dele vai clicar também. E isso está começando a mudar a forma como os jornais pensam a estrutura do texto. Uma coisa que eu não tinha visto até então, porque estava todo mundo

discutindo “jornalismo nas redes sociais”, “jornalismo mobile”, mas a estrutura do texto jornalístico, o conteúdo, continuava mais ou menos o mesmo. Tinha foto, vídeo, mas o texto era lide, sublide e contexto. Isso o fenômeno do BuzzFeed mudou muito, porque a grande aposta é listas, por exemplo. Antigamente ninguém pensava em fazer uma lista, não fazia parte do dia a dia. Hoje em dia, cada editoria tem uma cota de listas para fazer muito a reboque da viralização.

As listas são um dos primeiros formatos que nasceram da web e está realmente mudando o jornalismo tradicional. O liveblogging é uma coisa que está mudando a cobertura em tempo real, mas eu acho que aquilo não muda muito o formato. Agora, essa estrutura meio almanaque acho que é uma coisa espontânea na web que está se transportando para o meio tradicional. O Globo tem listas agora também no jornal impresso.

Eu acho que nesse momento, o BuzzFeed é muito focado em entretenimento, mas eles mesmo estão vendo que eles têm potencial em ir além disso. Agora eles estão investindo em cobertura política, estão contratando jornalistas tradicionais para cobrir isso. Eles começaram mais com entretenimento, mas não é um formato que se esvazia aí. Eu acho que é um formato que pode ser utilizado por qualquer tipo de cobertura. Estão transformando essa numa ferramenta e cobertura tradicional.

Aqui a gente tem listas sérias, tipo “os 10 maiores colapsos financeiros”. Uma coisa que a gente trataria em texto corrido, a gente coloca agora numa lista. Até porque cada tópico, gera um clique. Ajuda nessa questão da audiência. Isso demanda pesquisa, mas eu não acho que para a produção do jornalismo diário isso seja mais difícil. É uma mudança de mentalidade. Muitas vezes o jornalista é demandado pelo chefe a fazer uma lista, ou então uma coisa muito forte, o infográfico, que está cada vez mais forte no online e no papel. Muitas vezes o repórter tradicional não tender no valor disso, ele foi criado creditando valor à matéria. Ao texto corrido. Então eu acho que tem que mudar a mentalidade para o cara ver que aquilo é uma matéria, num formato diferente. Isso vai acontecer com esses novos formatos, isso se eles sobreviverem.

Eu acho que esses repórteres mais antigos se apresentam mais reticentes a esses novos formatos, mas também temos exemplos de repórteres bem antigos e que adotaram plenamente essa correria de passar flash, informação em tempo real. Tem uma barreira tecnológica, a cada

nova ferramenta, é um saco para se adaptar. Tem a dificuldade tradicional, mas nada que seja impossível de ser ultrapassada.

APÊNDICE XX

TONDO, Stephanie. *O Jornalista em Tempos de Internet: Considerações sobre identidade e práticas profissionais na comunicação em rede*. 2015. Rio de Janeiro, outubro de 2014. Entrevista concedida a Igor Waltz.

Eu fiz Jornalismo na UFRJ e meu primeiro estágio foi Agência de Notícias da UFRJ. Eu gostei, porque eu vi que eu gostava de escrever. E aí, eu nunca quis trabalhar com TV nem nada do tipo. Eu fui para a Folha Dirigida, mas eu fiquei só três semanas lá, porque eu achei muito chato. Depois eu fui para o Meia Hora, que foi ótimo. Eu fazia horóscopo, notícias com travestis, era bem interessante. Ainda como estagiária.

Eu fiquei seis meses no Meia Hora, e eu vi que a gente nunca se aprofundava nas matérias. Aí eu pedi para ir para o Dia. Aí eu fui para economia, não porque eu quis, mas porque me mandaram mesmo. Só que aí eu chegando lá eu vi que era exatamente o que eu queria. Fazer matéria de polícia não era muito a minha. Eu fui para o Meia Hora em 2011, e o Dia em 2012. Quando me formei, eu fui efetivada, e fiquei em economia mesmo. Sempre no impresso.

A faculdade foi mais importante para aprender a pensar a profissão do que realmente cumprir a minha função. Na faculdade a gente aprende o que é um lide, montar uma matéria, mas é na prática mesmo que a gente vai pegando. E os mais velhos vão dando dicas. Então eu aprendi mesmo no estágio. Agora, eu percebo que uma pessoa que faz uma faculdade pública tem uma visão muito mais crítica do que quem se forma por uma faculdade particular, que vê mais a prática. E aí a gente acaba vendo questionar o que a gente está fazendo, e até questionar com o próprio chefe “essa matéria eu vou até fazer, mas eu não vou assinar, porque eu não concordo”. Tem um pouco disso.

As pessoas que estão a mais tempo não são apenas mais resistentes ao uso de novas tecnologias, mas também a qualquer tipo de mudança. Por exemplo, pegar a matéria que você escreve e adaptar ao online. As pessoas mais velhas são um pouco mais resistentes quanto a isso. E também na forma de tratar as pessoas, eles estão mais acostumados com aquele jornalismo escravidão. Entrava no jornal de manhã, saía à noite, enfrentava pescoção na sexta-feira, e às 6h. E eles acham que isso é o certo. O estagiário também, eles acham que o certo é o estagiário se “ferrar”, trabalhar muito, porque é assim que ele vai aprender.

Quem entra agora não, tem mais noção. Até porque o sonho de qualquer hoje é trabalhar numa empresa como o Google, a Microsoft, que são super liberais, as pessoas se divertem. Os jovens levam um pouco mais disso também. É uma outra visão em relação ao trabalho. Até alimentação, a gente come mais saudável, o pessoal mais velho é mais desligado com essas coisas. Bebem muito, fumam, acho que há muito esse choque de gerações.

Mas tem também muita troca, muito aprendizado. Eu aprendi muito, até essa coisa mesmo, de no jornalismo não ter hora, você não pode querer entrar num horário, e sair em um horário certo porque às vezes a matéria vai te exigir ficar mais um pouco. Não se pode ser tão rigoroso assim.

Mas eu busco aprender coisas complementares. A diagramar, por exemplo, eu busco aprender no dia a dia com os diagramadores, porque me dá uma independência maior. Às vezes eu preciso de alguma coisa, e é melhor eu fazer do que ficar pedindo para eles toda hora. Mas outras coisas, como editar vídeo ou fotografia, me fazem muita falta. Às vezes eu preciso de um fotógrafo, mas não tem, às vezes eu preciso de uma foto profissional.

Eu não sou muito multitarefa, geralmente quando eu saio é só para entrevistar mesmo. Mas às vezes, ocorre de não ter fotógrafo e a gente ficar presa por conta disso. Ou tem que esperar o fotógrafo, ou ter que fazer uma foto com celular, que não fica boa. Eu não sou muito multimídia. Geralmente, em sites como G1, eu sei que o pessoal faz muito isso. De sair, fazer foto, vídeo, tudo na rua. No Dia, ainda não é assim, é bem separadinho. Tem um caderno do Dia no interior, que o fotógrafo e o repórter têm que dirigir, já é uma mudança.

Eu acho que tem dois tipos de jornalismo surgindo. O jornalismo na internet, que como é uma coisa muito rápida e muito factual, as pessoas vão ter que sair para a rua com câmera e tudo, e mandar aquela coisa rápida. E tem um jornalismo que o pessoal está tentando incorporar no impresso. Um jornalismo mais literário, mais aprofundado, que são as grandes reportagens, e aí é importante você ter um bom fotógrafo, um repórter que tenha uma linguagem mais literária, uma apuração mais profunda. Eu acho que isso está meio que se dividindo entre esses dois.

O caminho do impresso é se aprofundar mais. Eu não acho que ele vá acabar. A gente brinca no jornal que precisa ter papel para embrulhar peixe, forrar gaiola de passarinho. <risos> Mas na verdade, as pessoas vão continuar buscando no impresso não aquilo que elas

já leram na internet, mas aquilo de uma forma mais aprofundada, mais cerítica, como uma visão mais diferenciada. O Le Monde Diplomatique já faz isso, a Piauí, que é uma revista, eu acho que são as referências para o que vão se tornar os jornais. O caminho é esse.

Agora a gente ainda é um pouco híbrido, ainda damos uma notícia que é factual, que as pessoas cansaram de ler na internet, mas ainda tem o aposentado que não leu. A gente tem que tentar atingir todo mundo, e no domingo a gente tenta fazer essas reportagens mais aprofundadas, mais completas.

Mesmo sendo um assunto factual, o mesmo que aparece na internet, eu vejo que a linguagem é diferente. Nos sites, em uma matéria sobre inflação, no site, aparece só os índices, e falando que “aumentou tomate, a batata e diminuiu a gasolina”. E aí no impresso, a gente tenta dar a visão de um especialista, a visão de um personagem reclamando, “eu percebi que aumentou, eu percebi que não”. Tenta fazer uma coisa que vai além do que está na internet.

Participação dos públicos: está contribuindo. Tem o Whatsapp do Dia, que as pessoas mandam várias pautas, coisas exclusivas. No Facebook eles dão um feedback bacana também. Outro dia eu fiz uma matéria sobre os executivos gays que ainda não saíram do armário no Brasil, pela homofobia que ainda tem. E na internet, eu via que muita gente fazia comentários homofóbicos, que comprovavam a tese de que ainda existe muita homofobia. Eles diziam que não, que a imprensa que forçava a barra, mas eles só comprovavam o que a matéria dizia. É legal ter esse feedback.

E não só das pessoas. Teve um dia que o perfil no Facebook da Dilma compartilhou uma matéria minha, eu achei um máximo. Mas é legal também ver que a gente está no mailing da Presidenta. E eu recorro às redes sociais à caça de fontes e personagens. Sempre que eu não sei por onde começar uma pauta para achar fonte, eu jogo no Facebook para achar as pessoas. Tem vezes que eu entrevisto a pessoa pelo Facebook mesmo, pega uma foto da pessoa.

O papel do jornalista: continua sendo muito forte, eu vi nessas últimas eleições gente compartilhando notícia falsa, de sites que você não sabe de onde vêm. E as pessoas acreditando naquilo como se fosse a maior verdade do mundo. Acho que por um lado é bom, porque as pessoas participam. A Mídia Ninja muita gente não gosta, eu acho válido por

mostrar o outro lado dos protestos, mas você sabe quem está escrevendo. Existe um lugar chamado “Mídia NINJA”, mas tem site que você não sabe quem é a pessoa. Hoje você tem que ser mais críticas. Mas é uma coisa que está surgindo agora, as pessoas não sabem que escreve, acho que tem que ser mais isso. Não sabem diferenciar uma coisa da outra.

É bom ter gente produzindo conteúdo. Acho que também não tira nosso lugar do mercado, acaba sendo um outro viés. Por exemplo, os jornais comunitários têm a função deles, que a gente não consegue fazer porque a imprensa não consegue chegar a determinados lugares. A imprensa acaba tendo que ser imparcial, atendendo a questões políticas. É importante ter esse jornal comunitário que atenda às questões do cidadão. É importante ter a mídia como a certeza de credibilidade, “ah eu vou poder acreditar no que está escrito no Globo”. Nem sempre é verdade, você vê o exemplo da Veja, mas pelo você sabe com quem está lidando, tem com quem reclamar.

Futuro da profissão: está todo mundo meio assim, principalmente os mais velhos, e “ai qual é o nosso espaço agora?” Para mim, o caminho desse jornalismo mais literário é o que eu me identifico mais. Só que ai o espaço é bastante restrito. Não tem espaço para todo mundo fazer grandes reportagens, e o espaço está cada vez menor. As redações estão cada vez com menos repórteres, ai fica difícil para quem quer seguir por esse lado. Ai tem a internet que oferece esse caminho mais...

É complicado, porque essas reportagens mais aprofundadas demandam tempo, recursos. Com as redações cada vez menores, eu não sei. <risos> A gente tenta fazer uma reportagem maior, mas ai fica fora de pauta, e as pessoas que fazem o dia a dia ficam mais sobrecarregadas. Depende, mas ai o jornal tem que escolher entre cortar custos e cortar qualidade do que ele está fazendo.

Tem os jornais populares também, que são um viés diferente. Minha monografia foi até sobre isso, a importância dos jornais populares para levar informação às pessoas. Porque tem gente que não leria jornal de outra forma. No Meia Hora, as pessoas acabam se informando por causa disso. O jornal popular ele é importante para incentivar a leitura e levar a informação às pessoas mais desfavorecidas.

Tem muito entretenimento, fofoca, mas tem matérias também. As mesmas matérias que saem no Dia, saem no Meia Hora, só que com espaço reduzido e linguagem mais popular.

As pessoas vão saber o que aconteceu, mas não vão se aprofundar tanto. Não vai ter a visão de um economista, mas vai saber que o tomate está mais caro, que a batata está mais barata. E é o jornal que mais cresce no Grupo, entre o Dia e o Brasil Econômico. Mais um mercado de trabalho!

Unir entretenimento e notícia não é exatamente um problema. Tem o CQC, por exemplo, que é a mistura de entretenimento e notícia, que eu acho ótimo, tem uma qualidade muito boa. Você chama uma notícia de fofoca na capa, mas dentro a pessoa vai acabar lendo sobre outros assuntos. Mas é preciso ter uma preocupação em pensar criticamente, o editor precisa pensar “eu chamo a atenção do leitor com essas coisas fúteis, mas eu vou procurar dar para ele uma informação de qualidade. Eu vou educar as pessoas”.

O jornalista fora da redação: Meu editor defende que o jornalismo precisa voltar às origens. O jornalista precisa flunar pela cidade em busca de pautas. Não ficar só dentro da redação, e da internet, mas buscar pauta na rua mesmo. Só assim que o jornalismo vai se diferenciar dos sites da internet mesmo.

Eu sinto bastante falta de sair e ir à rua. Mas sempre que dá eu procuro fugir um pouco. Uma pauta para as tendências do Natal na Saara, por exemplo, é uma pauta que eu não conseguiria se eu não fosse para a rua mesmo. Uma vez meu editor veio andando na rua e percebeu várias placas nas portas das lojas procurando funcionário. Isso rendeu uma capa: “O comércio está contratando”. É uma pauta boa que foge do que todo mundo está dando. Na rua você também faz networking. Às vezes, você fala com um assessor durante anos e nunca viu a cara dele.