



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

**Mariana da Rosa Silva**

*Do gatekeeping ao gatewatching: impressões sobre papel do jornalista como mediador da informação*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Jornalismo, do Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina, com orientação do professor Eduardo Meditsch.

Florianópolis  
Fevereiro de 2014

## **AGRADECIMENTOS**

Aos docentes do Departamento de Jornalismo da UFSC, em especial aos professores Eduardo Meditsch, Elias Machado e Maria José Baldessar. O contato com as suas pesquisas, nos diferentes momentos da minha graduação, foi essencial para o desenvolvimento deste projeto.

A coordenação do Projeto Escola de Altos Estudos da Unisinos, por possibilitar a participação, via web-conferência, no seminário “Os amadores no mundo digital. Rumo a uma nova democracia das competências”, ministrado por Patrice Flichy.

Aos colegas Cristiano Anunciação, Juliana Teixeira e Vanessa Hauser, pelas conversas sobre o jornalismo.

A Bruno, Vivian e Heloísa, pela disposição em ajudar.

Aos meus pais, por apoiarem minhas escolhas.

## RESUMO

Discutimos nesta monografia a reconfiguração do papel do jornalista como mediador da informação, abordada a partir do conceito de *gatekeeping*; e a ascensão de práticas de produção colaborativa, abordadas a partir do conceito de *gatewatching*. Propondo, desta forma, uma reflexão sobre o papel social do jornalista no contexto da internet. A popularização do acesso à internet e às tecnologias digitais nas últimas duas décadas provocou uma transformação na relação entre os meios de comunicação e seu público. Entre as consequências desta conjuntura, destacamos o processo que vem tirando dos jornalistas o monopólio sobre a informação, à medida que permite a participação de novos atores na produção e difusão da notícia.

**Palavras-chave:** Internet; *gatekeeping*; *gatewatching*; papel social do jornalista.

## ABSTRACT

We discuss in this monograph the reconfiguration of the role of journalist as a mediator of information approached from the perspective of the concept of gatekeeping, and the rise of collaborative production practices, approached from of the concept of gatewatching. Proposing in this way, a reflection about the social role of journalist in the context of internet. The popularization of internet and digital technologies over the past two decades provoked a transformation in the relationship between the media and its audience. Among the consequences of this situation, we highlight the process that is taking journalists' monopoly on information, as it allows the participation of new actors in the production and dissemination of news.

Keywords: Internet; *gatekeeping*; *gatewatching*; social role of journalist.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	5
1 O SURGIMENTO DO JORNALISMO E SEU PAPEL NA SOCIEDADE .....	9
1.1 A função social do jornalismo .....	10
1.2 O jornalista como <i>gatekeeper</i> .....	12
2 PRÁTICAS JORNALÍSTICAS NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO .....	16
2.1 Novas relações entre o jornalismo e seu público.....	17
2.2 Jornalismo colaborativo: os conceitos de <i>gatematching</i> e <i>produsage</i> .....	20
3 A RECONFIGURAÇÃO DO PAPEL DO JORNALISTA .....	24
3.1 As fronteiras entre o amador e o profissional.....	24
3.2 A verificação da informação: o papel do jornalista como certificador.....	27
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	38
REFERÊNCIAS .....	41
APÊNDICE .....	45

## INTRODUÇÃO

O jornalismo tem sido afetado por uma série de mudanças decorrentes da popularização do acesso à internet e às tecnologias digitais nas últimas duas décadas. Neste processo, que inclui no âmbito tecnológico a experimentação de novos formatos e suportes para a notícia, nos atemos nesta pesquisa à transformação na relação entre os veículos jornalísticos e seu “público”, com ênfase na participação de novos atores na produção e difusão da notícia.

Desde a metade do Século 20, as práticas de comunicação em geral ocupam novos espaços na sociedade, à medida que se consolida a chamada sociedade da informação. Na visão de Mattelart (2006, p.137-138, grifo nosso), esta sociedade se caracteriza por uma diplomacia das redes, onde mais do que em outras épocas “*saber é sinônimo de poder*”, sendo este originado na informação livre da mídia, na informação comercial e na informação estratégica. Contexto que Castells (1999), abordando também o surgimento de redes interativas, denomina sociedade em rede.

Os historiadores Asa Briggs e Peter Burke entendem que, embora o computador não possa ser considerado o único elemento da história da mídia a partir da segunda metade do século 20, o mesmo deve ocupar um lugar de destaque em uma análise do período. Os primeiros computadores foram inventados em 1953 para objetivos de guerra, e aos poucos foram introduzidos na sociedade como ferramentas úteis para o processamento de dados, para mais tarde serem usados como um novo meio de comunicação. A revolução tecnológica e cultural provocada por esta ferramenta teve início na década de 1970: quando os computadores deixaram de ser máquinas de calcular ou acessórios de escritório, “[...] eles passaram a fazer com que todos os serviços e não somente os de comunicações, tomassem novas formas” (BRIGGS, BURKE, 2006, p.273).

Originada também para fins militares no período da Guerra Fria, a internet foi criada entre 1968 e 1969, com o apoio da Arpa (Administração dos Projetos de Pesquisa Avançado) dos Estados Unidos. Durante os anos seguintes a rede foi utilizada principalmente para fins acadêmicos e no início da década de 1990 começou a crescer com o uso dos primeiros programas que permitiam o acesso público às informações (BRIGGS e BURKE, 2006) – os primeiros navegadores, entre eles o *Netscape* e o *Mosaic*.

É a partir deste momento que a internet começa a se aproximar do modelo idealizado pelo britânico Tim Berners-Lee, que em 1989 arquitetou a World Wide Web

(www), uma rede mundial para interligar as informações armazenadas em computadores de todo o mundo. Sobre a concepção de Berners-Lee, Briggs e Burke (206, p.302) apontam que a proposta desta rede “não era inicialmente uma tarefa lucrativa ou de alta segurança, mas um meio de ampliar oportunidades. Ele desejava conservar a Web sem proprietários, aberta e livre”.

Sob o aspecto de uma rede global de informações, podemos considerar que vivemos atualmente o auge do ideal de Lee<sup>1</sup>. Ao longo das duas primeiras décadas do século 21 os computadores pessoais – assim como suas diversas variáveis, *notebooks*, *tablets*, *smartphones*, etc. – experimentaram uma explosão de consumo e foram incorporados como ferramentas de comunicação essenciais da sociedade contemporânea, seja para o trabalho ou entretenimento da população em geral.

Desta forma, vivemos atualmente um processo de disseminação das tecnologias digitais, que se acentua com a popularização da internet e o estabelecimento desta como um novo meio de comunicação. A internet se diferencia dos seus antecessores por possibilitar que os usuários busquem e publiquem informação por conta própria em espaços alternativos aos veículos jornalísticos, e também por oferecer fontes de informação mais variadas e aleatórias. Assim, o público já não depende exclusivamente da edição de um jornal ou da grade de programação de uma televisão ou rádio para se informar, característica que redefine o papel do jornalista, na medida em que altera o monopólio deste sobre a informação.

Neste processo, identificamos como decorrências principais para o jornalismo: as mudanças nos processos de produção da notícia, que procuram adaptar seu formato e linguagem, ainda baseados principalmente no modelo da mídia impressa, à interatividade dos novos suportes; as transformações nas condições de trabalho do jornalista, afetadas pelo período de crise que a profissão vive, onde se destacam os cortes que causam a diminuição ou fechamento de redações em todo o mundo; e, por fim, a alteração do papel do jornalista como mediador da informação no contexto da internet, sendo este último aspecto o objeto de estudo da nossa pesquisa.

---

<sup>1</sup>Fazemos a ressalva de que, por outro lado, os demais princípios defendidos por Berners-Lee vêm sendo contrapostos pela ascensão de práticas de fechamento de conteúdos, com adoção de modelos de acesso pago, os *paywalls*, principalmente por sites jornalísticos e *blogs*. A privatização também se dá por aplicativos desenvolvidos para dispositivos móveis, já que muitos deles são oferecidos exclusivamente para clientes da *Apple* ou *Google*, por exemplo. Outra forma de controle, ainda que de modo indireto, parte da atuação dos agregadores de informação, como o *Google*, buscador de conteúdos que é hoje um dos principais conglomerados da web. Este aspecto é tratado por Eli Parisier (2011) que denuncia que estes filtram os resultados de pesquisa de acordo com o perfil do usuário, constituindo “filtros-bolha” da informação on-line.

O papel do jornalista como mediador principal da informação dirigiu as práticas das redações ao longo da maior parte do Século 20. Neste período, um dos principais estudos sobre a profissão foi realizado por David Meanning White, que desenvolveu em 1950 a teoria do *gatekeeping* (WHITE, 1999). O termo *gatekeeper*, que pode ser traduzido do inglês como porteiro, foi introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin, em um artigo publicado em 1947 sobre a aquisição de alimentos em compras domésticas, para designar a pessoa que toma a decisão final após uma sequência de decisões.

David Meanning White aplicou a teoria de Lewin ao jornalismo, analisando durante uma semana os motivos apontados por um editor de um veículo norte-americano para a rejeição das notícias que não publicava. De acordo com a teoria de White, o jornalista atua como *gatekeeper* no processo de produção da informação ao selecionar, a partir de uma série de decisões, se a notícia será publicada ou não (TRAQUINA, 2005, p.149-150).

Ao discorrer sobre a história e os desafios da constituição do jornalismo como profissão, Joaquim Fidalgo (2008, p.166-168) afirma que a difusão da internet e das tecnologias digitais nas duas últimas décadas provocou uma significativa alteração na relação entre os meios de comunicação e seu público. Entre as implicações indicadas pelo autor, destacamos o aceleração do processo que vem tirando dos jornalistas o monopólio sobre a difusão da informação, permitindo a participação de novos atores neste cenário (FIDALGO, 2008, p.169).

A partir deste contexto, da queda dos portões de acesso à informação, Axel Bruns (2005) introduz, em contraposição ao *gatekeeping*, o conceito de *gatematching* – termo que poderia ser traduzido como observação dos portões – para descrever as práticas de produção cidadã e colaborativa que tiveram ascensão com o surgimento da internet em espaços como *blogs*, plataformas colaborativas e redes sociais.

Considerando este quadro, propomos nesta monografia uma discussão sobre a reconfiguração do papel do jornalista no contexto da internet, a fim de tratar as consequências das novas tecnologias para nosso campo profissional sob um aspecto pouco aprofundado até então, para além das técnicas, das transformações sociais e culturais provocadas por esta nova mídia.

Assim, delimitamos como objetivo principal da análise de nosso objeto de estudo discutir as transformações do papel do jornalista como mediador da informação no contexto da internet a partir dos conceitos de *gatekeeping* e *gatematching*.

No primeiro capítulo revisamos o surgimento do jornalismo e o desenvolvimento do papel do jornalista na sociedade ao longo dos séculos 19 e 20, com ênfase no conceito de *gatekeeping* e nas abordagens contemporâneas sobre o mesmo, como a de Pamela Shoemaker e Tim Vos (2011).

No segundo capítulo, apresentamos uma síntese dos efeitos da conjuntura da internet para as práticas jornalísticas, com ênfase no fim do monopólio do jornalista sobre a informação, tratado por autores como Joaquim Fidalgo (2008) e Ignácio Ramonet (2012). Abordando também a ascensão de práticas colaborativas caracterizadas a partir dos conceitos de *gatematching* (BRUNS, 2005) e *produsage* (BRUNS, 2009).

Por fim, no terceiro capítulo, trazemos duas questões para abordar a reconfiguração do papel social do jornalista: a necessidade de se delimitar uma fronteira entre as produções amadoras e profissionais no contexto da internet, tratada a partir do que Patrice Flichy (2013) denomina consagração do amador; e a concepção do jornalista como certificador da informação, onde temos como referência, além de pesquisadores da área, entrevistas realizadas com os editores chefes das edições impressa e digital do jornal diário *Diário Catarinense*, Edgar Gonçalves Júnior e Marcelo Fleury, e com a editora chefe do jornal *Notícias do Dia*, Adriana Ferronato<sup>2</sup>.

Principais publicações da região metropolitana de Florianópolis, os jornais *Diário Catarinense* e *Notícias do Dia* possuem, respectivamente, tiragem média de 40.000 e 10.500<sup>3</sup> exemplares por dia. Ambos operam, como a maioria dos jornais atualmente, com redação integrada para a produção de notícias para a versão impressa e online (site). Embora nosso objeto de estudo possa ser relacionado a diversos aspectos da prática jornalística, optamos por entrevistar os editores-chefes por considerar esta função a mais representativa do conceito de *gatekeeping* – contemplando, assim, o objetivo de nossa pesquisa.

---

<sup>2</sup> A acadêmica não obteve retorno do editor-chefe da versão online do jornal *Notícias do Dia*, por isso o mesmo não consta entre os entrevistados.

<sup>3</sup> Segundo dados da Associação dos Jornais do Interior de Santa Catarina (Adjori –SC). Disponível em: <http://institucional.adjorisc.com.br/jornais/1011/jornal-noticias-do-dia-florianopolis>. Acesso em: 28 fev. 2014.

## 1 O SURGIMENTO DO JORNALISMO E SEU PAPEL NA SOCIEDADE

O percurso do jornalismo desde o surgimento da imprensa é reconstituído por José Marques de Melo (2012, p. 166, grifo nosso) a partir de três momentos: o **pré-jornalismo**, período que corresponde ao início do processo de urbanização e fortalecimento dos burgos até a era das grandes navegações, no século 16; o **jornalismo**, que compreende o período do advento da imprensa até o declínio de sua hegemonia, no fim do século 19; e, por fim, o **pós-jornalismo**, que tem início a partir da revolução tecnológica que permite a disseminação da informação a partir de outros suportes, como o cinema, o rádio e a televisão.

O desenvolvimento das publicações periódicas ao longo destes diferentes momentos do jornalismo, bem como a posterior evolução de suas formas, conteúdos e técnicas de produção, é associado por Melo (2012) e outros autores (LAGE, 2001; GENRO FILHO, 1997) ao surgimento e consolidação da sociedade burguesa.

Entre as consequências da formação da conjuntura mercantilista que daria origem a sociedade burguesa, Lage (2001, p.23-24) destaca quatro fatores:

- a) a necessidade da leitura e da escrita para registro de dados comerciais;
- b) o recurso ao saber antigo e a construção de um novo saber, voltado para a expansão do comércio;
- c) a concentração das populações nas cidades;
- d) a formação dos poderes nacionais e do sentimento de nacionalidade, que por sua vez adquiriu forma na fixação de idiomas.

Considerando estes fatores, o autor relaciona o desenvolvimento da imprensa ao mercantilismo, que revelou o potencial do texto escrito como instrumento de propaganda e informação (LAGE, 2001, p. 24).

Sobre a relação deste período com o desenvolvimento do jornalismo, Melo (2012, p.174) afirma que

“O fim do antigo regime produz mudanças de atitudes na humanidade, graças à liberdade política que nutre a construção de sociedades democráticas e à liberalização econômica que sela o fim do colonialismo. O jornalismo se beneficia de ambas as conquistas e toma impulso admirável. A grande transformação advém do progresso tecnológico, possibilitando a massificação dos negócios, tornando a publicidade elemento-chave na dinamização do consumo popular”.

Da mesma forma que o jornalismo surge em dada realidade social – que terá práticas culturais, tecnológicas e de consumo próprias – a atividade se reconfigura na medida em que as conjunturas se modificam. A fim de compreender o percurso que o papel do jornalista faz em meio a esta transformação que nos traz, atualmente, ao contexto da internet, retomamos a discussão sobre a função social da profissão, com ênfase, no item seguinte, na atuação do jornalista como *gatekeeper*.

### 1.1 A função social do jornalismo

Em referência aos três poderes da Revolução Francesa, o jornalismo foi citado, pelo deputado McCaulay, no ano de 1928, como o quarto *état*. Naquela conjuntura, a imprensa desempenharia o papel de quarto poder em relação aos outros três – Executivo, Legislativo e Judiciário<sup>4</sup>. Valendo-se deste mito, do quarto poder, o jornalismo da época deixa de servir aos políticos e se volta para os seus leitores, transformando a notícia em mercadoria (BARSOTI, 2012, p.28).

É principalmente a partir deste período que o jornalismo noticioso, como conhecemos hoje, se desenvolve. Jorge Pedro Souza (2004) considera, ao analisar a precursora pesquisa de Tobias Peucer sobre o jornalismo<sup>5</sup>, que esta tradição noticiosa já se mostrava na imprensa europeia dos séculos 16 e 17, herdada das Efemérides gregas e das Actas Diurnas romanas.

Por outro lado, Jean Chalaby (2003), defende que o jornalismo informativo é uma invenção anglo-americana do século 19. Comparando o desenvolvimento da atividade na França com a Inglaterra e os Estados Unidos, o autor avalia que os proprietários de jornais, editores e jornalistas anglo-americanos desenvolveram as práticas discursivas que deram ao texto jornalístico sua especificidade – como a entrevista, a reportagem e a notícia – fazendo do jornalismo um gênero discursivo específico (CHALABY, 2003, p.36).

O papel central da tradição norte-americana na formação do jornalismo moderno também é reconhecido por Schudson, que atribui o conceito moderno de notícia aos *penny papers*. Voltadas para o consumo da classe média ascendente, estas publicações

---

<sup>4</sup> Optamos pelo uso do termo “poder”, no entanto, alguns autores utilizam, em tradução ao original “état”, o termo “estado”, levando em conta as três ordens sociais do período, que seriam o clero (primeiro estado), a nobreza (segundo estado) e povo (terceiro estado).

<sup>5</sup> Tobias Peucer pesquisou a imprensa do século 17, apresentando, em 1690, na Universidade de Leipzig, Alemanha, a tese de doutorado “Relações e relatos de novidade”. Na pesquisa, Peucer abordou temas centrais da Teoria do Jornalismo contemporânea, como a ética jornalística, os critérios de noticiabilidade e o papel do mercado na atividade, entre outros (SOUZA, 2004).

passam a considerar, pela primeira vez, a vida social e não somente o comércio ou a política (SCHUDSON, 2010).

A partir deste período, o papel do jornalismo na sociedade, já tratando do contexto da sociedade capitalista consolidada, foi discutido por diversos sociólogos e teóricos da comunicação, como Walter Lippmann (2008)<sup>6</sup>, Harold Laswell (1948) e Robert Park (2008)<sup>7</sup>.

Podemos entender o jornalista como observador do meio a partir da visão de Harold Laswell (1948, p.106), que elenca três funções sociais para a comunicação: “1) a vigilância sobre o meio ambiente; 2) a correlação das partes da sociedade em resposta ao meio; 3) a transmissão da herança social de uma geração para outra”.

Em uma comparação entre a sociedade humana e a estrutura de um organismo multicelular, o autor afirma que certos membros de algumas sociedades “desempenham papéis especializados de vigilância sobre o meio. Agem como „sentinelas“, ficando à parte do grupo, como observadores, e manifestam-se sempre que ocorre alguma mudança alarmante nos arredores” (LASSWELL, 1948, p.107).

Abordagem semelhante nos traz o estudo de Robert Park sobre a notícia como forma de conhecimento, onde considera que o jornalismo exerce a função de orientar o homem e a sociedade. Sobre esta relação o autor afirma que “de fato, a notícia desempenha as mesmas funções para o público que a percepção desempenha para o indivíduo; isto é, não apenas informa, mas orienta o público, dando a todos a notícia do que está acontecendo” (PARK, 2008, p.60).

Ao avaliar as necessidades globais que culminaram no desenvolvimento da imprensa, Adelmo Genro Filho (1997, p.35)<sup>8</sup> pondera que embora a atualidade sempre tenha sido objeto de curiosidade para os homens, “com o desenvolvimento das forças produtivas e das relações capitalistas a atualidade amplia-se no espaço, ou seja, o mundo inteiro tornava-se, cada vez mais, um sistema integrado e interdependente”.

Genro Filho (1997, p.36) também aponta que, com a evolução do capitalismo, os efeitos da imediatividade no mundo compreendem uma esfera cada vez maior, constituindo um sistema que se torna progressivamente mais complexo e articulado em um processo que tem duas consequências básicas: a procura de mais informações pelos

---

<sup>6</sup> Obra publicada originalmente em 1922.

<sup>7</sup> Obra publicada originalmente em 1923.

<sup>8</sup> Obra publicada originalmente em 1987.

indivíduos e a consequente possibilidade de uma indústria da informação. Cenário que parece atingir seu auge nestes primeiros anos do século 21.

O jornalismo como instituição social, já apontado por Park (2008, p.36), foi pesquisado por Guilherme Guerreiro Neto, que considera que os meios de comunicação de massa, onde se intersecta o jornalismo, “têm papel-chave não apenas por mediar a interação do indivíduo com a sociedade, também por mediar a interação do indivíduo com as outras instituições” (2013, p.23).

Guerreiro aponta dois tipos de atores sociais sobre o qual a orientação dos indivíduos se dá no jornalismo atualmente. Aqueles diretamente ligados a produção discursiva do jornalismo, como repórteres, editores, fotógrafos, entre outros funcionários da redação, como motoristas. E, por outro lado, aqueles ligados ao consumo e, indiretamente, a produção, como o público e as fontes (GUERREIRO, 2013, p.19).

Uma das faces/aspecto desta relação de orientação do público, é a atividade de seleção das notícias diárias, considerada por Walter Lippmann (1922) tarefa essencial para a manutenção da democracia na sociedade moderna.

## **1.2 O jornalista como *gatekeeper***

A discussão sobre a seleção de notícias foi introduzida na comunicação a partir da teoria dos canais e dos *gatekeepers* desenvolvida pelo psicólogo Kurt Lewin (1947), que institui, ao estudar os fatores do processo que desencadeia uma decisão, a metáfora do *gatekeeper*. O termo, que em inglês significa porteiro, foi usado pelo pesquisador para designar a pessoa que toma a decisão final após uma sequência de decisões.

Em seus primeiros estudos, Lewin analisou a mudança de hábitos alimentares em uma população, tendo por objetivo geral entender como psicólogos poderiam efetuar mudanças sociais. No modelo, são estabelecidos dois canais principais, o canal da compra e o canal da horta, que por sua vez são divididos em várias seções, cada uma correspondente a um portão (SHOEMAKER e VOS, 2011, p.24).

Além da psicologia, Lewin, acreditava que o modelo teórico do *gatekeeping* poderia ser aplicado de forma geral em outras áreas do conhecimento, como o jornalismo: “essa situação vale não apenas para canais de alimento, mas também para a passagem de itens de notícia por certos canais de comunicação em um dado grupo, para

a passagem de mercadorias, e a locomoção social de indivíduos em muitas organizações” (LEWIN, 1951 apud SHOEMAKER e VOS, 2011, p. 28).

Três anos após sua publicação, a teoria de Lewin foi aplicada ao jornalismo pela primeira vez por David Meanning White, que acompanhou, nos Estados Unidos, as atividades do editor telegráfico – denominado “Mr.Gates” – de um jornal matutino de tiragem de 30 mil exemplares de uma cidade de 100 mil habitantes<sup>9</sup>. Os canais de Lewin foram adaptados, no modelo de White, ao canal das fontes de notícias e às audiências. Estando o foco da sua pesquisa no material que não era selecionado por Mr.Gates (WHITE, 1999, p. 145), ou seja, que não chegava até os leitores.

Sobre a escolha de Mr. Gates pela publicação ou não de uma notícia, White (1999, p. 147) concluiu que:

“É interessante observar que quanto mais tarde no dia chegaram as notícias, maior era a proporção da anotação “sem espaço” ou “serviria”. À medida que a noite avança, a páginas do editor telegráfico ficam cada vez mais preenchidas. Uma notícia que tenha boas hipóteses de aparecer na primeira página às 7.30 ou 8 horas da noite pode não merecer o resto do valioso espaço às 11h. A anotação “serviria” é feita 221 vezes, e uma parecida “bom –se houvesse espaço” é feita 154”.

No entanto, além das rotinas da atividade jornalística, como o espaço e o tempo para a publicação, a pesquisa de White se caracterizou por destacar a influência do julgamento pessoal no *gatekeeping*. Segundo o autor, este julgamento começa pela atuação do repórter, que avalia a importância ou não de uma história, que posteriormente virá a ser publicada como notícia. Sobre o desencadear do processo de decisões a partir deste primeiro *gate*, afirma que:

“Assim, uma notícia é transmitida de um *gatekeeper* para outro na cadeia de comunicações. Do repórter para o responsável do *rewriting*, do chefe de secção para os redatores responsáveis pelos “assuntos de Estado” de várias associações de imprensa, o processo de escolha e de rejeição não para. E, finalmente, chegamos ao nosso último *gatekeeper*, aquele que é objeto do nosso estudo. É o homem que é habitualmente conhecido como o redator telegráfico do jornal não metropolitano. Ele tem a seu cargo a seleção das notícias nacionais e internacionais que aparecerão na primeira página e seu posterior desenvolvimento nas páginas interiores, bem como a sua composição” (WHITE, 1999, p.143).

---

<sup>9</sup> A pesquisa foi realizada de 6 a 13 de fevereiro de 1949, quando acontecia a audiência do Senado norte-americano sobre a ajuda federal para a educação. No período, Mr. Gates recebeu aproximadamente 12 400 polegadas de notícias das agências noticiosas AP, UO e INS, das quais utilizou 1297 polegadas de coluna – o que corresponde a um décimo do total, nos números utilizados para medição (WHITE, 1999, p.145).

Além de White, o modelo de *gatekeeping* proposto por Lewin foi aplicado ao jornalismo por outros pesquisadores, como Gieber (1956) e Westley e MacLean (1957), que se diferenciaram por atribuir um caráter monolítico à organização da mídia, com trabalhadores individuais atuando coletivamente como um *gatekeeper* (SHOEMAKER e VOS, 2011, p. 31).

Desta forma, Gieber (1956 apud SHOEMAKER e VOS, 2011, p. 30) concluiu que a atuação da organização, e suas rotinas, eram mais importantes do que as características individuais do *gatekeeper*. As atribuições desta organização foram incluídas no processo de *gatekeeping* por Westley e MacLean (1957 apud SHOEMAKER e VOS, 2011, p.30) que expandiram o modelo ao incluir neste um terceiro canal, correspondente à mídia de massa.

Assim, White entendia o *gatekeeping* como um processo protagonizado por pessoas, cujas decisões eram influenciadas por seus valores e características individuais, e onde a atuação das organizações se limitava a restrições, como, por exemplo, o prazo final. Por outro lado, “nessas abordagens posteriores, os trabalhadores individuais de comunicação não são importantes: os indivíduos são passivos e não possuem características distintivas importantes; trata-se de peças intercambiáveis na máquina da mídia” (SHOEMAKER e VOS, 2011, p. 31).

Por sua vez, Shoemaker e Vos (2011, p.161), agregam estas abordagens na medida em que situam o processo de *gatekeeping* e a atuação do *gatekeeper* no contexto das organizações e de suas rotinas próprias:

“O processo inicia com uma variedade de mensagens em potencial viajando por múltiplos canais para qualquer um dos muitos tipos de organizações de comunicação, como uma agência de notícias, um blog, uma agência de relações públicas, um jornal impresso ou um canal de televisão. Uma organização pode ter múltiplos membros da equipe operando como mediadores (*boundary role*) de materiais recebidos, cada um com o poder de controlar quais mensagens em potencial de fato entram para a organização e, posteriormente, de modelar a mensagem selecionada.”

Nesta análise, é destacada a função de mediação, através dos *gatekeepers* mediadores, que recebem as mensagens “para serem modeladas, selecionadas e finalmente transmitidas diretamente ao público ou para outra organização de comunicação”. Outra característica destacada, agora em relação à entrada da informação nos primeiros portões, antes da seleção final pelo *gatekeeper* mediador, é a atribuição de valores notícia (Shoemaker e Vos, 2011, p. 39).

Os valores notícia são associados, pelos autores, ao caráter de desvio ou não do acontecimento em questão, com ênfase no fato de o julgamento se dar a partir da experiência pessoal do jornalista, reconhecendo que “os eventos não possuem um valor de notícia inerente; apenas as pessoas podem decidir” (Shoemaker e Vos, 2011, p. 42).

Ao discutir o processo de tomada de decisão no jornalismo, Haussman (1953, p. 13-14, tradução nossa) elenca os seguintes critérios para a atribuição de valores notícia:

- a) Identificação do público com o assunto;
- b) Impacto do assunto para os consumidores de notícia;
- c) Caráter incomum do assunto;
- d) Caráter oportuno da história;
- e) Dramaticidade da história;
- f) Magnitude da história.

Desta forma, a partir das considerações sobre a teoria do *gatekeeping* e o processo de tomada de decisão no jornalismo, entendemos que ao atuar como *gatekeeper*, o jornalista exerce o papel de orientação do público a partir da seleção dos fatos relevantes. Estando o julgamento desta relevância associado tanto às condições práticas que envolvem o exercício da profissão – como infraestrutura de produção, orçamento, espaço para publicação, prazo, etc –, quanto à cultura e ao conhecimento específicos que influenciam a percepção do jornalista.

## 2 PRÁTICAS JORNALÍSTICAS NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

O papel do jornalista como mediador principal das informações de interesse público, que se destacou até meados do Século 20, começa a ser modificado na medida em que se constitui a sociedade da informação, devido principalmente à invenção do computador pessoal e às transformações que esta ferramenta trouxe para os serviços de comunicação e para os demais setores da sociedade (BRIGGS e BURKE, 2006). Nesta conjuntura que Mattelart (2006, p.137) define como uma época onde, mais do que outras, saber é sinônimo de poder, diversos fatores alteram as características do jornalismo e também o seu papel na sociedade.

As rotinas e práticas jornalísticas neste período, principalmente a partir das décadas de 60 e 70, se caracterizam pelo fato de que é cada vez menos possível para os jornalistas contatar as fontes primárias de informação, devido à atuação dos profissionais de relações públicas e assessoria de imprensa que fornecem informações de segunda mão (FIDALGO, 2008, p.160) – ou seja, materiais que não são fruto da interação direta do jornalista com a fonte, mas sim emitidos de acordo com as necessidades e os interesses da mesma, como releases, notas, pronunciamentos oficiais, etc. Processo também denominado “revolução das fontes” (CHAPARRO, 2001) e “declínio dos fatos” (SCHUDSON, 2010).

Paralelamente, o desenvolvimento e a popularização ao longo do final do século 20 e desta primeira década do século 21 das novas tecnologias de comunicação – computador pessoal, internet, *smartphone*, *tablet*, etc – reforça este afastamento do jornalista das fontes primárias de informação e transforma também sua relação com o público, que assim como as fontes, passa a dispor de ferramentas próprias para se comunicar e acessar informações.

A adaptação às inovações convive com uma crise do setor jornalístico que, embora tenha expressões próprias, não pode ser dissociada das transformações da contemporaneidade, como lembra Barsotti (2012).

Nesse sentido, a autora elenca como fatores da crise da modernidade que enfraquecem o jornalismo: “o esvaziamento da vida pública, o fim das utopias, a transformação do cidadão em consumidor, o triunfo do individualismo, a exposição da intimidade, a celebração das comunidades anulando a diversidade, a intensificação do presente [...]” (BARSOTTI, 2012, p.22). Sendo a internet uma espécie de golpe final, ao colocar em xeque a autoridade do discurso jornalístico.

As transformações que o jornalismo sofre neste contexto serão caracterizadas a seguir, no âmbito de suas consequências para o papel do jornalista como *gatekeeper*, com ênfase no surgimento de práticas de jornalismo cidadão ou colaborativo na internet, descritas a partir dos conceitos de *gatewatching* e *produsage*.

## 2.1 Novas relações entre o jornalismo e seu público

Analisando o percurso histórico da constituição do jornalismo como profissão, Joaquim Fidalgo (2008, p. 169) elenca entre as implicações das novas tecnologias o aceleramento do processo que retira dos jornalistas o monopólio sobre a informação, em um processo que permite a participação de novos atores, em diferentes níveis:

Por um lado, as “fontes primárias” de informação passaram a ter meios (sobretudo graças à Internet) de contactar diretamente os cidadãos com muito mais facilidade, sem a intermediação dos meios de comunicação social ou dos jornalistas; por outro lado, os próprios cidadãos passaram a ter um acesso facilitado a essas “fontes primárias”, dependendo isso apenas da sua iniciativa e de um conhecimento mínimo da „cartografia” das instituições e dos mecanismos de navegação no ciberespaço; por outro lado ainda, ficou também muito mais acessível à generalidade dos cidadãos a possibilidade de eles mesmos, com custos e conhecimentos elementares, criarem projectos autónomos de edição e difusão de informação no espaço público, desenvolvendo iniciativas que nalguns casos se apelidam de “jornalismo participativo” ou “jornalismo cívico” – significando uma intervenção de cidadãos na esfera pública com os mecanismos, os procedimentos e, nalguns casos, os próprios objetivos tradicionalmente reservados aos jornalistas profissionais integrados em empresas de media.

Entre as demais implicações deste quadro provocado pelas novas tecnologias, o autor elenca (FIDALGO, 2008, p. 170-171):

- a) a criação de novas exigências profissionais para os jornalistas, que são obrigados a dominar uma gama cada vez mais ampla de instrumentos de pesquisa, tratamento e edição da informação;
- b) a proximidade e acessibilidade dos meios de comunicação em geral e particularmente dos jornalistas em relação ao público, com o desenvolvimento de uma interatividade nunca antes conseguida;
- c) o uso, individual ou coletivo, de canais de comunicação dos jornalistas com o público, como *blogs* que mostram ao leitor seu contexto de trabalho;
- d) o aumento do constrangimento de tempo com que o jornalista se confronta, tendo que desenvolver suas atividades com mais rapidez e priorizando a divulgação dos fatos em detrimento da sua confirmação.

Do mesmo modo, a posição de monopólio das mídias e dos jornalistas sobre a informação é considerada em declínio por Ignácio Ramonet (2012), que também traz para a discussão a crise de credibilidade da mídia após virem à tona exemplos de fraude na imprensa norte-americana, como o caso do repórter Jayson Blair<sup>10</sup> e o caso das informações sobre as armas de destruição em massa no Iraque, publicadas sem verificação por jornais como o *The Washington Post* e *The New York Times*<sup>11</sup>.

Na avaliação do autor, a partir da internet os jornalistas profissionais são depostos da exclusividade de impor e controlar debates, perdendo o direito de escolher e publicar informações por sua conta, e sendo despojados da identidade de “padres seculares” (RAMONET, 2012, p.21).

Ramonet também aponta que as “mídias-sol” cedem lugar a diversidade de “mídias poeira”, enfatizando o cenário de crise econômica – para os veículos tradicionais – que caracteriza esta transição. No caso dos Estados Unidos, por exemplo, 120 jornais foram fechados entre setembro de 2008 e setembro de 2009 (RAMONET, 2012, p.27).

Sendo duas situações bastante significativas da crise do setor no país a venda do semanário Newsweek pelo valor simbólico de 1 dólar, em 2010, e, no mesmo ano, a saída da New York Times Company da lista das 500 principais empresas do país, dando lugar a plataforma de transmissão de filmes por streaming Netflix. Crise que também teve como consequência o “enxugamento” das redações: entre janeiro de 2008 e 2010, a imprensa diária norte-americana cortou 25 mil empregos (RAMONET, 2012, p.30-36).

Este quadro é confirmado pelos dados da última edição do State of News Media Report elaborado pelo Pew Research Center, que indicam que a indústria caiu 30% desde 2000 e que o número de profissionais empregados em horário integral está abaixo de 40 mil pela primeira vez desde 1978 (STATE..., 2013). Um dos aspectos de fundo da

---

<sup>10</sup> Repórter do New York Times, Jayson Blair cometeu recorrentes fraudes, como notícias plagiadas ou forjadas. A situação foi descoberta em maio de 2003, após uma investigação feita por jornalistas da própria publicação. Após o caso, o jornal tomou uma série de medidas preventivas, entre elas a criação de um comitê com o objetivo de garantir a qualidade e integridade do trabalho na redação. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/para\\_lembrar\\_e\\_nao\\_repetir\\_jayson\\_blair](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/para_lembrar_e_nao_repetir_jayson_blair). Acesso em: 29 jan. 2014.

<sup>11</sup> O dossiê que acusava o uso de armas de destruição em massa no regime Saddam Hussein fazia parte de um sistema de informações divulgadas pelo Congresso Nacional Iraquiano e pelo Pentágono, nos Estados Unidos. O dossiê, posteriormente desmentido, foi amplamente divulgado pela imprensa norte-americana e fundamentou o apoio de diversos setores à guerra contra o Iraque. Veículos da grande mídia no país se retrataram por suas condutas no episódio. O New York Times admitiu, em editorial publicado 26 de maio de 2004, a “falta de rigor” e a publicação de “informações erradas” sobre o caso. No caso do Washington Post, em agosto de 2004 o redator-chefe renunciou ao cargo após um levantamento evidenciar que houve pouco espaço para a publicação de artigos que contestavam o argumento do governo norte-americano para invadir o Iraque (RAMONET, 2012, p.71).

crise é a queda da receita publicitária devido à diminuição da audiência dos jornais impressos e a fragmentação do público, no caso das versões online, como aponta Barsotti (2012).

Neste contexto de crises e de reformulações, se transformam também o processo de mediação da informação e a atuação do jornalista como *gatekeeper*, como observam Bill Kovach e Tom Rosenstiel:

Agora, no entanto, a metáfora do *gatekeeper* solitário mediando fatos em nome do público é cada vez mais problemática - ou mesmo obsoleta. [...] A mesma tecnologia que torna mais fácil para os cidadãos produzir seu próprio conteúdo, também torna mais fácil para o governo, ou para as empresas ou qualquer outra entidade, se comunicar diretamente. Com tudo isso, os jornalistas ficam de sentinela em um portão que já não tem muro ao seu redor (KOVACH; ROSENSTIEL, 2007, p. 171, tradução nossa)<sup>12</sup>.

O acesso à informação assume uma nova dinâmica, onde se destaca a atuação do público, que deixa o lugar de audiência tradicional e passa a assumir junto ao jornalista o protagonismo do processo de comunicação. Desta forma, começam a ter espaço nos últimos anos, abordagens e estudos que se dedicam a esta nova relação. Entre elas, a concepção do leitor como *gatekeeping* das notícias on-line proposta por Pamela Shoemaker, Philip R. Johnson, Hyunjin Seo e Xiuli Wang (2010).

Os autores analisaram os rankings das notícias mais acessadas – geralmente identificados nas *homepages* dos sites como “Mais lidas” – a fim de comparar os valores notícia de leitores do Brasil, da China e dos Estados Unidos. A pesquisa atesta que a capacidade interativa da mídia de massa na internet dá para a audiência um papel muito mais significativo do que ela tinha anteriormente.

[...] o controle sobre quais os eventos se tornam notícias é detido primeiro pelos participantes que veem os eventos acontecerem e outras fontes de informações relevantes aos eventos e em segundo lugar pelas mídias de notícias. A audiência pode responder aos itens de notícias, porém seu poder é fraco como demonstrado pelo tênue *feedback loop*. Não se podem comparar cartas escritas pelos leitores com a capacidade da audiência de avaliar os itens de notícias quando aparecem dentro das mídias com base na Internet. [...] Este poder da audiência para avaliar a popularidade dos itens de notícias tem estimulado um novo modelo que mostra que a audiência tem mais poder no processo de *gatekeeping* do que aquele que foi compreendido nos modelos teóricos desenvolvidos no século 20 (SHOEMAKER et al, 2010, p.65).

---

<sup>12</sup> “Now, however, the metaphor of the solitary gatekeeper mediating facts on behalf of the public is increasingly problematic – or even obsolete. [...] The same technology that makes it easier for citizens to produce their own content also makes it easier for government or corporations or any other entity to communicate directly. With all this, journalists stand sentinel at a gate with no fence surrounding it”.

A respeito dos critérios de seleção dos leitores em sua atuação como *gatekeepers*, observou-se em quase todos os itens a escolha por notícias que tratam de eventos imprevisíveis ou que assustam, de forma semelhante aos jornalistas, que adotam como valores notícia o esquisito e o incomum (SHOEMAKER et al, 2010, p.72).

Outro viés das novas relações entre o jornalismo e seu público trata, além da autonomia da audiência para selecionar as notícias de seu interesse, da possibilidade da mesma de participar da produção de informações com uso das cada vez mais disseminadas ferramentas pessoais de comunicação, em iniciativas de produção colaborativa.

Esta nova relação entre velhas e novas mídias, produtores e consumidores, é descrita por Jenkins (2008) como cultura da convergência. Processo que segundo o autor, vai além da dimensão tecnológica, caracterizando-se por uma “transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2008, p.27).

Ainda segundo Jenkins (2008, p.53), esta nova era, da convergência das mídias, se caracteriza por “comportamentos comunitários” da audiência, em vez de individualistas. Neste sentido são destacadas as comunidades, como a de fãs do reality show norte-americano *Survivor*, que se articulam de forma colaborativa através da internet para atingir um objetivo comum – no exemplo citado, desvendar o final da série. No caso do jornalismo, estes grupos vêm se articulando em iniciativas de jornalismo cidadão, através de comunidades on-line de participação aberta ou moderada.

## **2.2 Jornalismo colaborativo: os conceitos de *gatematching* e *produsage***

O modo colaborativo de produção é associado à internet desde a década de 60, quando cientistas europeus e norte-americanos trabalharam em conjunto para criar uma rede mundial de computadores. A experiência foi a primeira aplicação prática do princípio da colaboração na engenharia eletrônica e deu origem, mais tarde, ao conceito de software livre (CASTILHO, 2008, p.38).

Em relação à produção de notícias, a primeira experiência colaborativa é apontada por Carlos Castilho (2008) no ano de 1999, quando um artigo sobre ciberterrorismo publicado pela revista norte-americana especializada *Jane's* recebeu uma

série de críticas e correções depois de ser submetido aos usuários do site *Slashdot*<sup>13</sup>. De imediato, a publicação foi suspensa e depois o texto foi reescrito com a aceitação das observações de 250 colaboradores voluntários, mais 35 cartas de especialistas renomados. Sobre o caso, o autor observa que:

Foi a primeira vez que uma publicação altamente respeitada admitiu o princípio de que a soma dos conhecimentos dos seus leitores era maior do que a dos especialistas de renome mundial, que tradicionalmente assinam os textos da *Jane's*, considerada uma “bíblia” dos armamentos por militares do mundo inteiro (CASTILHO, 2008, p.38).

A atuação de plataformas colaborativas que se formaram no final da década de 90, onde podemos destacar além do *Slashdot* os casos do *Oh My News*<sup>14</sup> e *Kuroshin*<sup>15</sup>, se enquadram no modelo que Axel Bruns (2005) conceitua como *gatewatching*, em contraposição a ideia de *gatekeeping*. O termo, que pode ser traduzido como a observação dos portões, é utilizado pelo autor para definir a prática dos internautas de observar os “[...] portões de saída das publicações de notícias e de outras fontes, a fim de identificar material importante, à medida que ele é disponibilizado” (BRUNS, 2005, p.17, tradução nossa)<sup>16</sup>.

O conceito de Bruns se aplica principalmente ao comportamento destas plataformas, que em certa medida também pode ser observado atualmente nas redes sociais. São grupos que se caracterizam pelo interesse comum sobre um determinado assunto e que republicam materiais da imprensa com uma leitura crítica – como no exemplo citado, da revista *Jane's* – ou produzem seus próprios materiais a partir das experiências trocadas em grupos de discussão, fóruns online ou *fanpages*, onde costumam se destacar temas de cunho tecnológico e científico, como no caso do *Slashdot*.

O *gatewatching* também abrange práticas de coberturas colaborativas com a participação do público, onde se destaca o exemplo da cobertura dos atentados de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos, como um dos primeiros acontecimentos que não ficou conhecido somente pelo relato das organizações jornalísticas tradicionais, mas

---

<sup>13</sup> Disponível em [www.slashdot.org](http://www.slashdot.org), o site foi criado por Rob “CmdrTaco” Malda em 1997 e é considerado pioneiro entre os sites colaborativos. Com o slogan “News for nerds. Stuff that matters”, a plataforma compartilha informações sobre ciência e tecnologia. A maior parte dos conteúdos é postada por usuários previamente cadastrados, com a supervisão do corpo editorial (SILVA, 2011).

<sup>14</sup> Disponível em [www.ohmynews.com](http://www.ohmynews.com).

<sup>15</sup> Disponível em [www.kuro5hin.org](http://www.kuro5hin.org).

<sup>16</sup> “[...] the observation of the output gates of news publications and other sources, in order to identify important material as it becomes available.”

também pelos cidadãos comuns que estavam no local e publicaram informações na internet via seus dispositivos móveis (GILLMOR, 2004).

Ao longo desta primeira década dos anos 2000, diversas situações semelhantes ocorreram facilitadas pela consolidação das redes sociais como um espaço comum de comunicação, principalmente em situações de conflitos – como, por exemplo, a Primavera Árabe. No Brasil, vivenciamos recentemente um exemplo significativo durante a cobertura das manifestações populares de julho de 2013, quando o modo colaborativo se consolidou como uma alternativa ao relato da grande mídia, através da atuação de grupos como o *Mídia Ninja*<sup>17</sup>, que transmitiu informações sobre as manifestações nas redes sociais ao vivo via *streaming*.

Principalmente neste último exemplo, fica evidente uma relação entre o fim do monopólio do jornalista sobre a informação e a crise de credibilidade dos veículos jornalísticos: a discrepância entre o que se via nas ruas, durante as manifestações, e o que era publicado pelos meios de comunicação, foi o que motivou o jornalista Bruno Torturra (2013) a fundar o *Mídia Ninja*.

O jornalismo colaborativo também pode ser relacionado às práticas *open source* que se desenvolvem a partir da web. Nesse sentido, a prática, assim como os blogs especializados e as plataformas wiki, é enquadrada por Bruns (2008) também no conceito de *produsage*. Em contraste com o modo tradicional de produção (produtor/distribuidor/consumidor), o *produsage* se caracteriza pela equivalência de níveis entre o produtor e consumidor, o que é “particularmente fortalecedor para os usuários, que agora têm acesso a uma maior gama de ferramentas para se conectar e construir comunidades entre si, para além dos espaços mediados de cima para baixo na esfera das mídias tradicionais”<sup>18</sup> (BRUNS, 2009, p.14, tradução nossa).

As comunidades de *produsage* são regidas por quatro princípios gerais, ainda segundo Bruns (2009):

- a) Participação aberta - quanto mais participantes estiverem aptos a avaliar e acrescentar informações em relação aos seus antecessores, maior será a qualidade;
- b) Heterarquia fluida - embora as habilidades dos participantes não sejam as mesmas, eles possuem capacidade equivalente para contribuir com o projeto

<sup>17</sup> Disponível em <https://www.facebook.com/midiaNINJA?fref=ts>.

<sup>18</sup> “[...] particularly empowering for users, who now have access to a greater range of tools to network and build communities among themselves, away from the topdown mediated spaces of the traditional mediaspheres”.

e que o seu status deve variar de acordo com a qualidade e a frequência das contribuições, tendo em vista o caráter de fluxo constante das informações nestas comunidades;

- c) Produtos inacabados - devido ao modelo de desenvolvimento de conteúdo, ao envolvimento dos participantes e ao compartilhamento em espaços comuns de informação, o processo de *produsage* deve necessariamente permanecer continuamente inacabado;
- d) Propriedade comum – o conteúdo criado permanecerá disponível para os futuros participantes, assim como esteve para aqueles que já fizeram contribuições.

O conceito de *produsage* também pode ser analisado a partir da percepção do usuário antropofágico, como é proposto por Ziler e Moura (2011). Para as autoras, a relação de absorção de influências que caracteriza o movimento antropofágico da primeira fase do modernismo brasileiro, pode ser encontrada também na transformação e recriação de conteúdos característica da internet:

No âmbito da internet, a disseminação do processo de apropriar-se de conteúdos, modificá-los e republicá-los amplia a porosidade entre as instâncias de produção, mediação e recepção. É certo que nunca houve uma separação de fato determinada entre essas instâncias, mas o que se torna possível com as tecnologias digitais é a formalização pública desse processo antropofágico, dos caminhos em parte individuais, em parte sociais de geração de sentido, resultando na possibilidade de compartilhamento desse caminho e de seus produtos (ZILLER e MOURA, 2011, p.231).

Assim, a partir destas novas práticas aqui sintetizadas pelos conceitos de *gatewatching* e de *produsage*, vemos que a audiência já não depende apenas da atuação do *gatekeeper* para se manter informada. Ela própria se vê em condições de observar as fontes de informação, tendo autonomia para questionar a versão dos fatos apresentadas ou mesmo produzir conteúdos próprios.

### 3 A RECONFIGURAÇÃO DO PAPEL DO JORNALISTA

Diversos autores vêm tentando compreender os novos aspectos do jornalismo diante do contexto da internet e das diversas metamorfoses tecnológicas que marcaram os últimos anos. Surgem assim denominações como “jornalismo *fin-de-siècle*” (MARCONDES FILHO, 2009), “pós-jornalismo” (MELO, 2012) e “jornalismo líquido” (RUBLECKI; SILVA, 2012) – esta última em alusão ao conceito de modernidade líquida do sociólogo Zygmunt Bauman.

Destacamos nessas abordagens a descaracterização das práticas que fundamentaram o jornalismo ao longo do século 20 (MARCONDES FILHO, 2009) e a consequente crise de identidade pela qual passa a profissão (RUBLECKI, SILVA, 2012; MELO, 2012) diante da instabilidade do seu papel de mediador, agora que o jornalista já não detém o monopólio sobre a informação, como vimos anteriormente.

Assim, observamos neste processo de reconfiguração do papel do jornalista, e especificamente na sua atuação como *gatekeeper*, duas características principais: a tomada de decisão sobre a publicação de um conteúdo passa a envolver mais fatores, já que as fontes e os cidadãos disponibilizam muitas informações por conta própria; e, justamente por essa profusão de informações, cuja origem nem sempre está clara, a necessidade de maior dedicação à verificação dos fatos.

Estas características serão discutidas a seguir com base numa abordagem crítica sobre a produção de informações que se dá de forma paralela ao jornalismo e na visão de pesquisadores e profissionais da área sobre a reconfiguração do papel do jornalista.

#### 3.1 As fronteiras entre o amador e o profissional

A nova dinâmica que conduz o acesso à informação no contexto da internet, como, por exemplo, a produção colaborativa de conteúdos, se enquadra no fenômeno que o sociólogo Patrice Flichy (2013) denomina “consagração do amador”. Para Flichy, a atuação dos amadores no mundo digital configura uma nova forma de democracia, a democracia da competência.

O sujeito amador é caracterizado pelo autor a partir de dois aspectos da relação do mesmo com o mundo digital: em primeiro lugar a construção da sua identidade, que é expressa nos campos artístico, político, cidadão e na área científica e técnica; e, em segundo lugar, a aquisição de conhecimento com a ampliação de seus saberes e competências através da experiência, denominada pelo autor “expertise”, e também

através do percurso autônomo de aquisição de competências. Sobre a produção de conhecimentos novos na internet por amadores, o autor destaca o exemplo da Wikipédia<sup>19</sup> e dos softwares livres.

Lançada em janeiro de 2001, expandindo-se internacionalmente em março do mesmo ano, a Wikipédia é considerada uma referência entre os sites de divulgação científica e possui uma legitimidade análoga a de outras enciclopédias semelhantes como a Enciclopédia Britannica<sup>20</sup>.

Na avaliação de Flichy, a grande especificidade da Wikipédia reside no fato de ela abordar também outras áreas de interesse da cultura popular, apresentando, além dos temas científicos, artigos sobre esporte e medicina alternativa, por exemplo. O caso ainda constitui, para o autor, um excelente exemplo do universo democrático dos amadores devido ao seu caráter colaborativo – embora uma minoria acabe redigindo os artigos, a estrutura é organizada sem hierarquias, de maneira que, a priori, todos sejam iguais.

O trabalho colaborativo também é destacado no caso do desenvolvimento de softwares livres, considerado pelo autor um exemplo extremamente emblemático da colaboração entre amadores e profissionais no mundo digital – assim, considera que a grande vantagem de uma ferramenta livre é que, ao ser acessada por milhares de pessoas por meio da internet, ela pode ser modificada para adquirir uma qualidade maior.

A colaboração entre amadores e profissionais através da internet pode ser observada no jornalismo, em iniciativas que Leonard Downie Jr. e Michael Schudson (2009) denominam jornalismo “pro-am”. Um exemplo é a organização jornalística sem fins lucrativos ProPublica<sup>21</sup>, que possui uma equipe de cerca de 30 repórteres investigativos e editores e conta com a colaboração de cidadãos voluntários, pessoas que tenham competência em assuntos específicos (DOWNIE JR., SCHUDSON, 2009).

A relação de colaboração entre amador e profissional, no entanto, precisa do estabelecimento de uma fronteira para que não se corra o “risco de que os amadores se tornem as pequenas mãos da ciência, substituindo doutores, mestrados etc” como observa Flichy.

---

<sup>19</sup> Disponível em: <http://www.wikipedia.org/>.

<sup>20</sup> Um estudo realizado em 2005 pela revista *Nature* considerou a precisão da Wikipédia comparável a de outras enciclopédias modernas, uma vez que, em comparação com a Enciclopédia Britannica, a plataforma colaborativa registrou média de 162 erros a cada 3.86 artigos, enquanto a segunda registrou média de 123 erros a cada 2.92 artigos.

<sup>21</sup> Disponível em: <http://www.propublica.org/>.

Embora se observe este e demais exemplos de cooperação bem sucedida no jornalismo<sup>22</sup>, em boa parte dos sites noticiosos a fronteira entre a atuação dos amadores e dos jornalistas – ou mesmo das fontes – ainda não está bem delimitada. Este aspecto é abordado por Neveu (2010, p.39) que avalia o seguinte:

[...] o efeito mais importante do suprimento crescente de notícias on-line é o de produzir um conjunto de sites e conteúdos que deixa nebulosas as fronteiras entre amador/profissional e notícias originais/recicladas, questionando a distinção entre o jornalismo, os comentários e as relações públicas.

Um dos principais problemas gerado por esta mistura de informações de origem confusa é a dificuldade em se saber qual informação é necessária ou mesmo confiável. O que, em certa medida, se expressa na dificuldade do público em avaliar se as informações são verdadeiras ou não<sup>23</sup>.

Esta dificuldade foi atestada, por exemplo, em entrevistas realizadas pela *Columbia Journalism Review* com alunos de ensino fundamental e médio da Palo Alto High School, na Califórnia, Estados Unidos, que expressaram ter dificuldade em confirmar a veracidade ou não das informações a que tem acesso (ADLER, 2013).

Embora se observe nas comunidades colaborativas o engajamento pessoal e o que Bruns (2009) denomina *community ethos*<sup>24</sup>, a internet tem se mostrado um ambiente propício para a disseminação de informações falsas, principalmente por meio das redes sociais, nas quais frequentemente são disseminadas informações *fakes* – boatos e fraudes que são compartilhados de forma viral sem verificação<sup>25</sup>.

Embora o público tenha autonomia para o acesso das informações que lhe interessa e encontre na internet um ambiente para desenvolver suas competências de forma democrática, como destaca Flichy, este momento de consagração do amador ainda se caracteriza pela falta de uma fronteira entre a atuação amadora e profissional e,

---

<sup>22</sup> Demais casos de produção colaborativa no jornalismo, como o das plataformas *Slashdot* e *Oh My News*, foram abordados no Capítulo 2 desta monografia.

<sup>23</sup> Nesse sentido, a ONG News Literacy Project desenvolve, nos Estados Unidos, um trabalho de orientação para que crianças e jovens aprendam a discernir quais informações publicadas na internet são notícia ou não (ADLER, 2013).

<sup>24</sup> Bruns (2009, p.25) considera que os membros de comunidades de *produsage* tem claro entendimento das dimensões que as contribuições de cada um podem tomar, assim como da qualidade que será exigida deles caso tenham a intenção de se destacar na comunidade, o que os encoraja a ser particularmente cuidadosos para manter seus status – que pode ser visualizado, por exemplo, nos mecanismos de avaliação da qualidade do conteúdo postado pelos leitores, como dispositivos de classificação com estrelas.

<sup>25</sup> Existem, inclusive, ferramentas próprias para este fim, como o site *NoticiaFalsa.com* que disponibiliza ícones de veículos de comunicação conhecidos e ajuda usuários a publicar posts com aparência de uma notícia real. Disponível em [www.noticiafalsa.com](http://www.noticiafalsa.com). Acesso em 4 fev 2014.

no caso da informação, pela ausência de uma instância de confirmação dos fatos que são disseminados – como seria, a princípio, a função do jornalismo.

Nesse sentido, o sociólogo Dominique Wolton (2007, p.88) adepto de uma visão crítica das novas tecnologias, pondera que “o acesso a „toda e qualquer informação” não substitui a competência prévia, para saber qual informação procurar e que uso fazer desta”. Para o autor, o acesso direto à informação na internet, não suprime a hierarquia do saber e do conhecimento – o que nos remete, por fim, ao papel que o jornalista pode ocupar nesta hierarquia.

### 3.2 A verificação da informação: o papel do jornalista como certificador

O fato de a informação nova já não depender exclusivamente da passagem pelas redações para chegar ao público, altera o processo de *gatekeeping* desde os seus primeiros estágios, como a apuração. Ao comparar a apuração de uma pauta antes da internet e nos dias atuais, o editor-chefe do *Diário Catarinense*, Edgar Gonçalves Júnior<sup>26</sup>, observa o seguinte:

Era tudo muito mais difícil, a informação tinha um ritmo de chegada muito mais lento, acho que ela transitava com muito mais lentidão. E, avaliando de maneira bem empírica, eu vejo o seguinte: justamente por isso o jornalista era mais poderoso, no sentido de que era mais detentor de informações do que hoje, em relação à média das pessoas. Quando comecei a trabalhar, se apurasse e fizesse cinco entrevistas para produzir uma reportagem – por telefone ou pessoalmente – eu estava muito mais bem informado sobre esse assunto do que a esmagadora média das pessoas. Hoje, se eu fizer o mesmo trabalho de apuração com cinco pessoas a respeito de determinado assunto, eu até posso construir uma visão global deste assunto, mas provavelmente não vou me diferenciar tanto assim da média das pessoas, não vou trazer coisas que as pessoas já não saibam e não vou ter acesso a informações que as pessoas já não dominem.

Da mesma forma, o editor chefe da versão digital do *Diário Catarinense*, Marcelo Fleury<sup>27</sup>, lembra que muitos assuntos chegam ao público antes de se tornarem notícia nos jornais, principalmente através das redes sociais. “Muita coisa já aconteceu antes no *Facebook*, o que a gente faz é divulgar para um público, mas muita gente já

<sup>26</sup>GONÇALVES JÚNIOR, Edgar. Entrevista II. [out. 2013]. Entrevistador: Mariana da Rosa Silva. Florianópolis, 2013. 1 arquivo .mp3 (40 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice B desta monografia.

FLEURY, Marcelo. Entrevista III. [out. 2013]. Entrevistador: Mariana da Rosa Silva. Florianópolis, 2013. 1 arquivo .mp3 (59 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C desta monografia.

sabia [...]. Então, essa descentralização acontece, a gente tem que ficar cada vez mais atento [...] às redes, mas elas próprias já tem vida”.

Edgar Gonçalves Júnior ressalta que uma das vantagens deste novo contexto é justamente essa nova relação, mais equilibrada, entre o público e os meios de comunicação:

“[O jornalismo] ganha porque tem muito mais fontes de informação, muito mais abastecimento e ganha também porque tem a sua credibilidade testada ao vivo. Um erro, ele é imediatamente visto, apontado, questionado. O jornalista, e o próprio veículo, pode ter sua credibilidade derrubada em questão de horas, minutos, segundos, se cometer um erro. Acho que o jornalismo só ganha com isso, porque ele se torna menos dono da verdade. As coisas passam a ser mais testadas, a informação está um pouco mais compartilhada... Não há mais aquele desequilíbrio entre o jornalista detentor de todas as informações e o público, lá embaixo, que recebe essas informações do jeito que o jornalista decidiu. Não é mais uma relação de passividade.”.

Uma das questões desta nova relação, como tratamos no capítulo anterior, é a perda de poder do jornalista. Na análise das perdas e ganhos que caracterizam este novo contexto, Marcelo Fleury chama a atenção para o fato de que a crise que afeta o jornalismo é sobretudo do modelo produtivo desenvolvido pelas empresas até hoje, e não da profissão em si, uma vez que vivemos um período cada vez mais rico na busca e produção de informações – o que, por sua vez, cria novas oportunidades de negócio:

Acho que o jornalismo não perde, acho que o jornalismo nunca foi tão consumido, agora ele não precisa ser consumido só pelas grandes empresas ou ser produzido só pelas grandes empresas. [...] qualquer estudante de jornalismo pode formar um grupo de três ou quatro, cinco, criar uma empresa e sair fazendo matéria sobre Florianópolis. E aí, pode competir com a gente, porque os meios de produção estão muito mais baratos, tu não precisas de uma gráfica para rodar o jornal, tu fazes na internet. Eu tenho acesso às fontes, tu constrói notícias e o público vai te ler ou não, então acho que isso para o jornalismo é um ganho, para as empresas é um desafio. Para o jornalismo é um ganho, vejo como uma oportunidade incrível – para quem é jornalista e para quem consome notícias, só tem a ganhar. Hoje consigo me informar muito melhor [...] do que há anos atrás e tem um cardápio muito maior de notícias, eu tenho que fazer o filtro certo. E para quem é jornalista acho que as oportunidades são muito maiores do que de anos atrás. Ainda que tenha a crise e cortes nas redações, mas as oportunidades são cada vez maiores, tem mais sites surgindo e eu acho que são cada vez maiores para quem ainda estiver nesse mundo digital, com a cabeça digital. O que eu acho que não tem mais muito mercado é para quem ainda tem uma cabeça muito atrelada ao modelo de jornal impresso, a fazer um jornal só papel e não está na batida digital...

Para Marcelo Fleury, o principal aspecto no qual o jornalismo ganha é que o público já não depende tanto dos veículos tradicionais para se manter informado –

assim, seu papel seria mais no sentido de certificar as notícias que já se tornaram conhecidas por outros meios, como trataremos mais a frente.

Da mesma forma, Edgar Gonçalves Júnior avalia que quanto mais publicadores, mais às claras fica o jogo. Nesse sentido, o editor considera o novo contexto da profissão melhor em todos os aspectos, já que aumenta a visão crítica sobre o trabalho do jornalista e faz com que o mesmo conheça mais o seu público:

[...] a visão crítica sobre o que o jornalista faz se torna instantânea. Tu podes até dizer: “ah, mas as pessoas em geral são ignorantes e o que tá ali nas redes sociais é um conteúdo quase que medieval, as pessoas acreditam em mitos medievais”. Eu não concordo, mas mesmo que fosse verdade, ainda assim seria interessante para o jornalista despertar para o seu público. Se as pessoas estão acreditando em mitos medievais, o que eu posso fazer pra derrubar esses mitos medievais, dentro dessa relação com o meu público? Se tornou melhor, se tornou mais interessante. Antes, quando eu comecei, no máximo uma carta pra um jornal era enviada, que o jornalista levava em conta se quisesse – se quisesse, porque tinha toda uma arrogância da figura do jornalista. E hoje se ele não leva em conta o que está nas redes sociais, uma saraivada de e-mails, um monte de compartilhamento, esse cara tá perdido.

As características desta nova relação entre o jornalismo e seu público nos evidenciam que a internet, apesar de ter simplificado alguns processos, não torna menos complexo o trabalho do jornalista. A integração desta ferramenta às redações teve um efeito contrário a do computador, na década de 80, que acarretou na extinção de algumas funções e até mesmo na demissão de profissionais que não se adaptaram a nova ferramenta (BALDESSAR, 2010). Como avalia Adriana Ferronato<sup>28</sup>, editora chefe do jornal *Notícias do Dia*:

E em relação às funções, quando entrou a tecnologia de computador e outras coisas na redação, muitas coisas desapareceram. Com a chegada da internet, eu diria que funções apareceram, porque obriga a ter gente mais dedicada para monitoramento. Não adianta pensar que com tanta gente mandando informação para o jornal, nós vamos precisar de menos gente. Pelo contrário, a gente precisa de mais gente para fazer essa conexão com as pessoas. Elas querem se comunicar. Você tem que dar uma resposta, respondendo a elas, ou publicando, ou compartilhando... Mas elas querem se comunicar com você e não simplesmente enviar uma coisa estática.

O aumento da responsabilidade do jornalista também é indicado por Edgar Gonçalves Júnior, que observa o seguinte:

A novidade sempre vai haver, mas a novidade agora depende de investigação, de uma investigação que é mais profunda, que demora um pouco mais. Não é aquela novidade fácil que cai na rede, aquele peixe – ah,

---

<sup>28</sup> FERRONATO, Adriana. Entrevista I. [out. 2013]. Entrevistador: Mariana da Rosa Silva. Florianópolis, 2013. 1 arquivo .mp3 (33 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice A desta monografia.

novidade! Só eu sei que aconteceu tal coisa, então vou contar pra todos amanhã no jornal, ou no site. Não é mais assim. Mas por trás da aparente normalidade dos fatos sempre há o que descobrir – pessoas querendo esconder alguma coisa, pessoas que tem uma informação e nem sabem que tem. Então sempre haverá novidade. O que aconteceu é que o caminho para chegar na novidade ficou um pouco mais profundo, ela não está mais tão na superfície quanto estava antes. E isso é interessante, porque isso passa a exigir do jornalista mais técnica de investigação.

O monitoramento e a investigação acarretam mais trabalho ao jornalista, já que além de acompanhar os novos canais de comunicação cabe ao jornal fazer o contraponto e escutar mais fontes, como observa Adriana, que considera que o papel do jornalismo impresso hoje passa também por aprofundar os assuntos que já ficaram conhecidos através das redes e fornecer uma abordagem mais completa com princípio, meio e fim:

O que está sendo comentado numa rede é um lado – [por exemplo], a joana está falando do João, mas o que o João está dizendo? Então, o jornal tem que fazer o contraponto, tem que escutar mais fontes. Esse tipo de trabalho é só o jornal que faz, de dar a dimensão do fato. A rede social é importante porque ela ajuda em forma, ela dá um lado ou vários e tu vai ter que agregar todos eles. Mas o jornalista é que tem que buscar o contraponto, checar a informação, ver os vários ângulos e implicações daquilo. E talvez seja isso que o leitor busca no impresso (e em suas versões online, claro). O que se produz muito em rede é informação, mas não é notícia. Porque a notícia tem uma hierarquia e tem essa questão fundamental que é a do contraponto, que eu acho que é importante, que não se perde no jornalismo impresso e nem no jornalismo online.

Também sobre a comparação das duas tecnologias, computador e internet, Adriana Ferronato lembra que as transformações provocadas pela internet vão além das práticas operacionais, já que agora a sociedade como um todo tem outros meios de comunicação que o jornalismo precisa assimilar.

Outra leitura que pode ser feita sobre a internet em comparação aos meios de comunicação anteriores é o retorno a algumas técnicas clássicas do jornalismo, como a transmissão de notícias ao vivo, e o investimento em formatos criativos de comunicação, como, por exemplo, as radionovelas, como lembra Edgar Gonçalves Júnior:

A internet nos fez reaprender a fazer jornalismo ao vivo. Então, neste passo adiante, ela nos aproximou do passo atrás, que era o jornalismo que se fazia em rádio, por exemplo. Acho paradoxal: agora a gente reaprendeu a fazer ao vivo. Ao mesmo tempo que avançou, a gente recuperou um modelo que era bem sucedido no passado, que em algum momento perdeu razão de ser e aí foi acabando. Dia desses, eu encontrei no cafezinho um radialista que disse: “olha, a gente fazia tudo ao vivo, até novela fazíamos!”. E eu fico pensando se o recurso da novela não pode ser usado jornalisticamente hoje. Se tivesse jornalistas com esse dom (estou viajando total) da interpretação, eu poderia deixar muito mais claro, por exemplo, o que é Taxa SELIC. Eu poderia montar uma mini rádio-novela, internet-novela, coisa do gênero, e explicar.

Posso daqui a pouco traduzir termos de macroeconomia que a maioria das pessoas acha chato, acha que não tem nada a ver com a sua vida – mas tem – e que hoje o jornalismo com as ferramentas tradicionais não consegue explicar direito.

Ainda se busca, no entanto, o modelo ideal de aproveitamento destes canais de comunicação pelo jornalismo. Por um lado, há uma preocupação em aprender a identificar a informação, a escutar esta “nova voz”, principalmente se ela vem das redes sociais atualmente mais populares no Brasil, como *Facebook* e *Twitter* – levando em conta, inclusive, o incremento que as mesmas tem significado para a audiência dos jornais<sup>29</sup>.

Nesse sentido, são citados os casos da *fanpage* Diário de Classe<sup>30</sup>, criada em 2012 pela estudante da rede municipal de Florianópolis Isadora Faber, e das manifestações de julho de 2013 como exemplos de situações que estavam se desenrolando nas redes e que demoraram a ser identificadas pelos jornalistas como notícias. “[...] todo mundo poderia ter entrado antes no assunto se tivesse dado importância mesmo, como notícia, para a menina que estava fazendo aquele trabalho em relação à escola dela”, avalia Adriana Ferronato sobre o caso de Isadora.

Sobre o potencial das redes sociais para o jornalismo, Marcelo Fleury observa que:

A gente ainda não aprendeu, não sei se alguém aprendeu, como extrair o melhor valor delas [as redes sociais]. Por exemplo, os episódios de junho: é uma coisa muito clara, ninguém percebeu o que estava acontecendo, o que iria acontecer e se a gente tivesse, todos nós no Brasil, feito talvez – talvez não – uma leitura do cenário, acompanhado mais de perto o que estava rolando nas redes sociais, poderia ter uma idéia da dimensão que aquilo iria ganhar, aquelas manifestações no Brasil inteiro. Não há dúvida de que a conversa hoje está nas redes sociais e a gente tem que estar lá. A gente ainda não descobriu a melhor forma de estar lá. Na redação temos criado processos para que todo mundo acompanhe, mas a coisa é tão descentralizada que é difícil tu captar. A única coisa que a gente tem certo é de que a gente tem que acompanhar muito de perto o que acontece nas redes sociais, filtrar algumas coisas e aproveitar outras. Com certeza muitos dos assuntos que a gente investe, sejam assuntos sérios ou assuntos mais “engraçadinhos“, partem de redes sociais.

A adoção de práticas que ajudem na identificação da informação nestes novos espaços ainda está em fase de experimentação pelos jornais. No *Notícias do Dia*, o monitoramento das redes sociais é dividido entre os membros da equipe, sem a concentração da responsabilidade em um cargo específico.

<sup>29</sup> No *Diário Catarinense*, por exemplo, 15% da audiência provêm dos acessos via *Facebook*.

<sup>30</sup> Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/DiariodeClasseSC>.

Já no *Diário Catarinense*, há um cargo de gerente de mídias sociais, que está sendo retomado atualmente – após ter sido criado e logo desativado em 2010. Além disso, o jornal realiza o mapeamento, por diferentes editorias, de grupos e páginas do *Facebook* para a extração de pautas. Outra medida para aumentar a interação com o público foi a criação de uma editoria do leitor recentemente.

Filtrar ou aproveitar as informações, como foi colocado por Marcelo Fleury, decidir quais delas vão entrar no jornal, são as principais questões nesta relação com as redes sociais. O reconhecimento da repercussão de um determinado assunto na internet como um novo critério noticioso caminha junto a uma preocupação por parte dos editores em conseguir fazer um uso crítico da nova ferramenta.

Na avaliação de Adriana, algo que tende a se perder no contexto da internet é justamente a percepção da dimensão do fato:

Às vezes, o barulho que está sendo feito na rede ganha um volume muito grande comparado à importância daquele assunto. Nesse momento, acho que a gente tá dando valor muito grande para voz que chega por meio da rede social e acaba perdendo um pouco o critério, a crítica. Porque essa voz também tem que ser analisada criticamente – quem é que está falando? Quem são essas pessoas? O que move essas pessoas? Essas pessoas vão compartilhando com uma com a outra... mas o que tem de concreto ali? É um aglomerado de gente aquilo, mas sempre tem um interesse que move, em alguns casos. Tem coisas muito boas, positivas, campanhas. Mas tem coisas que são para prejudicar alguém ou alguma instituição. Acho que nesse momento a gente tá sem saber como lidar muito ainda. A gente teve o recente episódio dos protestos que se organizaram – ou que se mobilizaram, porque não era muito organizado – por meio das redes, que foi um exemplo de como a gente não sabe bem o que é. Aquele movimento vinha crescendo, crescendo, até que chegou na rua. A gente tem que saber fazer a crítica do barulho da rede social, acho que é esse nosso papel.

Assim, há também uma preocupação de não “embarcar na onda” das redes com deslumbramento a ponto de comprometer a avaliação da informação em questão: “Se ela não tiver essa verificação e for para o jornal impresso, ela vai se tornar real e vai estar documentada – e esse é o risco que a gente ainda corre, de não checar o quanto deveria a informação que está nas redes”, observa Adriana.

É consenso entre os profissionais entrevistados, de que a profusão de informações característica do contexto da internet reforça a necessidade do jornalista atuar de forma mais crítica e investigativa, como uma espécie de certificador, que comprove onde há notícia ou não.

Como sintetiza Edgar: “O que muda basicamente é a qualidade da informação que eu tenho que procurar: não é mais a informação nova, não é mais anunciar alguma

coisa, e sim interpretar, ou tentar dar sentido para essa alguma coisa”. Sendo que em alguns casos a busca será justamente pela “não notícia”, como explica o editor:

Muitas vezes, o que está repercutindo na rede social, está repercutindo na forma de mito [...] daqui a pouco isto é verdade, torna-se uma coisa uma coisa absolutamente verdadeira na cabeça das pessoas. De repente, a atuação do jornalista tem que ser justamente ir em busca da “não notícia”, ou seja, entrar em contato, checar [...], conferir se realmente isso que está circulando é verdade ou não. E, de repente, concluir que não é verdade.

No caso do *Notícias do Dia* esta diferença de qualidade de informação se evidencia inclusive no tratamento que as notícias recebem nas diferentes versões do jornal. Segundo Adriana, as informações que repercutem nas redes acabam sendo canalizadas mais para a edição online e depois contextualizadas, com mais análise, na edição impressa.

Paralelamente ao processo de adaptação do jornalista às práticas exigidas pelo contexto da internet, esta relação entre as edições online e impressa dos jornais é marcada ainda por uma falta de sincronia entre as novas rotinas e o modo tradicional de produção do jornal, como aponta Marcelo Fleury:

[...] a gente ainda produz jornal de uma maneira que não mudou muito dos anos 80 para cá no jornal impresso. A gente tem um repórter que apura, um cara que escreve no editor de texto (podia ser na máquina de escrever antigamente, mas agora é no editor de texto), passa por um subeditor que dá uma olhada nesse texto, que conversa com o diagramador, que decide o espaço na página, que corta esse texto, porque não coube tudo na página, que vai para página de diagramação. Da diagramação vai para uma leitura de revisão, a revisão bate essa página para o industrial, o industrial tira a chapa, faz a coisa, imprime o jornal. O processo é o mesmo, a lógica é a mesma, o horário de fechamento é o mesmo. Essa lógica não mudou e ainda opera assim, não pode mais ser assim. O digital entra nessa redação misturada, mas ele ainda não é o principal [...].

Segundo Marcelo, para completar a transição para o digital, seria necessário, por exemplo, alterar os atuais turnos de trabalho e repensar a lógica da produção do jornal:

Acho que esta mudança ainda vai acontecer e os processos vão ter que mudar todos, a gente não vai poder ter a menor equipe ou menos gente trabalhando de manhã do que a tarde, porque o horário nobre da audiência está de manhã. Então a gente vai chegar nesse momento. A gente teve várias revoluções ao longo desse processo, desde o surgimento da web, que também impactam no nosso negócio. Quando surgiram os *smartphones*, quando surgiu principalmente o *iPhone* em 2007, quando surgiu o *tablet* agora (não tem nem cinco, seis anos). Uma outra grande revolução, quando vier o *Google Glass*. A gente está cada vez mais com uma internet onipresente, com acesso cada vez maior à internet, com as pessoas usando cada vez mais, mas ainda está com processos antigos, então acho que a revolução mesmo nos processos ainda vai acontecer. Te explicando bem sucissamente acho que foi grande a revolução do PC dentro de uma redação, foi maior ainda a da internet e que se estendeu ao longo de alguns anos – não foi pontual – e vai ser maior ainda o que acho que vai acontecer.

Por fim, as considerações dos editores entrevistados sobre a reconfiguração do papel do jornalista no contexto da internet nos sinalizam a necessidade de repensar também os eixos de formação da área. Nesse sentido, Edgar Gonçalves Júnior observa o seguinte: “quando me formei em jornalismo, se falava muito em „tenho que saber escrever“, era um mantra. Hoje, acho que tem que saber perguntar, tem que saber ter dúvida. Saber escrever também é fundamental, mas, mais do que isso, tu tens que saber ter dúvida”.

A relação entre a tecnologia e a teoria na formação do profissional atualmente também é criticada pelo editor, que considera que ainda há muita ênfase à tecnologia em detrimento da teoria:

Quando a gente transforma o debate num mero debate tecnológico para saber qual é o tamanho do aparelho, qual é o tipo de tecnologia [...] a gente reduz a discussão, porque passa a discutir meios de informação e não conteúdo. Acho que cada vez mais a formação humanista do jornalista é vital, porque é isso que vai determinar se ele vai ter capacidade ou não de abordar de maneira independente essa confusão de informações que está aí fora, simplesmente isso. Nunca pesquisei isso, conheço as coisas na prática, mas vejo claramente este diferencial nas relações para determinar se o jornalista vai adiante ou não, se ele vai ser um protagonista da informação ou se ele vai ser um refém, eterno refém de informações que estão sendo colocadas, de pautas que são postas para ele. Para mim, a formação dele, a base dele, é simplesmente o que vai diferenciar a carreira, a trajetória e até a história desse jornalista. Então, para mim, seria muito mais interessante que o debate fosse muito mais para o lado da teoria, para o lado do conhecimento. Qual é a formação em filosofia, em sociologia, em história, em história da arte, em literatura, e os debates contemporâneos, que vocês estão fazendo? Como é que os que estão se formando estão nesse ponto? Porque é isso que vai diferenciar, é exatamente isso. Só para dar um pequeno exemplo: a questão da filosofia na formação do jornalista. É muito mais interessante para o jornalista abordar uma pauta se ele conseguiu entender que toda a história da filosofia – do conhecimento humano, do que é o ser humano – vem da admissão da própria ignorância [...]. É muito interessante chegar e te dar o benefício da dúvida: “Eu não sei sobre este assunto! Por isso que eu vou atrás dele, por isso que eu preciso descobrir”. Este tem que ser o motor. O que eu vejo, às vezes, é o contrário disso, são jornalistas mal formados que já vem achando que sabem. E, ao achar que sabe, é muito fácil para ele escorregar nas cascas de banana que a informação coloca – a informação pode ficar incompleta, pode ficar tendenciosa, pode cair no primeiro discurso que comprove sua pré-tese e aí complica.

Sobre a relação dos profissionais da redação com a internet atualmente, os relatos dos editores entrevistados oscilam entre dois eixos: a resistência de alguns em incorporar o uso das novas ferramentas e a tendência de outros, geralmente os profissionais mais jovens, em substituir os métodos tradicionais de apuração pelo contato das fontes via internet.

Sobre o primeiro aspecto, Marcelo Fleury adverte que a resistência às novas ferramentas nem sempre está relacionada à idade:

Olha, por incrível que pareça, não tem idade para isso. [Estou] falando pelas duas redações, porque vivi um pouco disso na *Zero Hora* também. Tem um repórter lá que tem 62 anos, é um dos mais premiados do Brasil – se chama Carlos Vagner, tem sete prêmios *Esso* – ele é repórter até hoje. Não que ele saiba mexer nas ferramentas, ele não sabe mexer nas ferramentas de publicação online (nosso *CMS*), mas quer estar no online, ainda que seja com ajuda. Ele não dá mais bola se está no impresso ou está no site – e ele quer estar no site primeiro. Então ele não tem resistência, resistência zero. Ele tem dificuldade de ferramenta, porque a nossa ferramenta é chata, todas as ferramentas de publicação na internet são. Às vezes, por outro, lado tem algumas pessoas que tem resistência. Mas não vejo isso atrelado à idade, às vezes tem pessoas que já chegaram aqui e que me surpreendem quando dizem assim numa entrevista de emprego (e a gente faz bastante aqui): “online eu gosto, mas o meu negócio é impresso”. Não consigo conceber uma pessoa de vinte e poucos anos dizer isso, sabe? Isso para mim é uma resistência maior – não pode ser!

Por outro lado, Adriana Ferronato considera que os profissionais mais jovens não só lidam melhor com as novas ferramentas como tendem a substituir as formas tradicionais de apuração da notícia pela internet:

É o mundo dos jovens de vinte e poucos anos, dessa geração. Digamos que é mais fácil para eles fazer uma matéria usando desses meios do que uma matéria tradicional, de ir até lá na fonte, buscar toda a informação. E a adaptação das pessoas que não viveram esse processo é muito de perfil e de o que tu queres da profissão. Tem que estar aberto, que ir a luta e buscar. Não é o natural, não nada como peixe na água, como a gurizada mais nova [risos]... Mas você aprende, usa e tudo vai bem.

Esta acomodação à internet também é identificada por Edgar Gonçalves Júnior:

[...] cria uma nova dependência sob certo aspecto. É muito curioso isso. De maneira geral, tá muito mais fácil. Agora, por outro lado, uma das coisas que a gente vê aqui na redação é uma inclinação ao jornalista fazer toda a sua apuração via internet e às vezes ele esquece que lá no olho-no-olho ele consegue captar certas riquezas ambientais, sons, situações, que talvez ele não consiga pegar tanto no ambiente virtual. Por outro lado, no ambiente virtual, tem outras coisas que ele pode captar muito bem e trazer pra dentro do seu texto jornalístico, que são outros detalhes interessantes.

A necessidade de reforçar o papel de verificação e certificação que foi destacada pelos jornalistas nas redações também vem sendo apontada por autores que tratam do futuro da profissão.

Ao abordar os processos que redefinem o jornalismo e sua identidade profissional no contexto da internet, Neveu (2010, p.30-31, grifo nosso) defende a atuação do jornalista como um verificador crítico das notícias, definindo o profissional como alguém que:

[...] coleciona fatos que não estão numa tela no seu escritório, como alguém que fala para as audiências que não sejam apenas consumidores, mas também cidadãos, como alguém que mantém autonomia suficiente para praticar as aptidões de um **verificador crítico das notícias**, e não a tarefa ambígua de lavar e passar como “notícias” as mensagens e os discursos das autoridades e das instituições poderosas.

Nesta mesma linha, Kovach e Rosenstiel (2010, p.175-181) apontam oito dimensões e funções que são requeridas do jornalista no contexto da internet:

1. **Autenticador:** quanto maior o número de fontes, maior é a necessidade da imprensa para ajudar a autenticar os fatos verdadeiros e confiáveis.
2. **Construtor de sentido:** contextualizar as informações também é um dos papéis que deve ser desempenhado pelo jornalista, diferente da interpretação das notícias, construir sentido implica em buscar conexões entre os fatos para ajudar a responder perguntas.
3. **Investigador:** a função de investigador público ou *watchdog* (cão de guarda) deve continuar, segue sendo essencial que o jornalismo exponha o que é mantido escondido pelas fontes oficiais.
4. **Portador de testemunhos:** é a função de observação do jornalismo, onde se mostra essencial ter em vista não cair na tentação de simplesmente fazer coro aos demais, mas acrescentar informações pertinentes – ainda que elas não signifiquem um aumento na audiência dos sites por exemplo.
5. **Capacitação:** a imprensa deve capacitar o cidadão para que ele alcance novas formas de conhecimento, processo que se dá de forma mútua: o cidadão é fortalecido por compartilhar experiência e conhecimento com os outros – entre eles, os jornalistas.
6. **Agregador inteligente:** alguém que monitore a web e realize a coleta de informações para além da atuação dos algoritmos e agregadores genéricos.
7. **Organizador de fóruns:** especialmente os jornalistas locais podem ajudar a estabelecer o diálogo necessário para a participação dos cidadãos.
8. **Modelo de comportamento:** os jornalistas devem entender que não só as suas histórias são públicas, mas também suas condutas; assim, a nova imprensa servirá inevitavelmente de exemplo para aqueles que quiserem atuar como jornalistas cidadãos.

Estas funções combinadas formariam uma espécie de trabalhador multitarefa da informação, modelo que Neveu (2010, p.41) também esboça ao conjecturar o papel do

jornalista no futuro. Em pesquisas recentes sobre a reconfiguração do papel do jornalista, como a de Adriana Barsotti (2012), também é apontada a função de mobilizador da audiência, transformando a participação do público em notícia<sup>31</sup>.

Grande parte das funções apontadas por Bill Kovach e Tom Rosenstiel já fazem parte do papel tradicional do jornalista, podemos considerar assim que a internet altera significativamente o mesmo – ao destituir das redações o monopólio sobre a informação e acrescentar novas práticas – mas que, por outro lado, a necessidade do profissional se vê reforçada, principalmente no aspecto de uma atuação crítica.

---

<sup>31</sup> Barsotti (2012, p.176) destaca o uso de ferramentas dedicadas à participação do leitor, como enquetes e editoriais exclusivos, além da atuação em páginas e contas nas redes sociais. Um exemplo de transformação da manifestação do público em notícia é a chamada na capa do site do jornal *O Globo* no dia 25 de junho de 2011: “Leitores pedem renovação na seleção que será convocada hoje”, fruto de uma enquete realizada pelo jornal sobre a convocação da seleção brasileira de futebol.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora bastante pontual, a contraposição entre os conceitos de *gatekeeping* e *gatewatching* nos parece uma ilustração significativa para se pensar a reconfiguração do papel social do jornalista na conjuntura da internet.

Por um lado, a internet abala diretamente as estruturas do jornalismo construído ao longo dos séculos 19 e 20, por fatores como a rentabilidade do negócio e a crise de identidade do jornalista, que já não detém sozinho os portões da informação.

Estes fatores podem ser observados no cotidiano, por exemplo, das redações de jornais diários, que são as principais afetadas pela crise financeira e ainda buscam um modelo de adaptação – a queda da circulação das edições impressas não consegue ser compensada pela publicidade das versões online, que no ambiente virtual perde valor devido à concorrência com os buscadores de informação e com as redes sociais.

Modelo que, na verdade, se busca há algum tempo: no início do século 20, Walter Lippmann (2008, p.276-277) já alertava para a dificuldade de financiamento dos jornais, uma vez que “ninguém pensa por um momento que ele deveria pagar por seu jornal [...] O cidadão pagará por seu telefone, suas viagens de trem. Por seu carro, sua diversão. Mas ele não paga facilmente por suas notícias”.

Da mesma forma, tenta se adaptar o processo de *gatekeeping* que se vê obrigado a levar em conta atuação do público em espaços virtuais – como observamos nas entrevistas, isto é feito principalmente nas redes sociais atualmente mais populares no Brasil, como o *Facebook* e, embora em menor medida, o *Twitter*.

Uma analogia interessante para a compreensão desta nova relação pode ser a comparação deste processo com uma situação vivida pelo rádiojornalismo esportivo: o uso dos rádios portáteis evidenciou, para os torcedores que acompanhavam os jogos de futebol simultaneamente no estádio e pelo aparelho, os eventuais exageros e deslizes dos narradores – fazendo com que, dali para frente, os radialistas se vigiassem mais.

Os relatos dos editores entrevistados na pesquisa nos indicam três aspectos deste processo de adaptação: (a) a demanda por incorporar a função de monitoramento das redes à rotina das redações, que em alguns casos, como no do *Diário Catarinense*, é experimentada com a criação de um cargo específico de gerente de mídias sociais; (b) a necessidade de checagem e verificação dos fatos que emergem destes espaços, o que dá ao jornalista o papel de certificador da informação; e (c) o entendimento de que cabe agora ao jornalismo, não apenas anunciar os fatos novos, mas fazer uma abordagem mais completa e aprofundada dos mesmos.

A forma de orientação ao público já não é exclusivamente o anúncio do fato novo – que se torna rapidamente conhecido por meio de outros canais, mais rápidos que a imprensa – mas da sua interpretação, do julgamento da sua importância ou mesmo da sua veracidade. Trata-se de situar o público em meio à diversidade de informações publicadas a cada minuto na era das tecnologias digitais.

O aspecto de verificação dos fatos, apontado também por pesquisadores como Erik Neveu (2010), não foge muito à tradição da prática jornalística construída antes do advento da internet. O que pode ser um indício de que, por outro lado, a demanda pela reconfiguração do jornalismo, não está ligada exclusivamente às alterações tecnológicas e culturais provocadas por esta ferramenta.

Assim, paralelamente aos efeitos provocados pela conjuntura da internet, que transformaram práticas como *gatekeeping*, parece existir uma crise mais específica do modelo produtivo do jornalismo, que se atrapalha para cumprir justamente uma de suas funções originais – a investigação dos fatos e a orientação do público.

Se por um lado o papel do jornalista ficou “mais sofisticado”, como observa o editor Edgar Gonçalves Júnior, ainda faltam, no atual modelo, os recursos para que essa maior responsabilidade, de verificação e certificação dos fatos, seja exercida.

Crise que é evidenciada em certa medida pelo questionamento da credibilidade dos veículos jornalísticos e, também, da insatisfação do público com o conteúdo, que dá indícios de não estar exclusivamente ligada ao deslumbramento com as novas tecnologias, mas com o fato da qualidade dos produtos jornalísticos já não corresponder à sua expectativa.

Neste sentido, talvez não falte muito ao jornalismo para se reinventar no Século 21, além de buscar modelos produtivos que tenham condições para priorizar mais nas suas rotinas a essência da profissão, de verificação dos fatos e orientação da sociedade.

Modelos alternativos são apontados por Leonard Downie Jr. e Michael Schudson (2009), que elencam seis fatores para a reconstrução do jornalismo nos Estados Unidos após a crise que afetou a economia e as redações norte-americanas.

Entre as sugestões dos autores estão: transformar as organizações jornalísticas em entidades sem fins lucrativos; aumentar o suporte de fundações filantrópicas a organizações jornalísticas que demonstram comprometimento com a cobertura de assuntos de interesse público; manter nas universidades públicas e privadas espaços para o exercício profissional – em semelhança ao que já acontece e outras áreas do conhecimento como, por exemplo, Direito e Medicina – para a inovação e pesquisa;

canalizar o dinheiro coletado pelas licenças de radiodifusão e pelos provedores de internet para a criação de um Fundo Nacional para Notícias Locais.

Se, como observa Patrice Flichy (2013), a internet constituiu um espaço para o desenvolvimento e consagração da competência dos sujeitos amadores, parece, em contrapartida, faltar ao jornalista um espaço que delimite a sua competência específica.

O que requer, certamente, investimentos não só no modelo de atuação do jornalista, mas também de formação deste profissional, como nos aponta Wolfgang Donsbach (2013) ao refletir sobre a profissionalização na área. Discussão que, no Brasil, conta também com a referência da pesquisa de Eduardo Meditsch (2012).

Por fim, consideramos que para se pensar a reconfiguração do papel do jornalista com mais propriedade seria essencial considerar também o envelhecimento do público consumidor de notícias e voltar-se para as gerações que estão substituindo este público – como, por exemplo, no trabalho desenvolvido pela ONG News Literacy, nos Estados Unidos – abordagem que sugerimos para pesquisas futuras.

## REFERÊNCIAS

ADLER, Ben. Juventude transmidiada. **Revista de jornalismo ESPM**, São Paulo, ano 2, n. 6, p.24-41, 2013.

BALDESSAR, Maria José. **A mudança anunciada: o cotidiano dos jornalistas com o computador na redação**. Florianópolis: Insular, 2003.

BARSOTTI, Adriana. **Transformações contemporâneas nas práticas jornalísticas: o jornalista on-line como mobilizador de audiência**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2013.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. 2.ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. New York: Peter Lang, 2005.

BRUNS, Axel. **Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond: from production to produsage**. New York: Peter Lang, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. atual. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

CHALABY, Jean. O jornalismo como invenção anglo-americana: comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano. **Media e Jornalismo**, Lisboa, Ano 2, n. 3, p. 29-50, 2003. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/mediajornalismo/article/viewFile/6120/5580>>. Acesso em: 4 fev 2014.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Linguagem dos conflitos**. Lisboa: MinervaCoimbra, 2001.

DOWNIE JR, LEONARD; SCHUDSON, Michael. The reconstruction of American Journalism. **Columbia Journalism Review**, Nova York, out 2009. Disponível em: <[http://www.cjr.org/reconstruction/the\\_reconstruction\\_of\\_american.php?page=all](http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php?page=all)>. Acesso em: 4 fev 2014.

FIDALGO, Joaquim. **O jornalista em construção**. Porto: Porto Ed., 2008.

FLICHY, Patrice. Os amadores no mundo digital: rumo a uma nova democracia de competências. SEMINÁRIO DA ESCOLA DE ALTOS ESTUDOS, 3., 2013, São Leopoldo: Unisinos, 2013. Web-conferência.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide:** para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Ortiz, 1997.

GUERREIRO NETO, Guilherme. 2013. **O discurso de legitimação do jornalismo:** a instituição inscrita nos editoriais. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

GILLMOR, Dan. **We the media:** grassroots journalism by the people, for the people. O'Reilly, Sebastopol, Canadá, 2004.

HAUSMAN, Carl. **The decision-making process in journalism.** Chicago: Nelson-Hall, 1953.

História da Wikipedia. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria\\_da\\_Wikip%C3%A9dia](http://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria_da_Wikip%C3%A9dia) . Acesso em: 24 nov. 2013.

Wikipedia pode ser “tão precisa quanto Britânica”. Disponível em: [http://www.bbc.co.uk/portuguese/ciencia/story/2005/12/051215\\_wikipediacomparacaofn.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/ciencia/story/2005/12/051215_wikipediacomparacaofn.shtml). Acesso em: 24 nov. 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **The elements of journalism:** what newspeople should know and the public should expect. New York: Three Rivers, 2007.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Blur:** How to know what's true in the age of information overload. Bloomsbury, 2010.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia.** Florianópolis: Insular: Ed. da UFSC, 2001.

LASSWELL, Harold. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In.: BRYSON, Lyman (Org.). **The communication of ideas.** Nova York: Harper & Brothers, 1948.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

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

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. 2.ed. rev. e atual. São Paulo: Loyola, 2006.

MEDITSCH, Eduardo. **Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está por vir**: a função social da Universidade e os obstáculos para a sua realização. Florianópolis: Insular, 2012.

MELO, José Marques de. **História do jornalismo**: itinerário crítico, mosaico contextual. São Paulo: Paulus, 2012.

NEVEU, Erik. As notícias sem jornalistas: uma ameaça real ou uma história de terror? *Brazilian Journalism Research*, v.6, n.1, 2010.

PARISER, Eli. Tenha cuidado com os "filtros-bolha" online. 2011. Disponível em: [http://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles.html](http://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles.html). Acesso em: 25 jun 2013.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In.: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (Orgs). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PEW RESEARCH CENTER'S PROJECT FOR EXCELENCE IN JOURNALISM (Estdos Unidos). **The State of News Media 2013**. Disponível em: <<http://stateofthemedias.org>>. Acesso em: 17 nov 2013.

RAMONET, Ignácio. **A explosão do jornalismo**: das mídias de massa às massas de mídia. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RUBLECKI, Anelise; SILVA, Alexandre. Jornalismo líquido: tendências de ampliação do campo. *Brazilian Journalism Research*, v.8, n.1, 2012.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim. **Teoria do gatekeeping**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SHOEMAKER, Pamela et al. Os leitores como gatekeepers das notícias on-line: Brasil, China e Estados Unidos. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n.1, 2010.

SILVA, Mariana. Uso das redes sociais em plataformas de produção colaborativa de informações: análise dos casos Slashdot, Overmundo e PACJOR. Intercom Sul, 2011.

SOUZA, Jorge Pedro. Tobias Peucer: progenitor da teoria do jornalismo. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-tobias-peucer.pdf>>. Acesso em: 4 fev. 2014.

TORTURRA, Bruno. Palestra com Bruno Torturra Jornalista do grupo Mídia Ninja e Pós TV. In: SEMANA ACADÊMICA DE JORNALISMO DA UFSC, 12., 2013, Florianópolis.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

WHITE, David M. O *gatekeeper*: uma análise de caso na seleção de notícias. In.: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, teorias e estórias**. [s.l.] Vega, 1999.

ZILLER, Joana; MOURA, Maria Aparecida. Usuário antropofágico e produsage: novas lógicas de relação com o jornalismo. In.: SILVA, Gislene (Org.). **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador, Brasília: EDUFBA/COMPÓS: 2011.

**APÊNDICE**

## APENDICE A - Entrevista I

**Entrevista com Adriana Ferronato, editora-chefe do *Notícias do Dia*, realizada em 8 de outubro de 2013 na sede do jornal, em Florianópolis.**

**Mariana Silva: Há quanto tempo desempenha a função de seleção de notícias que serão publicadas - *gatekeeping*?**

**Adriana Ferronato:** Há muito tempo. Praticamente toda a minha experiência é na edição e na chefia, ao mesmo tempo com a reportagem. Desde que comecei a trabalhar, eu mesma selecionava boa parte das minhas pautas. Então, desde o início eu exercia esse poder de escolher, de selecionar muita coisa do dia a dia. Isso é importante, tu já fazes essa escolha. Pelo que acompanha, tu tens mais condições de [dizer] “isso aqui é mais relevante, isso aqui não é”, de fazer essa primeira limpeza da pauta. Claro que tudo tem critério. Não é o que eu acho que é importante – embora sempre tenha algum aspecto pessoal nisso. Mas a gente sempre tem alguns critérios que são do jornalismo: relevância, atualidade, o quanto as pessoas tem interesse naquilo, a quem interessa. Uma notícia pode interessar duas pessoas e pode interessar a população inteira. Então, a gente sempre tem esse critério bem básico do jornalismo, que é da factualidade, da atualidade, da relevância. Acho que principalmente da relevância do tema, do ineditismo também.

**MS: Sobre a questão de você mesma ter escolhido suas pautas, quem faz isso na redação hoje, de pensar as pautas (agora que a figura do pauteiro caiu)?**

**AF:** A função do pauteiro eu acho que caiu. Faz um bom tempo que não se trabalha com isso. Quando eu comecei a trabalhar até tinha um pauteiro, mas a gente sempre participava da pauta. E quem era setorista de alguma área, política ou esporte, praticamente pautava o pauteiro. Na verdade o que existe é o chefe de reportagem, que é o que organiza. Aqui no ND, desde o início a gente trabalha assim: a pauta tem que vir de baixo para cima, para alimentar um jornal de cidade – ele tem que estar ligado com o que a cidade está vivendo. Todo mundo tem que trazer pauta. Mas a obrigação, digamos, de montar a pauta é dos editores e se concentra no chefe de reportagem, que gerencia tudo, que daí distribui os recursos e faz o jornal girar em função do que ele foi alimentado e agrega ali o que vai acontecendo fora do previsto. A gente tem essa pauta coletiva, que é tudo que a gente recebe de fora – de leitor, de assessorias de imprensa – e a pauta nossa (cada repórter da rua que viu, cada editor). A pauta chega por mil canais. E aí a gente vai chegar ao que tu estás discutindo, que hoje ela chega de mais canais

ainda. Digamos que até certo momento, no máximo ela chegava por carta [risos]. Aí ela passou a chegar por telefone (tinha época que era uma loucura, o telefone não parava de tocar, as pessoas ligavam para o jornal para passar). Começou a passar por e-mail e aí começou a chegar por todos os meios, pelas redes, pelo *Twitter*, pelo *Facebook*. A carta hoje já é uma coisa que vai para o museu da imagem e do som. Mas a pauta é coletiva para que o jornal reflita o que as pessoas estão pensando. Essa é a pauta de jornal local.

**MS: Considera que a chegada de novas ferramentas de comunicação (como computador, internet, redes sociais) às redações alterou de alguma forma o desempenho da sua função? Como?**

**AF:** Altera porque tu tens que considerar esta via, tu tens que considerar o que entra por meio das redes sociais na pauta, na decisão. É uma coisa a mais para avaliar naqueles critérios todos. Então, todo mundo tá comentando um assunto, tá bombando no *Twitter*, tá todo mundo postando. Tu tens que considerar isso e daí escolher: tá todo mundo falando, mas isso é importante? Isso é só uma troca de informação entre um grupo, não tem tanta relevância? Vamos usar o caso da Isadora, que se transformou numa notícia nacional. Até que virou notícia, ela já tinha circulado antes, estava gerando comentário. Às vezes, as redações ainda estão muito no método tradicional. A Isadora foi um caso que todo mundo poderia ter entrado antes no assunto se tivesse dado importância mesmo como notícia para a menina que estava fazendo aquele trabalho em relação à escola dela – que depois se transformou numa coisa maior. É isso, a gente tem que considerar o que entra pelas redes sociais, o que chega até a gente. No *ND* a gente trabalha com a redação online integrada, a gente consegue ter um foco melhor. Não tem como uma pessoa ficar o tempo todo, mas tem sempre alguém dentro da redação atento ao que está rolando nas redes sociais – e aí, acende o sinal de alerta. Além dos assuntos que estão sendo os mais comentados, ou as coisas mais acessadas, tem as coisas novas também. [Por exemplo], alguém que renunciou e tu ficas sabendo no *Facebook*, em qualquer outra rede, e tem que correr, como se fosse antigamente o telefone.

**MS: Um comunicado oficial, por exemplo?**

**AF:** Um comunicado oficial [sim]... [Mas] muita coisa antes do oficial está ali na rede. Tu podes perder um tempo para checar, porque quando é um comunicado oficial você confia. Mas vamos trabalhar então com a hipótese de uma caída de técnico de futebol. Tudo começa ali num burburinho: “caiu o técnico, caiu o técnico”. Aí o que a equipe começa a fazer? Começa a checar com as fontes oficiais, até chegar à conclusão de que é. A grande preocupação do jornal é a veracidade do que tá na rede. Porque enquanto tá

na rede, se ela não é verídica – se é invenção, criação – é uma coisa. Se ela não tiver essa verificação e for para o jornal impresso, ela vai se tornar real e vai estar documentada – e esse é o risco que ainda a gente corre, de não checar o quanto deveria a informação que está nas redes.

**MS: Nesse sentido, você considera que pode ter um contraponto, de uma vantagem de ter acesso a mais informações, mas por outro lado ter talvez um tempo maior de checagem? Porque parece que se demora mais a chegar a versão oficial às vezes...**

**AF:** Sim, tem. Você tem mais informação disponível, mas leva mais tempo para checar. Por outro lado, a gente percebe que o mundo oficial se abre um pouco mais. No momento que já está na rede, não tem como segurar muito tempo a confirmação de um fato. Tem muita coisa que chega e não está muito claro para ninguém até que ponto é notícia tudo que está na rede. Tem muita coisa que a gente transforma em notícia, de celebridade, artista, de pessoas que querem seus cinco minutos de fama. Acho que a imprensa, na ânsia de também ter audiência, de aproveitar, ela embarca um pouco nessa onda. Mas são coisas que não duram 24 horas.

**MS: Minha próxima pergunta seria se você considera que a repercussão de um assunto nas redes sociais pode ser um critério para sua avaliação sobre a publicação de uma notícia. Você já respondeu de certa forma citando o exemplo da Isadora...**

**AF:** Sim. Tem que ser considerado como critério. Tem que ter muita avaliação, é aquilo que eu estava falando antes: vou na onda? Tá todo mundo falando vou falar também? Mas porque vou falar? A gente começa a fazer esse tipo de questionamento. Só ir na onda é fácil. Principalmente na versão online dos jornais, mas depois para o impresso, se faz ainda mais uma seleção. Muitas vezes o que dá um super ibope no online não é realmente a notícia para o impresso. A pessoa está buscando no impresso outro tipo de informação para sua vida cotidiana, não é tanto o oba-oba de celebridades ou o bizarro. Isso também a gente tem que ter o cuidado, de não embarcar na onda do coletivo, e fazer o que o jornalista tem que fazer, que é conseguir observar a relevância daquilo, a importância para o público que ele alcança.

**MS: Esse outro tipo de informação que o público procura no impresso, passa por mais análise você acha? O impresso teria hoje esse papel de se aprofundar mais na análise?**

**AF:** Passa também. A profundidade para dar o assunto mais completo, com principio, meio e fim. O que está sendo comentado numa rede é um lado – [por exemplo], a joana

está falando do João, mas o que o João está dizendo? Então, o jornal tem que fazer o contraponto, tem que escutar mais fontes. Esse tipo de trabalho é só o jornal que faz, de dar a dimensão do fato. A rede social é importante porque ela ajuda em forma, ela dá um lado ou vários e tu vai ter que agregar todos eles. Mas o jornalista é que tem que buscar o contraponto, checar a informação, ver os vários ângulos e implicações daquilo. E talvez seja isso que o leitor busca no impresso (e em suas versões online, claro). O que se produz muito em rede é informação, mas não é notícia. Porque a notícia tem uma hierarquia e tem essa questão fundamental que é a do contraponto, que eu acho que é importante, que não se perde no jornalismo impresso e nem no jornalismo online.

**MS: O sociólogo Dominique Wolton afirma que o impacto das novas tecnologias deve ser avaliado a partir de dois princípios: (1) o reconhecimento de que toda comunicação é uma relação de força; e (2) a análise do que se ganha e o que se perde com cada nova forma de comunicação. Como avalia a aplicação destes dois princípios ao jornalismo no contexto da internet?**

**AF:** Uma coisa que se perde é essa percepção da importância, da relevância das coisas, da dimensão do fato (que eu já comentei nas outras questões). Às vezes, o barulho que está sendo feito na rede ganha um volume muito grande comparado à importância daquele assunto. Nesse momento, acho que a gente tá dando valor muito grande para voz que chega por meio da rede social e acaba perdendo um pouco o critério, a crítica. Porque essa voz também tem que ser analisada criticamente – quem é que está falando? Quem são essas pessoas? O que move essas pessoas? Essas pessoas vão compartilhando com uma com a outra... mas o que tem de concreto ali? É um aglomerado de gente aquilo, mas sempre tem um interesse que move, em alguns casos. Tem coisas muito boas, positivas, campanhas. Mas tem coisas que são para prejudicar alguém ou alguma instituição. Acho que nesse momento a gente tá sem saber como lidar muito ainda. A gente teve o recente episódio dos protestos que se organizaram – ou que se mobilizaram, porque não era muito organizado – por meio das redes, que foi um exemplo de como a gente não sabe bem o que é. Aquele movimento vinha crescendo, crescendo, até que chegou na rua. A gente tem que saber fazer a crítica do barulho da rede social, acho que é esse nosso papel.

**MS: E o que ganharia?**

**AF:** O que a gente ganha é isso, compartilhar a informação. A informação não está segregada, ela está com todo mundo. Qualquer pessoa com acesso à rede pode participar da construção do jornal, da construção da notícia, se ela tiver interesse – se ela quiser

dar a opinião dela, revelar alguma coisa. Isso a gente ganha. Mas se a gente não tiver a capacidade de fazer a crítica, não serve para nada.

**MS: Comparando a chegada dos computadores nas redações, na década de 80, e da internet e das redes sociais nos últimos anos, avalia que o primeiro acontecimento pode ser considerado mais “revolucionário” do que o segundo, no sentido de alteração das práticas jornalísticas? Por quê?**

**AF:** A entrada do computador é uma mudança mais operacional, ela deu mais liberdade de movimento, deu mais tempo. Com a máquina de escrever você não conseguia mandar sua matéria de longe, por mais que fosse a máquina portátil. E no começo também não tinha internet, você podia gravar lá num disquete [risos]. Mas a entrada dessa tecnologia no jornal, foi uma coisa muito interna, muito da produção. Facilitou, melhorou qualidade, a gente ganhou tempo, eliminou custo – porque várias funções acabaram caindo, da parte de montagem do jornal. Foi uma revolução só do jornalismo, da prática bem operacional. A internet – e depois com tudo que veio junto, rede social, *Google*, tudo – foi uma coisa da sociedade. A sociedade teve outros meios de comunicação que o jornalismo teve que assimilar. Comparando assim a internet é uma coisa bem mais importante do que foi a entrada do computador na redação.

**MS: No momento de transição, da chegada dos computadores houve certa resistência, devido ao corte de funções. Apesar desta relação não estar colocada pela internet, nota alguma resistência ao uso dela hoje?**

**AF:** Engraçado. Quando entraram os computadores na redação, teve muita gente que fugiu – literalmente, [disseram] “eu não quero isso aqui, eu não vou trabalhar com isso” –, que queria ficar com a máquina de escrever. Com a internet, foi mais ou menos a mesma coisa. Tem pessoas que resistem, resistem e resistem... Até que não dá mais para resistir. O que eu acho que é natural. Não deveria né? Porque a gente que trabalha com jornal, deveria estar sempre aberto a tudo que vem de novo, não deveria ter nenhum tipo de resistência. Com a internet, tem um pouco de bloqueio, de como lidar com aquilo tudo – porque, além de tudo que tu tens que fazer na redação, agora tem também que olhar essa “porcaria de internet” [risos]. Quer dizer, não chega ter que olhar o e-mail, atender o telefone, atender as pessoas... Tem que olhar o *Facebook*, o *Twitter*.

**MS: Então seria mais nesse sentido de aprender a lidar com uma novidade...**

**AF:** É. Porque para boa parte do pessoal que tá dentro da redação, do pessoal um pouco mais velho, é um complicador – tu já não sabias lidar com o computador, daí teve que aprender, chega a internet também, que te obriga a lidar com o mundo virtual. Tem

muita gente que não conseguiu fazer essa transição. E em relação às funções, quando entrou a tecnologia de computador e outras coisas na redação, muitas coisas desapareceram. Com a chegada da internet, eu diria que funções apareceram, porque obriga a ter gente mais dedicada para monitoramento. Não adianta pensar que com tanta gente mandando informação para o jornal, nós vamos precisar de menos gente. Pelo contrário, a gente precisa de mais gente para fazer essa conexão com as pessoas. Elas querem se comunicar. Você tem que dar uma resposta, respondendo a elas, ou publicando, ou compartilhando... Mas elas querem se comunicar com você e não simplesmente enviar uma coisa estática.

**MS: Considera regra que as pessoas mais novas lidam bem com as redes sociais?**

**AF:** As mais novas sim. É o mundo dos jovens de vinte e poucos anos, dessa geração. Digamos que é mais fácil para eles fazer uma matéria usando desses meios do que uma matéria tradicional, de ir até lá na fonte, buscar toda a informação. E a adaptação das pessoas que não viveram esse processo é muito de perfil e de o que tu queres da profissão. Tem que estar aberto, que ir a luta e buscar. Não é o natural, não nada como peixe na água, como a gurizada mais nova [risos]... Mas você aprende, usa e tudo vai bem.

**MS: Algo mais a acrescentar?**

**AF:** Acho que a discussão do impresso e do online, tem que considerar que o online também é jornalismo. E as redes sociais influenciam mais ainda as versões online, do que as versões impressas. Como cada vez mais os jornais que tem a edição impressa e o online trabalham integrados, é natural que haja essa canalização do que chega por meio das redes. No jornalismo online, acho que é mais usada ainda a informação que chega por meio das redes. E o impresso faz uma seleção mais refinada de tudo isso.

**MS: Sobre essa questão da integração, como funciona a divisão de equipes?**

**AF:** O *ND* não tem diferenciação, todos trabalham para a mesma equipe. São duas plataformas, mas é a mesma equipe que alimenta os dois. Tem uma equipe de edição que é dedicada só ao [portal] *RIC Mais*, que são os editores e redatores. Mas o jornal não tem equipe separada, é a mesma equipe.

**MS: Sobre essa questão de monitorar as redes e de checar, tem alguém que concentre mais essa função?**

**AF:** Não.

## APENDICE B – Entrevista II

**Entrevista com Edgar Gonçalves Júnior, editor-chefe do *Diário Catarinense*, realizada em 10 de outubro de 2013 na sede do jornal, em Florianópolis.**

**Mariana Silva: Há quanto tempo desempenha a função de seleção de notícias, de editor-chefe/gatekeeping ?**

**Edgar Gonçalves Júnior:** Sou editor-chefe desde 2000, portanto há treze anos.

**MS: Considera que a chegada de novas ferramentas de comunicação (como computador, internet, redes sociais) às redações alterou de alguma forma o desempenho da sua função? Como?**

**EG:** Totalmente. Sou um jornalista que começou numa época em que não havia internet, fico aqui tentando lembrar e hoje me parece quase um exercício de ficção imaginar como se fazer um jornal, como a gente conseguia trabalhar, sem a internet. Era tudo muito mais difícil, a informação tinha um ritmo de chegada muito mais lento, acho que ela transitava com muito mais lentidão. E, avaliando de maneira bem empírica, eu vejo o seguinte: justamente por isso o jornalista era mais poderoso, no sentido de que era mais detentor de informações do que hoje, em relação à média das pessoas. Quando comecei a trabalhar, se apurasse e fizesse cinco entrevistas para produzir uma reportagem – por telefone ou pessoalmente – eu estava muito mais bem informado sobre esse assunto do que a esmagadora média das pessoas. Hoje, se eu fizer o mesmo trabalho de apuração com cinco pessoas a respeito de determinado assunto, eu até posso construir uma visão global deste assunto, mas provavelmente não vou me diferenciar tanto assim da média das pessoas, não vou trazer coisas que as pessoas já não saibam e não vou ter acesso a informações que as pessoas já não dominem. Então mudou muito, mudou completamente a atuação do jornalista nesse período.

**MS: Como fica isso especificamente em relação ao trabalho diário de selecionar a informação que vai ser interessante, se como você já disse, muita coisa o público já sabe?**

**EG:** Acho que muda muito. Se, há 25 anos, a gente tinha a ilusão de contar alguma coisa que as pessoas não soubessem no jornal do dia seguinte, hoje essa ilusão é quase nula. É uma exceção eu contar alguma coisa que as pessoas não saibam no jornal do dia seguinte. E mesmo no site, na notícia espontânea, ao vivo, que a gente produz para colocar na internet imediatamente, é bem possível que muitas pessoas já saibam quando

a gente publica ali. O que muda basicamente é a qualidade da informação que eu tenho que procurar: não é mais a informação nova, não é mais anunciar alguma coisa, e sim interpretar, ou tentar dar sentido para essa alguma coisa. E é aí que eu vejo hoje o jornalista trabalhar e atuar muito mais fortemente.

**MS: Considera que a repercussão de um determinado assunto em espaços virtuais, como as redes sociais, influencia na sua decisão de publicar ou não uma notícia sobre o mesmo? Nesse sentido, considera que a participação do público nestes espaços pode ser um critério para sua avaliação sobre a publicação de uma notícia?**

**EG:** Acho que sim. Considero impossível trabalhar hoje, sem observar esta efervescência, esta reação, como o é que as pessoas estão comentando este assunto na rede social. E dá para fazer essa avaliação por mil aspectos, tanto pelo positivo – tipo assim: “puxa! Essa é uma notícia então que interessa muito as pessoas!” – e isso pode me guiar, ser uma “bússola” interessante para eu definir o conteúdo do jornal onde eu trabalho, como também pode gerar decisões até de não noticiar (não sei se “não noticiar” é a expressão certa, mas pode, por exemplo, gerar uma abordagem diferente por parte do jornalista). Muitas vezes, o que está repercutindo na rede social, está repercutindo na forma de mito, não é? Vou dar um exemplo: circula um boato de que no dia x a NASA [Administração Nacional da Aeronáutica e do Espaço, em português] vai fazer um anúncio bombástico que pode mudar a história da humanidade e começa a se especular que este anúncio é a descoberta de vida em outro planeta. Perfeito, isso toma conta imediatamente da nuvem das redes sociais, as pessoas começam a discutir, daqui a pouco isto é verdade, torna-se uma coisa uma coisa absolutamente verdadeira na cabeça das pessoas. De repente, a atuação do jornalista tem que ser justamente ir em busca da “não notícia”, ou seja, entrar em contato, checar diretamente com a NASA, conferir se realmente isso que está circulando é verdade ou não. E, de repente, concluir que não é verdade, a NASA jamais disse isso, jamais anunciou essa entrevista coletiva, jamais se aventou essa possibilidade e tudo o que aconteceu a partir dali foram mitos de pessoas que não checaram – aí, o papel do jornalista entra muito mais como um certificador das coisas. Nesse caso, ele vai comprovar que ali não existia notícia, era um boato e a maioria das pessoas não tem essa obrigação de ser o chegador das informações, muita gente não está nem aí pra isso – muita gente entra ali justamente com outro espírito, quer ver o circo pegar fogo e isso é válido, faz parte da comunicação nas redes sociais. O papel do jornalista ficou bem mais sofisticado nesse aspecto, a

gente tem que pensar muito mais no que é notícia, no que não é notícia e de que forma a gente vai atuar naquele momento, naquele mundo. Mas acho importante também deixar claro que, na minha opinião, a humanidade nunca viveu um período tao rico em matéria de informação. Posso estar enganado, posso estar cometendo aqui um pecado do desconhecimento histórico, mas a profusão de informações que temos com o advento da internet é algo singular na história da humanidade e é muito interessante, não só porque mudou a nossa forma de atuar como jornalistas (isso é uma coisa pequena até), mas porque estamos vivendo um momento único. É um acesso enorme das pessoas à informação e certamente já trouxe muita transformação – e vai trazer ainda muito mais – acho que é um momento riquíssimo para estarmos vivos e presenciando.

**MS: Tenho notado pesquisando, e mesmo entrevistando outras pessoas, que está omecando a se falar muito isso: que é um período rico não só para informação, mas também para o jornalismo. Essa questão do papel do certificador, de ficar mais sofisticado o papel do jornalista. Acha que nesse sentido o jornalista precisa ser mais crítico, precisa se pensar mais a formação do jornalista?**

**ER:** Acho que ele tem que ter uma base maior, uma formação mais profunda, acho que sim. O que vejo hoje nos debates, quando estou em contato com a universidade ou em contato com pessoas, vejo muita ênfase à tecnologia e pouca ênfase à teoria. Quando a gente transforma o debate num mero debate tecnológico para saber qual é o tamanho do aparelho, qual é o tipo de tecnologia – se vai ser transmissão por A, por B, por cabo, por fio, por telepatia, ou por não sei o quê – a gente reduz a discussão, porque passa a discutir meios de informação e não conteúdo. Acho que cada vez mais a formação humanista do jornalista é vital, porque é isso que vai determinar se ele vai ter capacidade ou não de abordar de maneira independente essa confusão de informações que está aí fora, simplesmente isso. Nunca pesquisei isso, conheço as coisas na prática, mas vejo claramente este diferencial nas relações para determinar se o jornalista vai adiante ou não, se ele vai ser um protagonista da informação ou se ele vai ser um refém, eterno refém de informações que estão sendo colocadas, de pautas que são postas para ele. Para mim, a formação dele, a base dele, é simplesmente o que vai diferenciar a carreira, a trajetória e até a história desse jornalista. Então, para mim, seria muito mais interessante que o debate fosse muito mais para o lado da teoria, para o lado do conhecimento. Qual é a formação em filosofia, em sociologia, em história, em história da arte, em literatura, e os debates contemporâneos, que vocês estão fazendo? Como é que os que estão se formando estão nesse ponto? Porque é isso que vai diferenciar, é

exatamente isso. Só para dar um pequeno exemplo: a questão da filosofia na formação do jornalista. É muito mais interessante para o jornalista abordar uma pauta se ele conseguiu entender que toda a história da filosofia – do conhecimento humano, do que é o ser humano – vem da admissão da própria ignorância (a partir daí se constrói toda a teoria). É muito interessante chegar e te dar o benefício da dúvida: “Eu não sei sobre este assunto! Por isso que eu vou atrás dele, por isso que eu preciso descobrir”. Este tem que ser o motor. O que eu vejo, às vezes, é o contrário disso, são jornalistas mal formados que já vem achando que sabem. E, ao achar que sabe, é muito fácil para ele escorregar nas cascas de banana que a informação coloca – a informação pode ficar incompleta, pode ficar tendenciosa, pode cair no primeiro discurso que comprove sua pré-tese e aí complica. Para mim a grande questão está aí, por isso que essa democratização da informação, a rede social e tudo mais, está exigindo uma formação muito maior, muito melhor do jornalista – isso é fantástico, isso é bárbaro.

**MS: E acho que o próprio público nota isso, porque tem cobrado credibilidade – inclusive, nas manifestações de julho, isso ficou muito claro. E também tem cobrado muita qualidade.**

**EG:** Total. Disso depende a vida ou a morte de um veículo e de um jornalista, da sua credibilidade. Está muito mais difícil e está separando o joio do trigo de uma maneira muito interessante. O que vejo, às vezes, é um vício (vejo e me coloco lá dentro, porque venho dessa escola): quando me formei em jornalismo, se falava muito em “tenho que saber escrever”, era um mantra. Hoje, acho que tem que saber perguntar, tem que saber ter dúvida. Saber escrever também é fundamental, mas, mais do que isso, tu tens que saber ter dúvida.

**MS: O sociólogo Dominique Wolton, que segue uma linha de crítica às novas tecnologias, considera que o impacto delas deve ser avaliado a partir de dois princípios: o reconhecimento de que toda comunicação é uma relação de força; e a análise do que se ganha e o que se perde com cada nova forma de comunicação. Como avalia a aplicação destes dois princípios ao jornalismo no contexto da internet?**

**EG:** É interessante... Se a gente for abordar a comunicação como uma relação de força, é quase como considerar bem sucedida uma situação em que tu consigas trazer para o ambiente da comunicação os teus referenciais. Ou seja, aquilo passar a dominar aquela relação de comunicação, a impor os referenciais, de teoria, semiológicos. Nesse aspecto, se a gente entender isso como verdadeiro – tentando ser didático – eu, Edgar, passarei a

ter uma comunicação melhor sucedida a partir do momento que conseguir influenciar meu público para as coisas que acho importante. Quais são as coisas que o Edgar acha importante? Digamos que eu seja um protetor dos animais. A partir do momento que conseguir implantar na minha atuação como jornalista pautas, debates, sobre proteção aos animais, sou melhor sucedido. Em qualquer redação, por exemplo, tu encontra cem pessoas, com cem referenciais diferentes e cada uma achando alguma coisa interessante ou não. Existe um mito lá fora de que “isso aqui saiu no jornal porque o dono do jornal pediu”. O dono do jornal, na empresa que eu trabalho, não pede coisas – e mesmo que pedisse, sou um cara crítico, posso dizer: “olha tá me pedindo eu não tô concordando”, então não vou fazer, não sou obrigado a fazer, não sou um robô a serviço de ninguém. Então, cada vez mais essa relação de poder, se é que ela existe, está na mão do jornalista, ele é o protagonista dessa relação – de colocar as suas pautas, a sua visão de mundo, dentro da pauta do jornal. Acho que, desde que o mundo é mundo, desde que convivo dentro das redações, existem sim pessoas com mais facilidade pra fazer essa influência dentro de uma redação. E isso não falo por hierarquia, as vezes não é o editor chefe, é o repórter que tem a melhor sacada, que conseguiu fazer a melhor investigação – ele naturalmente coloca a sua pauta, impõe, e as coisas acontecem. Acho que se isso é verdade, cada vez mais reforça aquilo que eu falei na resposta anterior, cada vez mais as pessoas que sabem ver melhor, sabem ver com mais abrangência, acabam se dando melhor nessa relação, se é que a gente pode dizer assim. Por outro lado, a gente tem outro público lá fora, que pode também decretar o que é informação e o que não é. Digamos, eu, Edgar, sou um defensor dos animais, então eu acho que a manchete do jornal tem que ser sobre defesa do animais. De repente, o público lá acha que não é esse o assunto, é outro, sei lá... Mobilidade urbana. Cada um tem o seu, esse embate é permanente. Não sei se te respondo, mas eu não gosto de ver isso como uma relação de força. Porque o que eu ganharia?...

**MS: Na verdade, essa discussão da relação de força é mais complexa e não é tanto meu interesse nesse trabalho... mas, deixando um pouco de lado esse aspecto, o que fica em jogo para o jornalismo? O que ele perde e o que ele ganha com a internet nas redações, com o uso das redes sociais?**

**EG:** Acho que ele só ganha. Ganha porque tem muito mais fontes de informação, muito mais abastecimento e ganha também porque tem a sua credibilidade testada ao vivo. Um erro, ele é imediatamente visto, apontado, questionado. O jornalista, e o próprio veículo, pode ter sua credibilidade derrubada em questão de horas, minutos, segundos, se

cometer um erro. Acho que o jornalismo só ganha com isso, porque ele se torna menos dono da verdade. As coisas passam a ser mais testadas, a informação está um pouco mais compartilhada... Não há mais aquele desequilíbrio entre o jornalista detentor de todas as informações e o público, lá embaixo, que recebe essas informações do jeito que o jornalista decidiu. Não é mais uma relação de passividade.

**MS: Você considera essa troca positiva?**

**EG:** Muito melhor, melhor em todos os aspectos. Porque a visão crítica sobre o que o jornalista faz se torna instantânea. Tu podes até dizer: “ah, mas as pessoas em geral são ignorantes e o que tá ali nas redes sociais é um conteúdo quase que medieval, as pessoas acreditam em mitos medievais”. Eu não concordo, mas mesmo que fosse verdade, ainda assim seria interessante para o jornalista despertar para o seu público. Se as pessoas estão acreditando em mitos medievais, o que eu posso fazer pra derrubar esses mitos medievais, dentro dessa relação com o meu público? Se tornou melhor, se tornou mais interessante. Antes, quando eu comecei, no máximo uma carta pra um jornal era enviada, que o jornalista levava em conta se quisesse – se quisesse, porque tinha toda uma arrogância da figura do jornalista. E hoje se ele não leva em conta o que está nas redes sociais, uma saraivada de e-mails, um monte de compartilhamento, esse cara tá perdido.

**MS: E aquela questão que falou no início, de que já não tem mais muita novidade que o jornal possa trazer, isso não é uma perda de alguma forma?**

**EG:** A novidade sempre vai haver, mas a novidade agora depende de investigação, de uma investigação que é mais profunda, que demora um pouco mais. Não é aquela novidade fácil que cai na rede, aquele peixe – ah, novidade! Só eu sei que aconteceu tal coisa, então vou contar pra todos amanhã no jornal, ou no site. Não é mais assim. Mas por trás da aparente normalidade dos fatos sempre há o que descobrir – pessoas querendo esconder alguma coisa, pessoas que tem uma informação e nem sabem que tem. Então sempre haverá novidade. O que aconteceu é que o caminho para chegar na novidade ficou um pouco mais profundo, ela não está mais tão na superfície quanto estava antes. E isso é interessante, porque isso passa a exigir do jornalista mais técnica de investigação.

**MS: O que no fim acaba sendo positivo...**

**EG:** O que acaba direcionando jornalistas com mais robustez, com mais técnica, mais domínio. E isso é muito interessante. Realmente, isso também muda com o advento da internet, dessa democratização da informação, se é que se pode dizer assim. Mas acho

isso bárbaro, vejo isso com muito otimismo. Não vejo nenhuma crise no jornalismo, pelo contrário. Se há crise, é no sentido de sacudir antigas estruturas – e eu acho isso muito bom. Agora cada um é seu publicador – isso é muito bom! Está na hora de a gente ver em quem acreditar como publicador. O jogo ficou mais às claras, ficou muito melhor, mais interessante assim.

**MR: Propondo uma comparação entre a chegada dos computadores nas redações, na década de 80, e da internet e das redes sociais nos últimos anos, avalia que o primeiro acontecimento pode ser considerado mais “revolucionário” do que o segundo, no sentido de alteração das práticas jornalísticas?**

**EG:** Eu não compararia. Eu não saberia comparar tecnologias, até porque [risos] quando o primeiro homem das cavernas desenhou lá com carvão ele provavelmente já fosse um jornalista tentando explicar alguma coisa – o que aconteceu, a luz da sua visão de mundo. E a partir daí novas tecnologias foram se sucedendo. Eu não consigo comparar assim, o que é melhor, o que não é...

**MR: Não digo melhor...**

**EG:** O mais revolucionário né?

**MR: É, revolucionário talvez seja um termo forte, mas digo no sentido de alteração das práticas jornalísticas. A internet alterou bastante, por exemplo, a questão de selecionar as notícias, você vai ser influenciado pela repercussão de um assunto na rede... o computador também alterou, mas parece que de forma mais interna, você considera equivalente?**

**EG:** É que o computador ele mexeu muito mais no como fazer e a internet já é um pouco diferente, vejo mais no como interagir. Eu não conseguiria comparar as duas coisas, eu não consigo, não tenho essa facilidade de raciocínio abstrato pra fazer a comparação. Vamos pegar a nossa realidade: trabalho em jornal. A internet nos fez reaprender a fazer jornalismo ao vivo. Então, neste passo adiante, ela nos aproximou do passo atrás, que era o jornalismo que se fazia em rádio, por exemplo. Acho paradoxal: agora a gente reaprendeu a fazer ao vivo. Ao mesmo tempo que avançou, a gente recuperou um modelo que era bem sucedido no passado, que em algum momento perdeu razão de ser e aí foi acabando. Dia desses, eu encontrei no cafezinho um radialista que disse: “olha, a gente fazia tudo ao vivo, até novela fazíamos!”. E eu fico pensando se o recurso da novela não pode ser usado jornalisticamente hoje. Se tivesse jornalistas com esse dom (estou viajando total) da interpretação, eu poderia deixar muito mais claro, por exemplo, o que é Taxa SELIC. Eu poderia montar uma mini

rádio-novela, internet-novela, coisa do gênero, e explicar. Posso daqui a pouco traduzir termos de macroeconomia que a maioria das pessoas acha chato, acha que não tem nada a ver com a sua vida – mas tem – e que hoje o jornalismo com as ferramentas tradicionais não consegue explicar direito. Delirei, né, fiz um devaneio... mas eu não consigo fazer essa comparação entre as coisas. Outra vez, eu estava vendo um fotógrafo falar o seguinte: quando não existia câmera digital, para subir o corcovado, com um equipamento pesado nas costas, para fazer no máximo doze fotos, que era o que tinha a disposição naquele rolo de filme, tinha que ser um baita fotógrafo, tinha que ter muito domínio de fotografia – de técnica, de luz, de tudo. Porque só tinha doze chances. Hoje chego lá fácil, não preciso escalar o morro, carregar o equipamento nas costas. Chego fácil com uma câmera digital na mão e posso tirar mil fotos, uma das mil vai estar boa – mesmo que eu seja uma toupeira. Hoje eu não preciso mais tanto assim dessa técnica. Nesse sentido, a tecnologia me faz desaprender a técnica – desaprender não sei se é a palavra, mas ter menos carinho, menos cuidado com a técnica.

**MS: Sim, antes era necessário todo um modo de fazer. E hoje pode ser mais por tentativa e erro...**

**EG:** É, mais experimentalmente. Quem ganha e quem perde com isso? Eu não sei. Gosto muito que na experimentação tu tens a abertura para as novas técnicas, de uma maneira maravilhosa. Porém, tu não tens tanto domínio técnico. Então é tudo muito maluco... [risos].

**MS: Isso é realmente bastante complexo, como a gente se acomoda com a internet (quando a conexão cai, ficamos sem saber o que fazer, por exemplo).**

**EG:** É cria uma nova dependência sob certo aspecto. É muito curioso isso. De maneira geral, tá muito mais fácil. Agora, por outro lado, uma das coisas que a gente vê aqui na redação é uma inclinação ao jornalista fazer toda a sua apuração via internet e às vezes ele esquece que lá no olho-no-olho ele consegue captar certas riquezas ambientais, sons, situações, que talvez ele não consiga pegar tanto no ambiente virtual. Por outro lado, no ambiente virtual, tem outras coisas que ele pode captar muito bem e trazer pra dentro do seu texto jornalístico, que são outros detalhes interessantes. Na verdade, vejo isso como um jogo de soma zero: a gente ganha uma coisa, perde outra. Não me preocupo tanto, sempre achei a discussão tecnológica secundária. Não tenho nenhum medo – se o jornal impresso vai acabar, a revista vai acabar – isso pra mim pouco importa, o jornalismo eu não vejo como acabar. Vejo as pessoas cada vez mais precisando de bons jornalistas – independentes, com uma boa formação, a questão ética. Acho que isso é simplesmente

fundamental. E, às vezes, a universidade esquece o fundamental porque está muito ligada na nova tecnologia. [...] Porque essa questão tecnológica, tenho certeza que isso vai ser obsoleto daqui a cinco anos.

**MS: Acha que existe certo deslumbramento?**

**EG:** Acho, um consumismo, um deslumbramento. Consumir as novas tecnologias sem saber, sem ter ferramentas para manejar. Tem a expressão “dar pérolas aos porcos”. De que adianta me dar uma super tecnologia se eu não consigo colocar os inputs ali? Isso é um grande problema. Tinha um poeta nos anos 70, quando se falava muito naqueles aparelhos de som ultrassofisticados que tinham alta fidelidade, que dizia: “engraçado que normalmente quem gosta de alta fidelidade não gosta de música”; tem equipamentos ultrassofisticados, fantásticos, só não entende nada de música, não gosta de música, não tem referencial nenhum, não conhece a história da música, não tem nada – mas tem o melhor equipamento. Resumidamente, é assim.

### APENDICE C – Entrevista III

**Entrevista com Marcelo Fleury, editor-chefe da versão online do *Diário Catarinense*, realizada em 2 de outubro de 2013 na sede do jornal, em Florianópolis.**

**Mariana Silva:** Qual o seu tempo de experiência no jornalismo?

**Marcelo Fleury:** Quase 14 anos. Comecei na *Zero Hora*, sempre em jornal. Mas passei por muitas áreas na *RBS*. Muitas áreas dentro da *Zero Hora*, todas as editorias praticamente em várias funções diferentes. A maior parte do meu tempo fui repórter e cada vez mais multimídia ao longo dos meus anos. Trabalhei principalmente com coberturas especiais, um tempo na editora Edimundo. Então, fiz algumas coberturas internacionais e em todas as coberturas trabalhava para todos os veículos, aí não só para *Zero Hora* – trabalhava para *Rádio Gaúcha* lá na Unisul e trabalhava para *RBS TV*. A minha experiência ela é do impresso, de nove anos. Vim para Santa Catarina em 2009, fiquei ainda um ano numa função mais atrelada ao impresso, em que eu era o editor de produção (é o cara que dá a largada no jornal, como eles estão fazendo agora numa reunião ali no meio), que é decidir o que vai para o jornal no dia seguinte, pegar os representantes de todas as editorias e vê cada um quais são as apostas de cada área. E há três anos, três anos e pouco, estou na chefia do digital, aí fiz essa travessia para o online.

**MS: E nesses três anos nessa função de chefia de edição?**

**MF:** Da equipe online.

**MS: Que seria a última instância para seleção das notícias do que vai ser publicado no online?**

**MF:** É. Sim e não.

**MS: Por que está muito atrelado ao impresso também?**

**MF:** É, porque a gente ainda está encontrando um modelo. Não sou eu que bato o martelo. Na verdade não tem ninguém que bate o martelo, a gente está cada vez mais descentralizado no online. O online, nesses três anos [desde] quando eu entrei, ele era uma ilha, um lugar onde sentavam todas as pessoas da equipe online e éramos 24 pessoas. Esse pessoal produzia conteúdo, estava na redação, mas estava muito desatrelado, porque era com uma equipe autônoma, separada. Tinha muita redundância de trabalho. O que a gente fez – e todos os jornais do mundo fizeram – ao longo dos últimos anos, foi integrar essa redação. A gente pegou esse pessoal do online, que era a

minha equipe, e espalhou ela para toda a redação. Toda a redação tem agora, teoricamente, a função de publicar para os dois. Mas não estou sabendo se o pessoal no [caderno] *Variiedades* está lá sentado agora publicando uma matéria, porque não estou agora na operação com a capa, por exemplo, do site (esse menino que veio aqui, o Dalti, ele está na capa do *Diário Catarinense* agora, tem uma pessoa na capa do *Diário Catarinense*, na homepage, e tem outro fazendo a capa do *Clic [RBS]*). Tem duas pessoas ali e a redação produz seu material, eles vão chamando conforme acham relevante ou não, eles vão postando em redes sociais ou não. Não preciso saber necessariamente cada matéria que é publicada e ir lá dar o meu aval, isso não acontece até porque senão iria engessar muito o processo do online que tem que ser um processo mais ágil.

**MS: Mas, se tivesse que descrever a sua função, passaria pela seleção de notícias (embora não se possa dizer que passa só por você por essa questão da descentralização)?**

**MF:** É. Acho que a minha função é assim: eu sou o responsável final pelo conteúdo digital do *Diário Catarinense* e do *Clic RBS* (do *Diário Catarinense* na internet e do *Clic RBS* na internet). Desde blogs a notícias, sou a pessoa que responde, não em última instância, porque a gente tem um diretor de redação. Além de mim e do Edgar como editores-chefe, tem o Ricardo Stefaneli que é o diretor da redação, ele também é meu chefe, ele chefia o online, mas o dia-dia dele ainda é mais impresso. Então o responsável final no dia-dia pelo online sou eu.

**MS: Tendo esclarecido isso, as questões que eu queria fazer estão mais voltadas para essa função que você tem desempenhado nos últimos três anos. Queria saber se você considera que a chegada da novas ferramentas de comunicação (desde o computador até a internet, mas principalmente a internet, o uso das redes sociais tanto pelos veículos de comunicação quanto pelo público) alterou de alguma forma o desempenho da sua função? Como?**

**MF:** Com certeza alterou a minha função, ou a função que é para ser de um editor-chefe digital – o que eu sempre digo desde que assumi, e alguns jornais já têm até feito isso, o objetivo final da minha função é não existir. O objetivo final da minha função é não ter um editor-chefe digital, acho que essa coisa tem que estar tão disseminada que não precisa ter alguém responsável pelo digital. Mas mudou, mudou bastante, quando entrei (faz três anos), o *DC* não tinha uma conta no *Facebook*. A gente criou [a conta] em agosto de 2010, quando a gente começou a postar não sabia nem como, o quê postava,

criamos regras, maneiras, que hoje já abandonamos totalmente. *Twitter* a gente já tinha, continuou crescendo, apesar de que agora deu uma estabilidade. Mas mudou muito, por causa do comportamento da audiência, a maneira como as pessoas consomem notícia mudou. Elas não ficam mais num site olhando as notícias, as pessoas têm uma atenção que é muito rápida, ela desvia por qualquer coisa, estão muito em redes sociais, cada vez mais no *Facebook* e a gente tem que surfar nessa onda, tem que fisgar nosso leitor e oferecer conteúdos ao nosso leitor em todas as plataformas disponíveis que a gente consiga estar. O *Facebook* é uma delas, que não representava grande audiência, mas hoje representa, em alguns meses chega quase a 15% de toda a audiência que a gente tem no *Diário Catarinense*. Isso significa que a gente tem que ter uma presença maior lá, uma interação maior com o público, uma coisa que há três anos a gente não fazia porque estava recém criando a conta do *Facebook*. Então mudou e está sempre mudando, é uma mudança constante da função, não só minha, mas de toda a redação. Todo mundo está se adaptando a esse mundo novo.

**MS: Você falou na coisa de surfar na onda das redes sociais. Você acha que além da atuação (por exemplo no caso do DC, o fato de ter uma página no Facebook), as redes sociais podem interferir no conteúdo mais tradicional do jornal? Por exemplo: O fato de um determinado assunto estar repercutindo no Facebook ou no Twitter interfere no destaque que você vai dar para aquele assunto quando está avaliando, editando uma notícia sobre ele?**

**MF:** Interfere.

**MS: Nesse sentido, isso pode ser considerado um novo critério de noticiabilidade?**

**MF:** Total[mente]. A gente ainda não aprendeu, não sei se alguém aprendeu, como extrair o melhor valor delas [as redes sociais]. Por exemplo, os episódios de junho: é uma coisa muito clara, ninguém percebeu o que estava acontecendo, o que iria acontecer e se a gente tivesse, todos nós no Brasil, feito talvez – talvez não – uma leitura do cenário, acompanhado mais de perto o que estava rolando nas redes sociais, poderia ter uma idéia da dimensão que aquilo iria ganhar, aquelas manifestações no Brasil inteiro. Não há dúvida de que a conversa hoje está nas redes sociais e a gente tem que estar lá. A gente ainda não descobriu a melhor forma de estar lá. Na redação temos criado processos para que todo mundo acompanhe, mas a coisa é tão descentralizada que é difícil tu captar. A única coisa que a gente tem certo é de que a gente tem que acompanhar muito de perto o que acontece nas redes sociais, filtrar algumas coisas e aproveitar outras. Com certeza muitos dos assuntos que a gente

investe, sejam assuntos sérios ou assuntos mais “engraçadinhos“, partem de redes sociais. O caso da Isadora Faber que fez o *Diário de Classe*, é uma coisa que nasceu no *Facebook*, bombou no *Facebook*, o que a gente fez foi pegar aquele fenômeno e divulgar ele na nossa mídia, mas ele por si já era um fenômeno no *Facebook*, já tinha acontecido. Muita coisa já aconteceu antes no *Facebook*, o que a gente faz é divulgar para um público, mas muita gente já sabia por *Facebook* – e as pessoas que não sabiam ficam sabendo por nós. Então essa descentralização acontece, a gente tem que ficar cada vez mais atento ao *Facebook* e ao *Twitter* e às redes, mas elas próprias já tem vida. Não depende mais só do *Diário Catarinense* ou do *Notícias dos Dia* para que as pessoas saibam de alguma coisa.

**MS: E quais são os processos que vocês tem experimentado até agora para lidar com isso?**

**MF:** A gente tem fortalecido cada vez mais dentro do *Diário [Catarinense]* uma coisa que não tinha há alguns anos atrás que é uma editoria do leitor. Tem duas coisas que a gente tem feito, uma delas é uma editoria do leitor, que não existia. A gente também integrou, faz dois meses, *Diário Catarinense* e *Hora de Santa Catarina*, que é o jornal popular do grupo, na mesma redação. E integramos, por exemplo, a editoria do leitor nos dois jornais, então tem ali uma equipe de seis, sete pessoas que tem essa incumbência, da qual participam inclusive as telefonistas. Uma das incumbências é ouvir o leitor – e o leitor está nas redes sociais – é saber o que ele está falando, é dar resposta a eles. A gente já criou e descreveu, e criou de novo, a função de editor de mídias sociais dentro do *DC*. A gente tinha lá em 2010, 2011 [essa função], não deu muito certo, depois a gente voltou atrás. Agora a gente está criando de novo uma função de editor de mídias sociais, uma pessoa que vai orientar – porque não tem que ter uma pessoa para centralizar tudo, a coisa tem que estar espalhada. Ao mesmo tempo tem iniciativas de a gente mapear várias páginas, ou vários grupos grupos de discussão no *Facebook*, ou pessoas de referência e distribuir entre editorias para que todo mundo siga ou pelo menos acompanhe os debates que estão rolando e extraia a pautas dali. Então são iniciativas assim, algumas não vão dar certo, não faz sentido, a gente vai voltar atrás, outras vão dar. Um ponto muito importante que a gente passou a dar às redes sociais de um ano e pouco para cá, foi isso: quem está na capa do *DC*, também cuida do *Facebook* do *DC*.

**MS: Para sincronizar?**

**MF:** É, não para sincronizar. Mas ele cuida da capa do *DC*, ele faz a interface do *Facebook*, posta os conteúdos. Principalmente postar os conteúdos no *Facebook* que ele acha relevantes, não todos, e que possa gerar algum buzz no *Facebook* (gerar comentários, gerar *likes*). A gente usa o *Facebook* para isso, ou gerar audiência ou gerar interação dos usuários com o post, são os dois únicos objetivos que a gente tem com o *Facebook*. Os processos mudam a toda hora, mas a gente está em uma fase, como todo mundo, de aprendizado. A gente está aprendendo ainda junto o quê é. Agora que é cada vez maior a audiência vinda do *Facebook*, isso é um fato, do *Twitter* não é tanto – *Twitter* é uma coisa que se estabilizou um pouco ao longo dos últimos meses, enquanto o *Facebook* continua crescente.

**MS:** Para pensar uma análise do jornalismo nesse contexto, todas essas mudanças que você falou até agora, o sociólogo francês Dominique Volton fala que para você analisar o impacto das novas tecnologias tem que partir de dois princípios: o primeiro deles é reconhecer que toda comunicação é uma relação de força e o segundo é analisar o que se ganha e o que se perde com cada nova forma de comunicação. Como você avalia a aplicação desses dois princípios ao jornalismo no contexto da internet? Como fica essa relação de força o que se perde e se ganha com essas novas práticas, essas novas possibilidades?

**MF:** Acho que se ganha muita coisa, o que primeiro se ganha é a voz das pessoas, as pessoas tem mais voz, todo mundo tem mais voz. Tu não dependes tanto de um veículo tradicional como o *Diário Catarinense*, como o *Clic RBS*, como o *Notícias do Dia* para que as pessoas se informem. Não precisa mais só deles. Cada vez mais a gente usa essa expressão “avalizador“, a gente é o avalizador e tem que ser cada vez mais (principalmente o impresso), um certificador da notícia.

**MS:** Você falou que as pessoas não precisam mais só do *DC* e do *ND* para se informar. O jornalismo não perde com isso – ou ele consegue sobreviver só como certificador?

**MF:** Eu acho que não, acho que as empresas podem perder com isso. Acho que a gente não pode confundir jornalismo com empresas. Acho que as empresas de comunicação estão começando a viver no Brasil uma crise que começou na Europa já há mais tempo e nos EUA, aqui está começando a chegar, vai chegar.

**MS:** Uma crise de modelo?

**MF:** Uma crise de modelo de negócio, a publicidade começa a minguar no impresso. A circulação se mantém estável ainda aqui, mas daqui a pouco começa a cair e essa grana

não vai com o mesmo valor e na mesma intensidade para os meios online (ela se distribui por outros canais online, ela vai para a internet, mas para outros, para o *Google*, para o *Facebook* e não vem para gente). Então tem um modelo de negócio, tem uma crise que a gente está vivendo – as empresas! Agora, as pessoas nunca consumiram tantas notícias, todo mundo está consumindo notícia o tempo inteiro, consomem muito mais do que consumiam antes. Todo mundo, porque tens smartphone. E aí estou dizendo notícia, o que quer que seja, está consumindo informação, seja a atualização do status do seu amigo no *Facebook*... Estão consumindo informação. Acho que o jornalismo não perde, acho que o jornalismo nunca foi tão consumido, agora ele não precisa ser consumido só pelas grandes empresas ou ser produzido só pelas grandes empresas. Por isso que a gente entra como certificador, cada vez mais. O [jornal] *O Globo* fez muito isso, começa um boato de que fulana é mulher do governador, enriqueceu injustamente... O cara vai lá, faz uma reportagem e mostra que isso não é verdade, está espalhado em redes sociais, mas não é verdade. Ter esse papel de certificador eu acho importante. Por outro lado, o que eu acho que o jornalismo perde é na qualidade, talvez, do filtro, porque as pessoas se não souberem fazer o filtro certo embarcam em qualquer coisa – e tem muita gente num ambiente que é liberado escrevendo muita coisa que não é verdade, que não é certa. Tu não consegues fazer o filtro e aí volta o papel de certificador: o *Diário Catarinense* ou um veículo tradicional como a *Folha de São Paulo*, se ela me certifica de que isso está acontecendo eu vou acreditar. Agora se eu vi no blog de não-sei-quem, a não ser que essa pessoa construa a sua credibilidade, é mais [difícil]. Mas, por outro lado, acho que tem caminho. Estava conversando com um colega meu que trabalhou aqui e agora trabalha num site chamado *Tudo sobre Florianópolis* que estreou aqui em Florianópolis faz três meses. Por outro lado, qualquer estudante de jornalismo pode formar um grupo de três ou quatro, cinco, criar uma empresa e sair fazendo matéria sobre Florianópolis. E aí, pode competir com a gente, porque os meios de produção estão muito mais baratos, tu não precisas de uma gráfica para rodar o jornal, tu fazes na internet. Eu tenho acesso às fontes, tu constrói notícias e o público vai te ler ou não, então acho que isso para o jornalismo é um ganho, para as empresas é um desafio. Para o jornalismo é um ganho, vejo como uma oportunidade incrível – para quem é jornalista e para quem consome notícias, só tem a ganhar. Hoje consigo me informar muito melhor (e imagino que tu também) do que há anos atrás e tem um cardápio muito maior de notícias, eu tenho que fazer o filtro certo. E para quem é jornalista acho que as oportunidades são muito maiores do que de anos

atrás. Ainda que tenha a crise e cortes nas redações, mas as oportunidades são cada vez maiores, tem mais sites surgindo e eu acho que são cada vez maiores para quem ainda estiver nesse mundo digital, com a cabeça digital. O que eu acho que não tem mais muito mercado é para quem ainda tem uma cabeça muito atrelada ao modelo de jornal impresso, a fazer um jornal só papel e não está na batida digital...(não sei se eu expliquei ou confundi mais).

**MS: Explicou bem... A minha última pergunta, não sei se se aplicaria tanto a sua experiência, porque pelo o que falou não faz tanto tempo que está na redação. Comparando a chegada dos computadores nas redações – que ocorreu ali pela década de 80, 90 – e agora a chegada da internet e das redes sociais nos últimos anos, considera que um dos dois acontecimentos pode ser considerado mais revolucionário, no sentido de alteração das práticas jornalísticas?**

**MF:** É, o Edgar vai poder falar melhor do que eu (não que o Edgar seja velho), ele deve ter pegado uma redação com máquina de escrever, eu não peguei. Entrei numa redação que tinha computador, mas era muito ruim – o sistema era em *dos* por exemplo, o nosso editor de texto lá na *Zero Hora*. Teve uma grande revolução com isso nos processos, que foi desde o desenvolvimento da diagramação, mudou completamente o processo de como se diagrama o jornal. Acho que a gente teve várias desrupturas (uma delas foi essa), agora, aí eu não sei, como eu sou parte do processo (ou talvez eu não seja), mas eu acho que não se compara com a chegada da web e não só com a chegada da web, porque a web também chegou de uma maneira lenta. A gente ainda em 97, 98, tinha um site do *DC* que era um site horrível, estático, só para chamar para o jornal, a gente não sabia fazer, as conexões eram lentas, a gente nem tinha como oferecer um conteúdo de qualidade, porque as pessoas não tinham acesso a modem. Mas ali começou a revolução verdadeira, ali começou a revolução tecnológica que a gente está vivendo hoje que é mais da internet do que do computador, uma coisa é o computador pessoal, a outra coisa é a internet e uma terceira, ou quarta, ou quinta – porque houve depois do surgimento da web uma série de pequenas revoluções no processo. Acho que a gente está a beira, *acho*, de uma grande transformação de processo, da maior transformação de processo da história dos veículos, da *RBS* e de outros jornais, porque a gente ainda produz jornal de uma maneira que não mudou muito dos anos 80 para cá no jornal impresso. A gente tem um repórter que apura, um cara que escreve no editor de texto, (podia ser na máquina de escrever antigamente, mas agora é no editor de texto), passa por um subeditor que dá uma olhada nesse texto, que conversa com o diagramador, que

decide o espaço na página, que corta esse texto, porque não coube tudo na página, que vai para página de diagramação. Da diagramação vai para uma leitura de revisão, a revisão bate essa página para o industrial, o industrial tira a chapa, faz a coisa, imprime o jornal. O processo é o mesmo, a lógica é mesma, o horário de fechamento é o mesmo. Essa lógica não mudou e ainda opera assim, não pode mais ser assim. O digital entra nessa redação misturada, mas ele ainda não é o principal, não é o principal do *Diário Catarinense*, da *Folha de São Paulo*, o principal ainda é o impresso. Acho que esta mudança ainda vai acontecer e os processos vão ter que mudar todos, a gente não vai poder ter a menor equipe ou menos gente trabalhando de manhã do que a tarde, porque o horário nobre da audiência está de manhã. Então a gente vai chegar nesse momento. A gente teve várias revoluções ao longo desse processo, desde o surgimento da web, que também impactam no nosso negócio. Quando surgiram os smartphones, quando surgiu principalmente o *iPhone* em 2007, quando surgiu o *tablet* agora (não tem nem cinco, seis anos). Uma outra grande revolução, quando vier o *Google Glass*. A gente está cada vez mais com uma internet onipresente, com acesso cada vez maior à internet, com as pessoas usando cada vez mais, mas ainda está com processos antigos, então acho que a revolução mesmo nos processos ainda vai acontecer. Te explicando bem sucissamente acho que foi grande a revolução do PC dentro de uma redação, foi maior ainda a da internet e que se estendeu ao longo de alguns anos, não foi pontual, e vai ser maior ainda o que acho que vai acontecer.

**MS: Então a internet tem um potencial maior para quebrar essa lógica que você falou do que o computador?**

**MF:** Total. A internet vai quebrar todas as lógicas desse negócio.

**MS: Uma questão que aparece um pouco atrelada a isso, pelo menos o que eu leio – e mais do que ler, escutei muito dos professores na UFSC – é a resistência dos jornalistas quando chegam os computadores, porque é muito associado à demissão por você não saber mexer, algumas funções realmente ficaram extintas com o computador. Não imagino esse quadro em relação à internet e às redes sociais, mas vocês vivem na redação algum tipo de resistência (das pessoas mais velhas por exemplo)?**

**MF:** Olha, por incrível que pareça, não tem idade para isso. [Estou] falando pelas duas redações, porque vivi um pouco isso na *Zero Hora* também. Tem um repórter lá que tem 62 anos, é um dos mais premiados do Brasil – se chama Carlos Vagner, tem sete prêmios *Esso* – ele é repórter até hoje. Não que ele saiba mexer nas ferramentas, ele não

sabe mexer nas ferramentas de publicação online (nosso *CMS*), mas quer estar no online, ainda que seja com ajuda. Ele não dá mais bola se está no impresso ou está no site – e ele quer estar no site primeiro. Então ele não tem resistência, resistência zero. Ele tem dificuldade de ferramenta, porque a nossa ferramenta é chata, todas as ferramentas de publicação na internet são. Às vezes, por outro lado tem algumas pessoas que tem resistência. Mas não vejo isso atrelado à idade, às vezes tem pessoas que já chegaram aqui e que me surpreendem quando dizem assim numa entrevista de emprego (e a gente faz bastante aqui): “online eu gosto, mas o meu negócio é impresso”. Não consigo conceber uma pessoa de vinte e poucos anos dizer isso, sabe? Isso para mim é uma resistência maior – não pode ser! Nada contra o impresso, o impresso vai sobreviver não sei quantos anos, mas a solução vai vir da geração de vocês. A gente está vivendo uma crise do negócio, se tu entras numa redação falando que tu queres impresso, no mínimo assim, já sei que tu não vais ajudar a gente a achar o caminho – que a gente não sabe, a gente está tentando descobrir e precisa que a nova geração nos ajude. Então se chega falando: “eu gosto é de impresso”, já está atrasado. Demissão, não. O que a gente faz com a redação, e quer fazer de novo (porque mudou muito a redação nos últimos anos, tem um *turnover* muito grande, as pessoas saem e entram novas), é treinar. A gente sempre treina as pessoas nas ferramentas, porque algumas podem ser um pouquinho mais chatas, mas é treino – é como se fosse um programa, depois que tu mexes bastante, pegas a manha.