JORNALISMO E *NEWSMAKING* NO SÉCULO XXI: NOVAS FORMAS DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA NO CENÁRIO ONLINE

Enio Moraes Júnior[1]
Maria Elisabete Antonioli[2]

RESUMO: Este artigo aborda as rotinas do jornalista no cenário atual em que, além dos fazeres consagrados na cultura jornalística que ele vem desempenhando há décadas, novas atribuições lhe são conferidas. Acrescenta-se ainda, nesse contexto online, a participação ativa dos cidadãos, *gatewatchers*, o que confere um novo relacionamento entre o profissional e a audiência. Os fazeres jornalísticos, tratados na teoria do newsmaking, e novas atribuições do jornalista também estão contemplados nessa discussão.

PALAVRAS-CHAVE: *gatewatching. jornalismo. jornalista. newsmaking. rotinas de produção.*

ABSTRACT: This article discusses the actual journalist routines, in which, besides the doings enshrined in the journalistic culture that it has been playing for decades, new powers conferred upon it. It is further, in this online context, the active participation of citizens, the gatewatchers, which means a new relationship between the professional and the audience. Journalistic processes treated in newsmaking theory and new tasks of the journalist are included in this discussion.

KEYWORDS: *gatewatching. journalism. journalist. newsmaking. routines.*

[1] Professor e supervisor do curso de graduação em Jornalismo e professor do Mestrado Profissional em Práticas Jornalísticas e Mercado (MPPJM) da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em São Paulo. E-mail: enio@espm.br.
[2] Professora e coordenadora do curso de graduação em Jornalismo e professora e coordenadora do Mestrado Profissional em Práticas Jornalísticas e Mercado (MPPJM) da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em São Paulo. E-mail: mantonioli@espm.br.

Introdução

Nos últimos 20 ou 30 anos, muita coisa mudou na forma como o jornalista realiza seu trabalho nos diversos países do mundo e, como não poderia deixar de ser, também no Brasil. Mas foi no final do século passado e início do século XXI que realmente essas mudanças propiciaram um grande impacto no fazer jornalístico, impulsionadas principalmente pelos avanços que as tecnologias trouxeram para a profissão e para o *modus operandi* do jornalismo. Entretanto, algumas certezas permanecem inabaladas sobre a atividade do jornalista: ele não trabalha sozinho nem trabalha para si. E ainda que em seu entorno e no entorno da construção da notícia atuem diferentes e contraditórias forças, a qualidade do que o jornalista faz terá mais sentido quanto mais sintonizado seu compromisso com o público, com cada cidadão.

O mercado profissional do século XXI, no entanto, exige do jornalista um novo perfil e novas habilidades. O ritmo de trabalho mais intenso, por um lado, e um público cada vez mais interativo, por outro, são duas faces de uma nova forma de se fazer notícia. Como avalia Nancy Ramadan (2013: p. 124), "(...) os jornalistas já estão lidando com um novo tipo de edição, que está sempre em atualização, uma edição sem 'fechamento'. O chamado furo jornalístico, hoje, se mede em segundos". Não há tempo para pensar, conforme a crítica de Sylvia Moretzsohn (2002).

Nas teorias do jornalismo, uma abordagem que pode lançar caminhos para pensar o fazer jornalístico é o *newsmaking*. A marca mais importante das teorias produzidas dentro deste paradigma são as considerações acerca das rotinas de produção de notícia. Na lógica do *newsmaking*, a elaboração da pauta, a seleção das fontes e o trabalho de apuração, redação e circulação da notícia constituem elementos determinantes da operação de produção informativa. Trata-se de um processo que envolve também escolhas pessoais e direcionamentos político-editoriais e ideológicos.

Jornalismo é, portanto, intencionalidade por parte do jornalista, entendido como um *gatekeeper* importante da informação. Como pondera Manuel Carlos Chaparro:

> Sempre que um editor ou um repórter – por incompetência, arrogância, interesse pessoal, ambição de poder, irresponsabilidade profissional, subalternidade a quem o controla ou qualquer outro motivo – priva o leitor da notícia correta e plena, trai o principal e mais belos dos compromissos que tem com a construção e o aperfeiçoamento de uma sociedade livre: assegurar a

> 'todo indivíduo' o direito de ser informado. Com relato veraz. (CHAPARRO, 1994, p. 82)

Mas que não se perca de vista que sobre as lógicas da atuação do profissional interferem outros fatores. Ao referir-se ao *newsmaking*, Mauro Wolf (1994: p. 161) observa tratar-se de uma abordagem "constituída pelos estudos que analisam a lógica dos processos pelos quais a comunicação de massa é produzida e o tipo de organização do trabalho dentro da qual se afectua a 'construção' das mensagens".

Embora essa intencionalidade esteja limitada e, eventualmente, constrangida e tencionada pelos interesses de cada veículo de comunicação, de seus anunciantes ou mesmo de seu público, o jornalista é sempre, em alguma medida, *gatekeeper*. Por isso, a informação divulgada na imprensa não pode ser assimilada como um dado desinteressado.

A construção da notícia é lugar de contradições, em que um dos principais agentes do processo sempre foi e continua sendo o jornalista, envolvido em sua rotina de produção noticiosa. Produção essa que se alterou profundamente com a chegada da internet e seus desdobramentos, provocando ainda o redirecionamento das mídias existentes, a convergência entre elas, o surgimento de mídias nativas digitais, como também o aparecimento das mídias sociais, entre outras. Nessa nova conjuntura, um novo ator entra em cena: o *gatewatching*, o cidadão comum, o internauta, aquele que passou a ter uma posição ativa nas redes, alterando as rotinas de produção do jornalista, discutidas neste artigo.

O fazer jornalístico

Mais do que uma percepção sobre a construção da notícia, o *newsmaking* constitui uma abordagem teórica consistente sobre o jornalismo, que abrange as preocupações com as rotinas da profissão. Trata-se de um olhar que, ao buscar esclarecer pontos importantes da produção da informação jornalística, termina por lançar pistas sobre o perfil do profissional. Uma autora cujas reflexões aparecem associadas a essa teoria é a norte-americana Gaye Tuchman. Em um de seus textos mais

lidos e estudados, ela se empenha em aprofundar o entendimento de um dos mais importantes elementos do jornalismo: a ideia de objetividade.

No clássico *A Objetividade como Ritual Estratégico*, dos anos 1970, a estudiosa cita alguns procedimentos que forjam no jornalismo o sentido de objetividade. O primeiro deles está no ponto em que reside a essência do jornalismo: a apuração, a que Tuchman (1993: p. 79) prefere chamar de verificação dos fatos. Trata-se do básico que se aprende nas escolas, como telefonar para confirmar o fato, exemplo destacado pela autora. Entretanto, a lista de Tuchman destaca também outros elementos, como a apresentação de possibilidades conflituais, a apresentação de provas auxiliares, o uso judicioso das aspas e a estruturação da informação em uma sequência apropriada.

Entretanto, à luz da concepção de Tuchman sobre a construção da notícia, o jornalismo é permanentemente um espaço de contradições no qual a ideia de objetividade é apenas uma estratégia ritual:

> Para os jornalistas, assim como para os cientistas sociais, o termo "objectividade" funciona como um baluarte entre eles e os críticos. Atacados devido a uma controversa apresentação de "factos", os jornalistas invocam a sua objectividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrâneo põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos. (IDEM, p. 75)

E a autora ainda observa: "(...) a objectividade refere-se a procedimentos de rotina que podem ser exemplificados em atributos formais (...) e que protege o profissional dos erros e dos seus críticos" (idem: p. 90).

A impressão que esse texto clássico de mais de 40 anos nos dá é que fazer jornalismo hoje tem muito de quatro décadas atrás. A ideia de objetividade, fundamentada em estratégias, ainda é um esforço para um fazer jornalístico que insiste em se dizer desinteressado.

Outra autora norte-americana que merece especial atenção nessa discussão é Pamela Shoemaker (2011), cujos estudos de *gatekeeping* ocupam lugar de destaque nas teorias do jornalismo. A autora trabalha com a ideia de que fazer jornalismo significa lidar cotidianamente com interesses e dificuldades que são pessoais, empresariais, institucionais e que até mesmo fazem parte do próprio trabalho de apuração.

A autora, cujos primeiros estudos datam dos anos 1980, enfatiza a compreensão da notícia a partir do seu processo, considerando os seguintes níveis de análise de sua produção: individual (pessoas, atitudes e valores pessoais); as rotinas de comunicação (práticas profissionais); a organização (estrutura da propriedade, posicionamento no mercado); as instituições sociais (mercado, governos e organizações) e o sistema social (economia e política; ideologia e cultura).

Shoemaker propõe o estudo da notícia em uma "perspectiva ecológica", dentro de uma abordagem macrossociológica, inserindo a produção da informação em um sistema social claramente conceituado no qual os níveis estabelecem permanentemente relações bivariadas de apoio e/ou tensões entre si e/ou o todo.

Embora o centro das atenções dos estudos que ela faz da notícia esteja primordialmente na esfera de produção (como o jornalista ou a empresa onde ele trabalha), o papel do público, da audiência, começa a ocupar um espaço cada vez mais relevante nos seus estudos. Segundo a autora (idem: p. 180):

> As listas dos artigos mais enviados, mais postados em blogs e mais lidos são usadas em muitos veículos ao redor do mundo para obter informações sobre a popularidade dos itens junto a seus leitores. O canal da audiência, portanto, revela às pessoas, em muitos países, quais itens são do interesse do público nos seus e nos outros países.

Nesse sentido, a autora começa a valorizar concepções que despontam no final do século XX e começo deste século, como a ideia de *gatewatching*, de Axel Bruns. Especialista em mídias sociais e indústrias criativas, Bruns (2014) propõe que a abordagem celebrada pelas teorias clássicas do jornalismo e pelos estudos de *gatekeeping* seja substituída pela concepção de *gatewatching*. Segundo o autor:

> Gatekeeping na sua forma clássica foi um resultado do sistema de produção, distribuição e consumo das notícias que existia durante o apogeu da época da mídia de massa. As práticas de gatekeeping eram simplesmente uma necessidade prática: os jornais impressos e os noticiários na rádio e na televisão nunca poderiam oferecer mais que uma seleção redigida com muito aperto das notícias do dia; as avaliações de quais eram as matérias mais importantes para o conhecimento das audiências (...) tinham que ser feitas. (IDEM, p. 121)

Para o autor, essas decisões tinham sentido em uma época em que o espaço para a produção e difusão da informação era limitado. Hoje, as práticas de *gatekeeping*

perdem sentido e são substituídas pelo *gatewatching*. Esta abordagem avalia que a internet mudou radicalmente a comunicação social, e o papel do jornalista como *gatekeeper* foi abalado a partir do momento em que a audiência assumiu uma função importante na "curadoria" da informação.

O autor admite que o público – a audiência – tem papel relevante na construção da notícia. Esse é um aspecto da mudança por que passa a profissão que tem reflexo no próprio trabalho do jornalista e, por fim, no que pode ser compreendido como sendo a notícia. Como adverte Bruns:

> Não há nenhum motivo inerente para os jornalistas e as organizações jornalísticas não poderem também desempenhar um papel importante como fomentadores destas iniciativas. Treinados profissionalmente na avaliação de matérias e na curation de informações, os jornalistas têm a capacidade de fazer uma contribuição significativa para os esforços colaborativos de "trabalhar a matéria" que atualmente ocorrem regularmente através da mídia social, ou mesmo de fomentar estes esforços tanto nos espaços da mídia social quanto através das suas próprias plataformas específicas. Entretanto, para levar a cabo estas possibilidades, é preciso também aceitar o que está perdido irreparavelmente do domínio do jornalismo: o papel dos jornalistas como gatekeepers das informações, e o posicionamento da mídia noticiosa (...) como os espaços centrais para a cobertura e o envolvimento com as notícias. (IDEM, p. 136)

Muito embora seja possível verificar que a figura do *gatewatching*, destacada por Bruns, tenha notoriedade cada vez maior na rede, há controvérsias, quando ele se refere como uma "substituição do *gatekeeper*". A pesquisa de Adriana Barsotti (2014), por exemplo, realizada em dois sites jornalísticos, problematiza se o jornalista online é também um *gatekeeper*. Barsoti afirma que o processo de *gatekeeping* sofreu uma corrosão na web, contudo não foi eliminado.

A pesquisadora comenta que os dados da observação junto aos editores dos dois sites "revelaram de que maneira o *gatekeeping* ainda é exercido dentro do contexto da cultura profissional dos jornalistas, que elegeu para si mesma valores-notícia para definir o que se enquadra nos critérios de noticibialidade" (idem: p.164). Nesse sentido, é importante lembrar os critérios de noticiabilidade abordados por teóricos que estudam a cultura da profissão. Conforme Wolf:

> A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de

> informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirirem a existência pública de notícias. (WOLF, 1994, p. 170)

A partir dessas contribuições, é possível discutir o fazer jornalístico do profissional no momento atual, tendo em vista suas rotinas de produção que se alteraram significantemente, embora, como já foi observado, ainda detém muitos "fazeres" de décadas passadas, professadas na cultura jornalística.

Rotinas de produção do jornalista e relação com seu público

Diferentemente do século passado, o trabalho do jornalista passou por profundas modificações no século XXI. Se o jornalista, embora preparado academicamente para atuar em qualquer mídia, normalmente procurava se especializar naquela em que estava comprometido profissionalmente, hoje precisa desenvolver competências e se dedicar a todas as linguagens midiáticas, além de conhecimentos suficientes no ambiente digital, pois ele, muitas vezes, após o processo jornalístico de investigação e produção, deverá editar, publicar e distribuir.

São novas formas de fazer jornalismo que advieram com a chegada da internet e que ainda estão em processo desenvolvimento, tendo em vista o célere crescimento tecnológico que tem propulsionado a criação de softwares, facilitadores de produção, edição e publicação. Trata-se de uma revolução que atravessou as mídias tradicionais, forçando-as a alterar seus modelos clássicos e mergulharem simultaneamente no ambiente digital, bem como propiciando a criação de veículos unicamente digitais e das mídias sociais que também voltaram suas atenções ao jornalismo. Como um dos resultados, hoje temos o jornalismo em tempo real.

Outra questão, que também alterou o modo de fazer jornalismo, é a relação do profissional com o seu público, que hoje é muito próxima. Foi o tempo em que o único meio de contato com o jornalista era via cartas de leitores enviadas aos jornais, ou mesmo, ligações telefônicas quando o veículo era o rádio. Agora o público, por intermédio da web, tem uma participação ativa. Muitas vezes o cidadão propõe pautas ou atua como replicador da informação, outras vezes dialoga com o jornalista, e em diversas ocasiões se coloca na condição de próprio emissor.

As próprias fontes desempenham papel fundamental nesse processo. Elas são mais que detentoras das informações, pois se tornaram produtoras competentes dos acontecimentos e saberes que interessam aos jornalistas. Portanto, o modelo vertical da comunicação entre emissor–veículo–receptor foi alterado para uma relação horizontal e dialógica em mão dupla, em que o receptor é também um sujeito de sentidos. E, como um sujeito de sentidos, ganha a condição de produtor que com o suporte da tecnologia e domínio da linguagem, agora se inseriu no espaço que antes era ocupado somente pelo jornalista.

Por isso, quando pensamos na tecnologia, é preciso lembrar que seu desenvolvimento colaborou para que o cidadão tivesse voz. A convergência tecnológica também propiciou a participação ativa dos cidadãos no processo. Nessa perspectiva, Henry Jenkins (2009) afirma que a convergência das mídias é mais que uma mudança tecnológica. Para ele:

> A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam notícia e entretenimento. (JENKINS, 2009, p. 29-30)

Um novo espaço, além de forças contraditórias que sempre estiveram presentes no jornalismo, é ocupado pelo cidadão que se expressa, que argumenta e que se posiciona. Bruns (2014) chama a atenção e diz que nesse processo tanto os jornalistas industriais como os usuários das notícias continuarão se conectando e se misturando. Atualmente este é um dos grandes desafios do jornalista, que precisa se diferenciar ao produzir uma informação qualificada e que atenda os interesses da sociedade.

Para o pesquisador (idem, p. 124), o jornalista precisa mostrar o valor agregado de sua notícia com esforços não apenas na investigação, mas também na curadoria e nos comentários, pois os "usuários ativos podem compartilhar com os outros, aquilo que observam enquanto estão observando, através de uma ampla gama de plataformas". Então, o trabalho do jornalista precisa se refinar, pois ele apura, redige, publica, atualiza a informação e se mantém, permanentemente, conectado com a audiência.

Considerações finais

Como últimas palavras e, tendo em vista, as considerações observadas no decorrer deste artigo, que abordam as atuais rotinas de produção do jornalista em um novo cenário junto a outros atores sociais, é possível enfatizar que os valores e a própria cultura da profissão não se perderam. Ao contrário, eles se valorizam à medida em que o jornalista demonstra o quanto o seu trabalho é importante para a sociedade e o quanto uma sociedade democrática necessita de seu trabalho.

Entretanto, agora o jornalista tem novas atribuições. Por força das tecnologias digitais, as rotinas de produção se alteraram e hoje ele desempenha multifunções nas redações. É preciso investigar, checar, escrever, editar, publicar, atualizar e estar sintonizado com os acontecimentos 24 horas por dia. Nessa conjuntura, acrescenta-se ainda, a audiência, nomeada como *gatewatching*, ou seja, a participação ativa dos usuários na web em que as notícias circulam. É o jornalismo em tempo real. É o jornalismo dos novos tempos.

Realmente não são tempos fáceis para que o jornalista possa dar conta de todas essas atribuições que lhe são conferidas. É o jornalismo reconfigurado no século XXI, mas que não pode prescindir do rigor e valores éticos que o sustentam e o mantém como guardião da democracia.

Referências

BARSOTTI, Adriana. **Jornalista em Mutação**: do cão de guarda ao mobilizador de audiência. Florianópolis: Insular, 2014.

BRUNS, Axel. **Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real**. In: Brazilian Journalism Research. Volume 11. Número 2. 2014. Disponível em: https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/750/570. Acesso em: 10.06.2016.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Alehph, 2009.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em "Tempo Real":** o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

RAMADAN, Nancy. "Brasil e Portugal: problemáticas e orientações no ensino do Jornalismo". In: MORAES JÚNIOR, Enio; MALULY, Luciano V. Barros; OLIVEIRA, Dennis de (Orgs). **Antes da Pauta**: linhas para pensar o ensino do jornalismo no século

XXI. São Paulo: ECA/USP, 2013. 116-136pp. Disponível em: http://www.revistas.usp.br/alterjor/pages/view/e-book. Acesso em: 20.06.2016.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim. **Teoria do Gatekeeping:** seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

TUCHMAN, Gaye. A Objetividade como Ritual Estratégico. IN: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: teorias, questões e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993B.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.