



HAL
open science

A crise do jornalismo

Christa Liselote Berger Ramos Kuschick, Vanessa Hauser

► **To cite this version:**

Christa Liselote Berger Ramos Kuschick, Vanessa Hauser. A crise do jornalismo: ecos e silêncios nas práticas e nas narrativas. Revista Observatório, 2015, v. 1 n. 2 (2015): Vol. 1 N. 2 (2015) Tema Livre / Free Theme / Tema Libre Maio-Agosto 2015, 1 (2), pp.117-135. 10.20873/uft.2447-4266.2015v1n2p117. hal-01550188

HAL Id: hal-01550188

<https://hal.science/hal-01550188>

Submitted on 29 Jun 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**A crise do jornalismo:
ecos e silêncios nas
práticas e nas narrativas**

The journalism crisis: echoes
and silences in the practices
and narratives

La crisis del periodismo: ecos
y silencios en las prácticas y
narrativas

Christa Liselote Berger Ramos Kuschick¹

Vanessa Hauser^{2,3}

RESUMO

Pesquisadores e jornalistas dedicam-se a compreender que tensionamentos abalam o sistema de produção de sentido que até então ostentava certa hegemonia como discurso que representa um presente social de referência (GOMIS, 1999). Este artigo reflete sobre o modo como a crise do jornalismo tem aparecido nos discursos e nas práticas da própria imprensa. A suspeita inicial é a de que a crise configura-se em acontecimento silenciado pela mídia hegemônica. Por outro lado, inevitavelmente ela transparece também nas práticas jornalísticas, uma vez que tem atingido de forma intensa a estrutura de funcionamento das redações. Além disso, tem provocado os jornalistas a reverem suas competências e o campo a transformar – de certo modo – seus pressupostos e modos de fazer.

1 Jornalista, doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo ECA/USP. Professora titular do PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos. Pesquisadora 1B do CNPQ. E-mail: christab177@gmail.com.

2 Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora do curso de Jornalismo na Universidade Luterana do Brasil. E-mail: hauservanessa@gmail.com.

³ Endereço de contato das autoras (por correio): Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Secretaria do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Av. Unisinos, 950 - Cristo Rei, São Leopoldo - RS, Brasil. CEP: 93022-000.

PALAVRAS-CHAVE: crise do jornalismo; práticas; hegemonia; futuro do jornalismo.

ABSTRACT

Researchers and journalists are dedicated to understand the tensions that shake the production system of journalism, which has had certain hegemony as social reference speech (GOMIS, 1999). This article reflects on how the crisis journalism has appeared in speeches and in the press itself practices. The initial suspicion is that the crisis sets in muted event by the mainstream media. Moreover, it inevitably also transpires in newspaper practice, once it has reached the working structure of essays. It has caused journalists to review their skills and transform the field - in a way - their assumptions and ways of doing.

KEYWORDS: journalism crisis; practices; hegemony; future of journalism.

RESUMEN

Los investigadores y periodistas se dedican a entender las tensiones que sacuden el sistema de producción de sentidos del periodismo que hasta ahora se jactó cierta hegemonia. En este artículo se reflexiona sobre cómo ha aparecido la crisis del periodismo en los discursos y en las prácticas de la prensa. La sospecha inicial es que la crisis ha sido silenciada por los grandes medios. Por otra parte, inevitablemente también transpira en la práctica periodística, una vez que ha alcanzado la estructura de trabajo de las salas de prensa. Además, se ha provocado a los periodistas a revisar sus habilidades y transformar el campo - de una manera - sus supuestos y formas de hacer.

PALABRAS CLAVE: crisis del periodismo; prácticas; la hegemonía; futuro del periodismo.

Recebido em: 14.09.2015. Aprovado em: 12.10.2015. Publicado em 08.12.2015.

Introdução

Em agosto de 2014 circulou um suplemento especial de *Zero Hora* (RS) para estudantes de comunicação em que se discutiu o futuro do jornalismo. A publicação foi veiculada praticamente no mesmo momento em que o Grupo RBS, a quem pertence o jornal, anunciava 130 demissões. Em seu pronunciamento oficial sobre a decisão, o presidente do grupo, Eduardo Meltzer, afirma: “os modelos tradicionais [de comunicação] estão altamente desafiados [...] O avanço tecnológico e a forma de consumir mídia nunca geraram tantas oportunidades e tanta abertura para a inovação como nos dias de hoje. Aquelas empresas que têm a coragem de se posicionar no mundo novo sairão fortalecidas”⁴. Nesse sentido, a publicação pretende tranquilizar os jovens sobre o futuro do jornalismo, abordando temas como “para onde vai o mundo da comunicação” ou “o que é ser jornalista hoje e no futuro”. Além disso, o material explica em detalhes as modificações editoriais feitas em 2014. Já na capa, a diretora de redação Marta Gleich afirma: “*Zero Hora* reafirma, com este gesto, sua crença nos jornalistas, no jornalismo e na qualidade dos futuros talentos desta área”.

A crise que ecoa nessas publicações tem sido um termo recorrente nos debates atuais sobre o jornalismo, tanto na academia quanto entre profissionais. Pesquisadores e jornalistas dedicam-se a compreender que tensionamentos abalam o sistema de produção de sentido próprio desse campo e que até então ostentava certa hegemonia como discurso que representa um presente social de referência (GOMIS, 1999). O debate é intenso: revira as salas de redação de jornais tradicionais mundo afora e – em alguns poucos casos – formaliza-se em manifestações como o blog *Periodismo con Futuro*⁵ editado pelo jornal *El País* (Espanha).

⁴ A íntegra da carta está no site da Carta Maior: <http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Presidente-da-RBS-anuncia-130-demissoes-como-expressao-de-coragem-e-desapego/12/31528>.

⁵ <http://blogs.elpais.com/periodismo-con-futuro/>

Neste contexto, a proposta deste artigo é refletir sobre o modo como a crise tem aparecido nos discursos e nas práticas da própria imprensa. A suspeita inicial é a de que ela configura-se em acontecimento silenciado pela mídia hegemônica, que releva sua importância para a sociedade contemporânea na relação com a comunicação e, mais precisamente, com a nova cultura de consumo da informação que se instaura a partir da consolidação do ciberespaço. Por outro lado, inevitavelmente a crise transparece nas narrativas jornalísticas, uma vez que tem atingido de forma intensa a estrutura de funcionamento das redações. Além disso, tem provocado os jornalistas a reverem suas competências e o campo a transformar – de certo modo – seus pressupostos e modos de fazer.

A reflexão concretiza-se a partir da análise de textos veiculados em jornais, assim como em pesquisa de campo de caráter etnográfico realizada na redação de *Zero Hora* no mês de maio de 2014 – exercício que integra o processo metodológico de tese de doutorado em andamento e revela indícios importantes sobre como as redações tem lidado com o momento atual do jornalismo.

Ecos da crise nas narrativas do jornalismo

É natural pressupor que não interessa ao jornalismo falar sobre sua própria crise. Isso demonstraria as fragilidades de seu sistema, tanto do ponto de vista econômico como simbólico e acarretaria, por óbvio, em questionamentos ainda mais efetivos por parte do público quanto à sua credibilidade. No entanto, é no mínimo instigante tentar entender como se processa esse silenciamento, ao passo em que o debate sobre os rumos do jornalismo é, acredita-se, fulcral para a reflexão sobre um possível empoderamento da sociedade sobre a atividade que narra o presente. É uma proposta que vai ao encontro do pensamento de Groth (2011) sobre o jornalismo como obra cultural que nunca é realizada completamente. Para o autor, é justamente esta realização sempre inacabada que “impulsiona os sujeitos criadores e usuários a um aprimoramento da obra [...]”. O jornalismo, neste entendimento, viveria

um momento dialético de negação. Um contexto em que, entende-se, é propício para pensar sobre o futuro da atividade e o seu papel social.

É possível, pois, entender a crise como a condição essencial que faz da realidade (ou do jornalismo) um processo. Entendida do ponto de vista sistêmico, porém, ela pressupõe a conservação da projeção básica de um sistema, de modo que os entraves internos são sempre solucionáveis (DEMO, 1995). Ao contrário, um processo de transformação não sistêmico ou transcendente, implicaria a ultrapassagem do universo estabelecido e a criação de algo radicalmente novo. “A transcendência chamaria a atenção que a realidade social, do ponto de vista processual, seria aberta, tão aberta, que não admitiria apenas o aperfeiçoamento do vigente, mas até mesmo a superação dele. Porque o primeiro tipo de abertura (sistêmica) é, com efeito, uma maneira elegante de se fechar” (DEMO, 1995, p. 149-150).

O antagonismo argumentativo deu origem à dialética na Grécia Antiga e se desenvolveu em sentido filosófico, passando a caracterizar o princípio da negatividade: é a negação que promove crises e rupturas em nome de uma nova síntese. A antítese, portanto, é o conteúdo mais específico deste modo de compreensão da realidade.

Se estivermos diante de uma antítese benigna, sistêmica, seu resultado será um rearranjo do sistema em questão, será um melhoramento das condições dadas, serão realocações dos mesmos elementos; Se, porém, estivermos diante de uma antítese mais radical que questione não só pontos esparsos do sistema, mas ele próprio globalmente, o teor do novo pode superar o teor do velho na síntese (DEMO, 1995, p. 157).

Ao realizar-se na história, o jornalismo sofreu inúmeras transformações. Seja do ponto de vista tecnológico ou simbólico. Afinal, já narrou o presente de diferentes modos e com diferentes linguagens. O momento atual, contudo, inaugura uma nova fase de transformação. Coloca em cheque a própria necessidade da profissão. O que o rádio fez sobre os jornais impressos ou o que a TV significou para o rádio traduz-

se, de certa forma, como a reafirmação das especificidades de cada meio: o rádio é mais instantâneo, o jornal tem maior profundidade, a TV conta com a chancela das imagens para a interpretação dos acontecimentos. O tensionamento imposto sobre as práticas jornalísticas agora, em função da internet, representa – acima de tudo – a urgência da revisão sobre a necessidade do jornalismo, o que antes não havia ocorrido de forma tão emblemática. Pela primeira vez, o jornalismo é tensionado a olhar para si, para as suas funções.

Em trabalho anterior constatou-se, por meio da análise das publicações do jornal *El País* sobre o tema “crise do jornalismo”, que a diferenciação é um dos argumentos propulsores de um discurso de fortalecimento das práticas jornalísticas ditas tradicionais como sendo fundamentais para a manutenção das sociedades democráticas em função de preceitos calcados, historicamente, na capacidade crítica da atividade e sua credibilidade. Ramonet (2012) endossa essa ideia ao afirmar que os jornais impressos considerados de referência são ainda muito demandados pela audiência nas suas versões online. Interessante notar que o *El País*, nesse caso, é um dos poucos no mundo a utilizar sua página na internet para trazer à tona o tema. Na maioria dos demais periódicos – como o *The New York Times* (EUA), o *The Guardian* (Inglaterra), a *Folha de S. Paulo* e *O Globo* (Brasil) – não foram encontradas mais que cinco referências ao termo.

Em uma matéria intitulada *Wikileaks y ‘los viejos del lugar*, por exemplo, publicada no dia 21 de dezembro de 2010, o jornal espanhol relata o encontro de representantes de cinco grandes jornais do mundo que estavam publicando materiais divulgados pela organização liderada por Julian Assange. “Viejos del lugar” (os velhos do lugar) foi a expressão para designar os jornais diante do Wikileaks, representação expressiva de como a informação circula na rede. O termo “crise do jornalismo” aparece, no entanto, vinculado à ideia de valorização do “bom e velho jornalismo”, quando Esther Vera, mediadora do debate, afirma que o “Wikileaks valorizou o jornalismo tradicional em um momento de mudanças, de crise, tanto do

jornalismo como da política”. A declaração se refere, supomos, ao fato de Assange ter buscado parceria com jornais de referência para divulgação de seus dados, apostando em sua credibilidade.

Na *Folha de S. Paulo*, o tema ganhou algum destaque no final de 2008 com a publicação de um artigo de autoria de Marcos Nobre. O autor argumentava que a característica fundamental dos jornais é a notícia, formato que estaria em crise⁶. “O formato notícia pretende ter o monopólio da informação neutra e objetiva. Foi com base na notícia que o jornal construiu sua legitimidade e seu prestígio”, afirmou. “A internet minou essas distinções de maneira irremediável”. A preocupação, segundo Nobre, seria averiguar se as práticas formadoras do jornalismo como um tipo específico de conhecimento sobre o mundo (GENRO FILHO, 1989) podem adquirir novos sentidos.

Em tese de doutorado, Thaís Jorge (2013) aborda esta questão – a mutação das notícias – a partir de duas linhas argumentativas que podem ser aplicadas quando pensamos o jornalismo como obra cultural de modo mais geral. A primeira é sócio-histórica: as características das notícias estão se adaptando desde o seu surgimento – e a autora defende que isso tenha ocorrido já na pré-história – em função dos tipos de sociedade que se desenvolvem. A segunda é tecnológica, uma vez que a notícia estaria enfrentando sua mutação mais intensa com o advento da internet.

Neste mesmo sentido, Lafuente (2012) afirma que o jornalismo tem sido, nos últimos 15 anos, empurrado pouco a pouco para a beira de um abismo pela revolução digital. “Nunca antes uma mudança tecnológica havia transformado tanto nosso ecossistema”, afirma o jornalista responsável pela elaboração da estratégia digital do jornal *El País*. E prossegue (2012, p. 7): “pela primeira vez temos que

⁶ O artigo, intitulado “Notícia em Crise”, foi publicado na edição impressa do jornal *Folha de S. Paulo* em 23 de dezembro de 2008. Disponível para acesso virtual em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz2312200806.htm>. Acesso: 22 set 2014.

administrar uma transformação que supõe a perda de um dos elementos chave e que convertia em essencial a existência do nosso ofício: a administração exclusiva da intermediação”.

Em 2009, a revista *Time* (EUA) publicou um artigo intitulado “How to save your newspaper?” (como salvar o seu jornal), no qual afirmava que no ano anterior um estudo revelara que mais pessoas nos Estados Unidos estavam consumindo notícias gratuitamente através da web do que pagando por jornais e revistas impressos. Por isso a preocupação em salvar o papel. A fase segue sendo de experimentação e, por isso, sentimento de crise. Um modelo de jornalismo não sólido perde espaço mais facilmente do que um que está consolidado perante o público.

A preocupação com as transformações do jornalismo e também dá origem ao blog *Periodismo con Futuro*⁷, uma proposta do próprio Lafuente, para que a discussão sobre a crise do jornalismo seja promovida e sustentada pelos protagonistas desse movimento: jornalistas e pesquisadores da área. “¿Hacia dónde va el periodismo? Los desafíos de informar, en todos los soportes, con nuevos estilos”, é a frase que descreve o blog. A primeira publicação foi ao ar no dia 07 de março de 2011, defendendo que há, sobre o futuro do jornalismo, poucas certezas. A última postagem é do dia 24 de abril de 2014. Mas o blog não é destinado ao público em geral, ainda que possa ser acessado por qualquer leitor. Um debate fechado, portanto, do ponto de vista da produção. Em iniciativa mais recente, o *The New York Times* publicou um documento que trata do contexto atual, as preocupações que ele acarreta para as grandes empresas jornalísticas e sobre a necessidade de inovação para desenvolver a audiência: “O NYT precisa desenvolver novas estratégias para aumentar a audiência. A urgência está crescendo pois a mídia digital está aumentando, consolidando-se e tornando-se mais inovadora” (The New York Times Innovation Report, 2014, p. 3).

⁷<http://blogs.elpais.com/periodismo-con-futuro/>.

Segundo Pavlik (2014), podem ser distinguidas três fases do jornalismo online. A primeira delas correspondeu apenas a replicação do conteúdo da edição impressa dos jornais no ambiente online. A segunda fase é marcada pela produção de conteúdo exclusivo para a web, diferenciado através do uso de hiperlinks, interatividade e multimídia. A terceira corresponderia ao jornalismo de conteúdo original, com narrativas não lineares e experiências únicas de consumo da informação proporcionadas pelas tecnologias digitais. Para o autor, estaríamos vivenciando, ainda, o segundo estágio.

No interior da crise: a experiência de Zero Hora

A estrutura da redação de Zero Hora

Há aproximadamente três anos, *Zero Hora* passou por um processo de integração das redações, de modo que a ilha de produção de *zerohora.com* foi desfeita e seus repórteres e editores foram redistribuídos pelas editorias do jornal impresso (SEIBT, 2014). Praticamente dois anos depois, em 1º de maio de 2014, passou por nova mudança, reconhecida pelo próprio veículo como “uma das mais impactantes de sua história”⁸. Além de alterar seu logotipo, o jornal modificou o projeto gráfico e editorial da versão impressa e o site passou por uma reformulação no design. Mas a transformação mais importante foi nas redações: impresso e online voltaram a trabalhar de forma separada. A ilha de *zerohora.com*, antes extinta, voltou a funcionar de um lado. Do outro, estão as editorias do impresso. Ao centro, o editor-chefe, os editores de imagem e de capa. A opção do jornal foi voltar atrás com relação ao modelo de integração, numa clara fase de experimentação sobre qual a melhor forma de fazer jornalismo no atual momento. Os profissionais estão divididos

⁸ Tal afirmação consta em um texto publicado no caderno especial para estudantes de comunicação, publicado em agosto de 2014.

em dois núcleos: (1) multiplataforma, que produz o material do papel, mas sem perder de vista as outras plataformas; (2) foco digital, especializado em conteúdo para os meios digitais.

O primeiro aspecto a ser ressaltado sobre esta estrutura organizativa é o papel que desempenham os editores de integração. Em síntese, evitam o retrabalho. Ou seja, que dois repórteres estejam fazendo a mesma coisa, ou a mesma apuração, mesmo que sejam de equipes diferentes. Na maioria dos casos, o papel aproveita a apuração do *online* ou vice e versa. Só quando o assunto é muito estratégico para ambas as plataformas, é que ocorre a apuração própria, mas sempre há a troca de materiais. Os editores de integração participam de todas as reuniões de pauta – digital e multiplataforma – a fim de que estejam por dentro de todas as apostas do dia, em ambas as plataformas, e das possíveis interações. Na reunião da equipe do multiplataforma, por exemplo, é atribuição do editor de integração fazer uma síntese da reunião do digital: apresentar quais serão as apostas do dia na versão online do jornal.

Os primeiros indícios

O editor de conteúdo da plataforma digital tem experiência no impresso: “*são 15 anos trabalhando na geral, uma editoria de muita precisão*”, contou. Segundo explicação dada por ele, o trabalho no digital organiza-se de tal forma a contemplar, se possível, uma atualização a cada hora. O mais importante, contudo, para além da rapidez das atualizações, é o rigor das informações apresentadas. “*A essência é a mesma: apuração exaustiva. Isso é muito importante para nós, por isso queremos trazer para o online de modo natural. É pensar com a cabeça do papel quanto ao critério na hora de apresentar as informações*”, explica.

O cuidado com a criteriosa apuração ou com a publicação de notícias mais analíticas no online talvez represente uma preocupação com outro fato bastante

característico deste tipo de redação: a relação direta com a audiência. Na redação de *zerohora.com* três aparelhos de televisão ficam em um lugar estratégico, mostrando quais as matérias mais acessadas ou com maior engajamento (as notícias nas quais os leitores dedicaram mais tempo de sua atenção). Quando a pesquisa exploratória ocorrera, poucas notícias consideradas *hard news* alcançaram o topo das listas. Na reunião de pauta com foco no digital, por sua vez, o que mais se ouve é “teve audiência” ou “não teve audiência”. Ao colocar na roda de avaliações uma matéria sobre o PIB que havia circulado no dia anterior, um dos membros da equipe diz que a notícia não foi tão bem quanto ao número de acessos. Os jornalistas dedicaram-se, por alguns minutos, a avaliar o motivo deste resultado, já que a informação era de serviço: “Entenda o que o aumento do PIB tem a ver com você”, numa clara tentativa de aproximação com o leitor. A notícia foi, inclusive, chamada nas redes sociais. Não adiantou. “*As pessoas não estão acostumadas com isso, elas veem PIB e não se interessam*”, argumentou uma das jornalistas. “*É a relevância, a questão toda é essa*”, afirmou o editor de conteúdo, no sentido de defender a importância da notícia.

Naquele momento, a notícia sobre o PIB tinha texto e uma ilustração, não contendo características próprias do jornal online. Essa transposição do conteúdo “com cara de papel” para *zerohora.com* estava presente na maioria das matérias. Os fatores que diferenciavam a cobertura do digital estavam centrados em três aspectos: velocidade, recursos de imagem e vídeo (em alguns casos) e relação com a audiência. É muito mais fácil medir o que a audiência “gosta ou não gosta” em um jornal online. Mas *zerohora.com* ainda não havia constituído uma identidade própria como jornal inserido no ciberespaço. Coincidentemente, no momento da escrita deste artigo, a manchete de *zerohora.com* é “*Como um PIB de 0,1% interfere na sua vida*”⁹. A matéria está na editoria “ZH Explica” e cumpre a função, literalmente, de explicar o que é o PIB e como sua alteração afeta a vida das pessoas. O texto conta, inclusive,

⁹ Dia 27 de março de 2015. Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2015/03/como-um-pib-menor-interfere-na-vida-das-pessoas-4727075.html>.

com uma sessão de perguntas e respostas. Logo abaixo da manchete principal, estão outras três matérias relacionadas ao tema: (1) *Economia tem pior resultado desde 2009*; (2) *Brasil é um dos que menos crescem*; (3) *Em 1 minuto, entenda o cálculo do PIB* (imagem 1). Os textos 1 e 2 tem caráter noticioso. O texto 1 possui um infográfico interativo que explica o que é o Produto Interno Bruto, quais as consequências de suas variações, como é feito o cálculo do PIB e quais os objetivos deste cálculo¹⁰. O texto 2 apresenta um gráfico interativo que permite comparar o PIB de alguns países do mundo¹¹. Já a manchete 3 está direcionada a um vídeo explicativo sobre como é feito o cálculo do PIB.



Figura 1: Capa do jornal Zerohora.com em 27 de março de 2015. Fonte: zerohora.com

É possível compreender, com base nestes indícios, que o processo produtivo em *zerohora.com* está em construção. Se há um ano a matéria sobre o PIB não obteve sucesso junto ao público, o jornal traçou novas estratégias para atrair o leitor

¹⁰ <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2015/03/economia-cresce-0-1-em-2014-pior-resultado-desde-2009-4727092.html>

¹¹ <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2015/03/brasil-e-um-dos-paises-que-menos-cresceram-em-2014-4727061.html>

sobre um assunto considerado *hard news*. Mas não deixou de abordar o tema porque ele não teve audiência.

Além disso, a partir da observação realizada, fica claro que a equipe do jornal digital está diante de um novo meio e, por isso, precisa se adaptar às suas características, sintetizadas através dos conceitos de hipertextualidade, interatividade e multimedialidade (NOCI, 2008). Em conversa com o editor de integração que trabalhava no turno da manhã, algumas questões vem à tona: *“Tudo é muito novo, por isso o processo é truncado. Está todo mundo aprendendo a lidar com essa nova organização”*. A observação do outro editor do turno da tarde segue a mesma lógica: *“O rigor do papel continua no online, mas precisa ficar com cara de online. O infográfico postado hoje, por exemplo, sobre crimes, é de papel, estático, não deveria ser assim. Acho que o papel está mais bem resolvido que o online, já achou o seu caminho. O jornal de papel consolida a cobertura do dia”*. A segunda questão, no entanto, diz respeito ao modo como a adaptação a tais características também dialoga com fundamentos do jornalismo que se cristalizaram historicamente, como o critério na apuração das informações e o interesse público. *“A informação é a mesma, mas precisamos empacotar para diferentes plataformas”*, comenta o editor.

Alguns jornalistas, ao que parece, preocupam-se seriamente com o fato de que o público do jornal digital não consome informações *hard news* com tanta intensidade quanto as de esportes ou entretenimento. É possível fazer um jornal que só agrade ao público? Sem dúvida, a resposta da equipe seria negativa. O jornal, em síntese, tem uma função social a cumprir, seja em sua versão online ou impressa. Interessa, assim, investigar em que medida essa função continuará sendo cumprida e com quais características. Conforme aponta Leal (2013 apud LEAL et. all, 2013, p. 11), *“é importante perceber que, sendo um fenômeno cultural, as regras e procedimentos do jornalismo são sempre marcados por valores, características e percepções que o vinculam a tempos e espaços particulares”*, afirmação que está em diálogo com o entendimento do jornalismo enquanto obra cultural (GROTH, 2011).

As transformações não configuram-se somente através do impacto causado pelas tecnologias, mas também no contexto social, histórico e cultural dos usos da informação. A transformação está, sobretudo, em diálogo com o que já foi constituído no passado e com aquilo que o jornalismo pode vir a ser no futuro. Haverá um novo jornalismo ou um novo sistema de produção de sentidos sobre o mundo? A reflexão de Henn (2014, n.p)¹², ao tratar do cibercontecimento, ajuda a elucidar as sínteses possíveis para esta resposta:

[...] o parâmetro de permanência, muito forte em sistemas que historicamente consolidam potência organizacional para fazer frente à entropia eminente, entra em ação nos momentos críticos em que o sistema reorganiza-se transformado, mas mantendo alguns núcleos de sua identidade. Pensa-se que o jornalismo, dados a sua história, os fundamentos culturais e sociais que o legitimam e sua faceta empresarial arraigada nos poderosos conglomerados de mídia, tem um conjunto de elementos de grande fôlego para transmutar-se nesse processo crítico e continuar sendo jornalismo.

Considerações Finais

Ainda que a maioria das matérias publicadas pelo *El País* possua um caráter de reforço do “bom e velho jornalismo”, alguns poucos textos sinalizam questionamentos sobre o futuro da profissão. É o caso da entrevista com o cronista Martín Caparrós, que em abril de 2014 acabava de publicar “El Interior”, obra literária sobre a Espanha. Em sua fala, o escritor encarava a crise como uma possibilidade de renovação: “¿La crisis del periodismo? “Las crisis sirven para que las cosas cambien. Hace veinticinco años nadie se preguntaba por nuestro porvenir. El nerviosismo actual sobre el oficio en realidad es un estado de alerta que abre muchas posibilidades” (CRUZ, 2014). Groth (2011) já dissera que o jornalismo, enquanto obra cultural, possui um sentido teleológico orientado pelas intenções (finalidades atribuídas) e trabalho humano. Toda obra cultural é dotada de um sentido, que

¹² Citação retirada dos arquivos originais do livro, antes da publicação.

caracteriza-se por conter uma disposição, uma tendência, que nunca é realizada completamente.

Os indícios aqui relatados ou, ainda, o silenciamento sobre o tema nos outros veículos, permitem observar a existência de um discurso de reforço sobre os princípios historicamente consolidados do jornalismo e a escassez de um debate sobre suas possibilidades em aberto.

Existe uma crise. E ela não é apenas econômica. Os jornais a percebem, enquadrando-a como processo evolutivo natural que está relacionado a mais uma nova tecnologia – neste caso, as redes sociais digitais. O que fazer para manter fortalecidos os preceitos do jornalismo? Como reafirmar um campo cujos pressupostos que o constituíram são questionados? E, principalmente, como enfrentar (ou incorporar) as possibilidades que o momento oferece, sendo elas justamente o que propulsiona a crise? O impasse é visível dentro das redações e também nas narrativas do jornalismo sobre si. Os silêncios, ao que parece, reafirmam o momento de incerteza sobre o futuro: como se transformar sem deixar de ser jornalismo? Como lidar com uma aproximação cada vez maior do público, cujas respostas incidem de forma muito mais direta sobre as práticas e narrativas do jornalismo? Como consolidar uma nova relação com o leitor e ao mesmo tempo não integrá-lo ao debate sobre o futuro do jornalismo? Revolucionar-se seria admitir a perda da hegemonia para contar o presente?

É natural que o jornalismo crie resistência a sua transformação pelos condicionamentos econômicos e a necessidade de sobrevivência das instituições. Por isso, parece conflituosa a relação entre a necessidade de encontrar um novo modelo de produção de sentido sobre o presente e manter as estruturas históricas em funcionamento. Esse paradoxo aparece em Pavlik (2014, p. 22): “Este jornalismo digital é normalmente desenvolvido por profissionais do fazer jornalístico que sejam éticos e capazes de, cada vez mais, colocar as histórias em um contexto mais amplo. Ainda assim, a incerteza do estado financeiro do jornalismo digital é uma grande

preocupação da área". Stephens (2014) também argumenta neste sentido: o jornalismo vive uma mudança de paradigma e ao mesmo tempo sofre dificuldades ao resistir à noção – fortalecida nos Séculos 19 e 20 – de que a atividade é uma colecionadora de fatos. A saída apontada por ele revela, ao mesmo tempo, que é preciso retornar a uma visão histórica sobre os profissionais do campo: “não como repórteres do que está se passando, mas como sujeitos capazes de oferecer uma sábia versão sobre o que está acontecendo” (2014, p. 18, tradução nossa).

O conceito de *suprassunção*, em Hegel, contribui à compreensão desse momento – num equilíbrio entre a manutenção dos preceitos tradicionais e uma reinvenção da atividade. A palavra contém três sentidos. No seu desmembramento: *supra* significa elevar, ir além ou ultrapassar; *assumir* que quer dizer conservar ou manter para si e *sumir* indica negação ou desaparecimento. Quando a humanidade alcança novas formas de desenvolvimento, conhecimentos atualizados, isso não significa que o passado foi esvaziado ou esquecido. Quer dizer, apenas, que ele está se integrando ao novo. Postula-se, por fim, que esse seja um movimento reflexivo que pode servir como referência para pensar a crise do jornalismo para além de sua dimensão econômica.

Referências

BLANCHAR, Clara. Wikileaks y "los viejos del lugar". **El País**, 2010. Disponível em: <http://elpais.com/elpais/2010/12/21/actualidad/1292923049_850215.html>.

BOLTER, J.D; GRUSIN, R. **Remediation**: understanding new media. Cambridge, Mass: MIT Press, 2000.

DEMO, Pedro. **Metodologia Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 1995.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Ortiz, 1989.

GOMIS, Lorenzo. **Teoria del periodismo**: cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamentos da ciência dos jornais.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

HEGEL, G.W.F. **A fenomenologia do espírito.** Parte 1. Tradução: Paulo Meneses. Petrópolis: Vozes, 1992.

HENN, Ronaldo. **El Ciberacontecimiento: producción y semioses.** Barcelona: Editorial UOC e InconUAB, 2014.

ISAACSON, Walter. How to save your newspaper. **Time Magazine**, 2009. Disponível em: < <http://time.com/3270666/how-to-save-your-newspaper/>>

JORGE, Thaís de Mendonça. **Mutação no jornalismo.** Como a notícia chega à internet. Brasília: Editora UnB, 2013.

LAFUENTE, Gumersindo. **A melhor maneira de fazer jornalismo é pela internet: entrevista com Gumersindo Lafuente Parte 1.** In: MAROCCO, Beatriz. O jornalista e a prática: entrevistas. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2012, p. 211-218.

_____. ¿Como hemos llegado hasta aquí? **Cuadernos de Comunicación Evoca**, Madrid, 2012.

LEAL, Bruno Sousa et. all. **A “crise do jornalismo”:** o que ela afirma, o que ela esquece. Encontro Nacional de História da Mídia, Ouro Preto (MG), 2013. Anais...Ouro Preto, 2013. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/a-201ccrise201d-do-jornalismo-o-que-ela-afirma-o-que-ela-esquece> >. Acesso em 20 de junho de 2014.

NOBRE, Marcos. **Notícia em Crise.** Folha de S. Paulo, 2008.

NOCI, Javier Díaz. **A History of Journalism on the Internet: A state of the art and some methodological trends.** Revista Internacional de Historia de la Comunicación, n. 1, 2013, p. 253-272.

_____. **Definición teórica de las características del ciberperiodismo:** elementos de la comunicación digital. Doxa Comunicación, n. 6, 2008, p. 53 – 91.

PAVLIK, John. Entretenimento e informação no envolvimento da audiência (entrevista a Andriolli Costa). **Revista do Instituto Humanitas Unisinos.** São Leopoldo: Unisinos, 2014.



revista Observatório

ISSN nº 2447-4266

Vol. 1, nº 2, Setembro-dezembro. 2015

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2015v1n2p117>

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo:** das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

SEIBT, Taís. **Redação Integrada:** a experiência do jornal Zero Hora no processo de convergência jornalística. 2014. 135 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2014.

STEPHENS, Mitchell. **Beyond News:** The Futuro of Journalism. New York: Columbia, 2014.

THE NEW YORK TIMES. **Inovation.** New York, 2014.

Acesse esse e outros artigos da **Revista Observatório** em:

