

REVISTA LATINO-AMERICANA DE JORNALISMO
Vol. 5 Nº1 | JAN_JUN | 2018 | ISSN 2359-375X
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO



JORNALISMO PROFISSIONAL

PROCESSOS, PRÁTICAS E TÉCNICAS

JORNALISMO PROFISSIONAL

PROCESSOS, PRÁTICAS E TÉCNICAS

JORNALISMO PROFISSIONAL: processos, práticas e técnicas



ÂNCORA - Revista Latino-americana de Jornalismo é uma publicação acadêmica semestral, vinculada ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo - PPJ | UFPB. Objetiva o fomento da produção acadêmico-científica na área do jornalismo e suas interfaces no campo comunicacional e em áreas afins. Seu foco de abordagem temática está direcionado para publicações de artigos, relatos profissionais, artigos-resenha e entrevistas que retratem, de forma transdisciplinar, os ambientes, processos, linguagens, tecnologias, produtos e processos do jornalismo. Avaliação CAPES: **Qualis B1** [Educação] e **Qualis B4** [Comunicação e informação]. **As informações, opiniões e conceitos expressos nos artigos, relatos profissionais, resenhas ou entrevistas são de inteira responsabilidade dos autores/autoras.**

A revista eletrônica está disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>

CATALOGAÇÃO NA FONTE

R454 Revista Latino-americana de Jornalismo - Âncora [recurso eletrônico] – Ano 5, v.5; n.1; (jan /jun. 2018)- / João Pessoa: Editora do CCTA, 2018.
150p.
Modo de acesso:
<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>
Semestral.
ISSN: 2359-375X
1. Jornalismo. 2. Práticas Jornalísticas.
3. Jornalismo móvel. 4. Jornalismo Cidadão.
5. Narrativas Jornalísticas. 6. Entrevista.

UFPB/BC

CDU: 070



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

EDITORA CHEFE

Prof^a. Dr^a. Joana Belarmino de SOUSA
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

EDITOR ADJUNTO

Prof. Dr. José David CAMPOS Fernandes
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

CONSELHO EDITORIAL e de PEER REVIEW

Prof^a. Dr^a. Gloria de Lourdes Freire RABAY

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Prof. Dr. Pedro BENEVIDES

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Prof^a. Dr^a. Sandra Regina MOURA

Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Jornalismo - UFPB

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Prof^a. Dr^a. Virgínia SÁ BARRETO

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Prof^a. Dr^a. Zulmira Silva NÓBREGA

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

ESTAGIÁRIOS

Luan Alexandre SILVA | Editoração | Jornalismo - UFPB

Robson Martins da SILVA JÚNIOR | Editoração | Jornalismo – UFPB

José Allan Luna de OLIVEIRA | Assistente de Editoria | Jornalismo – UFPB

Matheus Wendell de MELO | Assistente de Editoria | Jornalismo – UFPB

• **Capa desta Edição** •

Luan Alexandre SILVA | Jornalismo - UFPB

Robson Martins da SILVA JÚNIOR | Jornalismo – UFPB

[Imagem distorcida de *smartphones* utilizando redes sociais]

**Laboratório de Jornalismo e Editoração | PPJ - UFPB Universidade
Federal da Paraíba | Brasil**

DIRETÓRIOS, INDEXADORES E PLATAFORMAS DE AVALIAÇÃO

[DOAJ](#) - Suécia | [Latindex](#) - México | [Crossref](#) - USA/United Kingdom |
[OLCL WorldCat](#) - Estados Unidos | [Elektronische Zeitschriftenbibliothek](#) -
Alemanha | [MIAR](#) - Espanha | [REDIB](#) - Espanha | [DAJ](#) - Indonésia | [SHERPA/RoMEO](#) -
Inglaterra | [ResearchBid](#) - Reino Unido | [Eurasian Scientific Journal Index](#) - República do
Cazaquistão | [UNIVERSAL IMPACT FACTOR](#) - Journal Impact Factor | [Crosscheck](#) | [Vérsila](#) -
USA | Brasil | [Directory of Research Journals Indexing](#) - Índia | [Journal TOCS](#) - Reino Unido

||| Brasil |||

[Sumários.org](#) | [Diadorim](#) | [SEER](#) | [IBICT](#) | [REVIScom](#)
[Periódicos UFPB](#) | [LivRe](#) | [Biblioteke Virtual](#) | [Google Acadêmico](#)

Programa de Pós-graduação em Jornalismo

Centro de Comunicação, Turismo e Artes | Universidade Federal da Paraíba
Campus Universitário I | Cidade Universitária, 58059-900, João Pessoa - Paraíba
(83) 3260-0000

Contato: revistaancoraufpb@gmail.com

CONSELHO CIENTÍFICO

- Prof.ª. Dr.ª. Adelaide Alves DIAS**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Adilson Vaz CABRAL FILHO**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Adriana Cristina Omena dos SANTOS**
Universidade Federal de Uberlândia | Brasil
- Prof. Dr. Adriano Duarte RODRIGUES**
Universidade Nova de Lisboa | Portugal
- Prof. Dr. Adriano Lopes GOMES**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Afonso de ALBUQUERQUE**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Alexandre Almeida BARBALHO**
Universidade Estadual do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Alfredo VIZEU**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Aline do Amaral Garcia STRELOW**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Álvaro Nunes LARANGEIRA**
Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Amarildo Batista CARNICEL**
Pontifícia Universidade Católica de Campinas | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Ana Carolina ESCOSTEGUY**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER**
Universidade Federal de Goiás | Brasil
- Dr.ª. Ana Lúcia MEDEIROS**
Pesquisadora (DCR – CNPq/FAPEQS – PB / UFPB | Brasil
- Prof. Dr. André BRASIL**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. André VILLAS-BOAS**
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Andréa França MARTINS**
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Ângela Cristina Salgueiro MARQUES**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Anita SIMIS**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Antônio Francisco Ribeiro de FREITAS**
Universidade Federal de Alagoas | Brasil
- Prof. Dr. Antônio FAUSTO NETO**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof. Dr. Arlindo Ornelas FIGUEIRA NETO**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Armando Silva TELLEZ**
Universidad Externado de Colombia | Colômbia
- Prof.ª. Dr.ª. Beatriz BECKER**
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Bruno CAMPANELLA**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Cárilda EMERIM**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Arcila CALDERÓN**
Universidad de Salamanca | Espanha
- Prof. Dr. Carlos Eduardo FRANCISCATO**
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito D'ANDREA**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Carlos PERNISA JUNIOR**
Universidade Federal de Juiz de Fora | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Christa Liselotte Berger Ramos KUSCHICK**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Claudia Irene de QUADROS**
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Cláudio Cardoso de PAIVA**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Cosette Espindola de CASTRO**
Universidade Católica de Brasília | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Cremilda MEDINA**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Danilo ROTHBERG**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Demétrio de Azeredo SOSTER**
Universidade de Santa Cruz do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Denis Porto RENÓ**
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Denise COGO**
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Denise da Costa Oliveira SIQUEIRA**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Denise Tavares da SILVA**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Denise Correa ARAÚJO**
Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Dóris Fagundes HAUSSEN**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Dulcília Helena Schroeder BUITONI**
Faculdade Casper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Edgard Patrício de ALMEIDA FILHO**
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Edônio Alves do NASCIMENTO**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Edson Fernando DALMONTE**
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Eduardo MEDITSCH**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Eduardo VICENTE**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Edvaldo Pereira LIMA**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Elias Machado GONÇALVES**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Eliseo VERÓN**
In memoriam
- Prof. Dr. Ericson SAINT CLAIR**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Fernanda MARTINELLI**
Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Albano Maia de Magalhães ILHARCO**
Universidade Católica Portuguesa | Portugal
- Prof. Dr. Fernando Antonio CROCOMO**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Antônio Dias ZAMITH**
Universidade do Porto | Portugal
- Prof. Dr. Fernando Antônio RESENDE**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Firmino da SILVA**
Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Fernando GONÇALVES**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Fernão Vitor Pessoa de Almeida RAMOS**
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Prof. Dr. Flávio Antônio Camargo PORCELLO**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Francisco de ASSIS**
Centro Universitário Fiam-Faam | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças PÔRTO JÚNIOR**
Universidade Federal do Tocantins | Brasil
- Prof. Dr. Francisco José Castilhos KARAM**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Laerte Juvêncio MAGALHÃES**
Universidade Federal do Piauí | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Paulo Jamil Almeida MARQUES**
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Gabriela BORGES**
Universidade Federal de Juiz de Fora | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Geane Carvalho ALZAMORA**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Gerson Luiz MARTINS**
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Gilberto ALEXANDRE SOBRINHO**
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Giovana Borges MESQUITA**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Graça CALDAS**
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Graziela Soares BIANCHI**
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Prof. Dr. Guido Lemos de SOUZA FILHO**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Heitor Costa Lima da ROCHA**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Irene MACHADO**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Isabel Ferin CUNHA**
Universidade de Coimbra | Portugal
- Prof.ª. Dr.ª. Jacques Alkalai WAINBERG**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Jairo FERREIRA**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof. Dr. Jesús Miguel Flores VIVAR**
Universidad Complutense de Madrid | Espanha
- Prof. Dr. João Batista de ABREU JUNIOR**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. João CANAVILHAS**
Universidade Beira do Interior | Portugal
- Prof. Dr. João Carlos MASSAROLO**
Universidade Federal de São Carlos | Brasil
- Prof. Dr. João Guilherme BARONE Reis e Silva**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. João SOMMA NETO**
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Alejandro GONZÁLEZ**
Universidad Nacional Autónoma de México | México
- Prof. Dr. Jorge CARDOSO FILHO**
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Kanehide IJUIM**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Pedro Almeida Silva e SOUSA**
Universidade Fernando Pessoa | Portugal
- Prof. Dr. Jorge Trinidad Ferraz de ABREU**
Universidade de Aveiro | Portugal
- Prof. Dr. José Antônio Marques MOREIRA**
Universidade Aberta (UAb) | Portugal
- Prof. Dr. José Carlos MARQUES**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Josenildo Luiz GUERRA**
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Prof. Dr. Juciano de Sousa LACERDA**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Juliana Colussi RIBEIRO**
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil

CONSELHO CIENTÍFICO

- Prof. Dr. Juliano Maurício de CARVALHO**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Júlio PINTO**
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Koldo MESO**
Universidad del País Vasco | Espanha
- Prof. Dr. Lauer Alves Nunes dos SANTOS**
Universidade Federal de Pelotas | Brasil
- Profª. Drª. Lídia Oliveira SILVA**
Universidade de Aveiro | Portugal
- Prof. Dr. Lionel Brossi GARAVAGLIA**
Universidad de Chile | Chile
- Profª. Drª. Lívia Cirne de Azevêdo PEREIRA**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Lorenzo Vilches MANTEROLA**
Universidad Autónoma de Barcelona | Espanha
- Profª. Drª. Lorena Peret Teixeira TÁRCIA**
Centro Universitário de Belo Horizonte | Brasil
- Profª. Drª. Lúcia Helena Ventrúsculo POSSARI**
Universidade Federal de Mato Grosso | Brasil
- Profª. Drª. Lúcia SANTA CRUZ**
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Luciana MIELNICZUK *In memoriam***
Universidade Federal de Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Luciane Fassarella AGNEZ**
Instituto de Educação Superior de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Luciano GUIMARÃES**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Luís Antônio Martins SANTOS**
Universidade do Minho | Portugal
- Prof. Dr. Luís Mauro Sá MARTINO**
Faculdade Cásper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Luiz Custódio da SILVA**
Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Luiz SIGNATES**
Universidade Federal de Goiás | Brasil
- Profª. Drª. Magnolia Rejane Andrade dos SANTOS**
Universidade Federal de Alagoas | Brasil
- Profª. Drª. Malgorzata KOLANKOWSKA**
Escola Filológica de Wrocław | Polónia
- Profª. Drª. Manuela PENAFRIA**
Universidade da Beira Interior | Portugal
- Profª. Drª. Marcel Vieira Barreto SILVA**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Didimo Souza VIEIRA**
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo KISCHINHEVSKY**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Martínez HERMIDA**
Universidad de Santiago de Compostela | Espanha
- Profª. Drª. Marcia BENETTI**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Gomes MARQUES**
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Guena dos SANTOS**
Universidade Estadual da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Marcília Gomes Costa MENDES**
Universidade Estadual do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Márcio Carneiro dos SANTOS**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Márcio Ronaldo Santos FERNANDES**
Universidade Estadual do Centro-Oeste | Brasil
- Prof. Dr. Marco Antonio BONITO**
Universidade Federal do Pampa | Brasil
- Prof. Dr. Marcos AMÉRICO**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Marcos Silva PALACIOS**
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Marcus RAMÚYO**
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Maria Beatriz COLUCCI**
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Profª. Drª. Maria Berenice da Costa MACHADO**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. María Constanza Mujica HOLLEY**
Pontifícia Universidad de Chile | Chile
- Profª. Drª. Maria Cristina GOBBI**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Profª. Drª. Maria Elisabete ANTONIOLI**
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Maria José BALDESSAR**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Profª. Drª. Maria Lúcia BECKER**
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Prof. Dr. Mário CARLÓN**
Universidad de Buenos Aires | Argentina
- Profª. Drª. Marta Regina MAIA**
Universidade Federal de Ouro Preto | Brasil
- Prof. Dr. Mateus Yuri Ribeiro da Silva PASSOS**
Faculdade Cásper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Mauro de Souza VENTURA**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Michele Goulart MASSUCHIN**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Michele NEGRINI**
Universidade Federal de Pelotas | Brasil
- Prof. Dr. Miguel WIÑAZKI**
Universidad de San Andrés | Argentina
- Profª. Drª. Mirian Estela Nogueira TAVARES**
Universidade do Algarve | Portugal
- Profª. Drª. Mirian Moema Figueira PINHEIRO**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Mirna TONUS**
Universidade Federal de Uberlândia | Brasil
- Profª. Drª. Monica MARTINEZ**
Universidade de Sorocaba | Brasil
- Prof. Dr. Muniz SODRÉ**
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Natalia Raimondo ANSELMINO**
Universidad Nacional de Rosario | Argentina
- Profª. Drª. Nelia Rodrigues DEL BIANCO**
Universidade de Brasília | Brasil
- Profª. Drª. Patricia Rebelo da SILVA**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Paulo Eduardo Silva Lins CAJAZEIRA**
Universidade Federal do Cariri | Brasil
- Prof. Dr. Pedro Nunes Filho**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Pollyana Ferrari TEIXEIRA**
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Rafael de Luna FREIRE**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Raquel RECUERO**
Universidade Católica de Pelotas | Brasil
- Profª. Drª. Regina GOMES**
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Regiane Miranda de Oliveira NAKAGAWA**
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Ricardo Ferreira FREITAS**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Rodrigo do Espírito Santo da CUNHA**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof. Dr. Rogério Luiz COVALESKI**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Rosana Cabral ZUCOLO**
Centro Universitário Franciscano | Brasil
- Profª. Drª. Rosana de Lima SOARES**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Profª. Drª. Rossana Viana GAIA**
Instituto Federal de Alagoas | Brasil
- Prof. Dr. Sebastião Carlos de Moraes SQUIRRA**
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Sebastião Faustino PEREIRA FILHO**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Sérgio Arruda de MOURA**
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro | Brasil
- Prof. Dr. Sérgio Luiz GADINI**
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Profª. Drª. Silvana LOUZADA**
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Silvano Alves Bezerra da SILVA**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Simone Maria ROCHA**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Profª. Drª. Sonia Aguiar LOPES**
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Profª. Drª. Sonia Virginia MOREIRA**
Universidade Estadual do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Suelly Maria Maux DIAS**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Suzana KILPP**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Profª. Drª. Suzana Oliveira BARBOSA**
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Taciana de Lima BURGOS**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Thiago SOARES**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof. Dr. Valdecir BECKER**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Valquíria Aparecida Passos KNEIPP**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Veronica STIGGER**
Fundação Armando Álvares Penteado | Brasil
- Profª. Drª. Virginia Pradelina da Silveira FONSECA**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Viviane BORELLI**
Universidade Federal de Santa Maria | Brasil
- Profª. Drª. Zélia Leal ADGHIRNI**
Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Walter Teixeira LIMA JUNIOR**
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Washington José de SOUZA FILHO**
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Wellington José de Oliveira PEREIRA**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Wilson da Costa BUENO**
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Wilton GARCIA**
Universidade de Sorocaba | Brasil
- Prof. Dr. Yuji GUSHIKEN**
Universidade Federal do Mato Grosso | Brasil

- 9** EDITORIAL
JORNALISMO PROFISSIONAL: processos, práticas e técnicas
PROFESSIONAL JOURNALISM: proceeds, practices and techniques
Joana BELARMINO

EIXO TEMÁTICO | Thematic Dossier | Dossier Temático | Dossier thématique

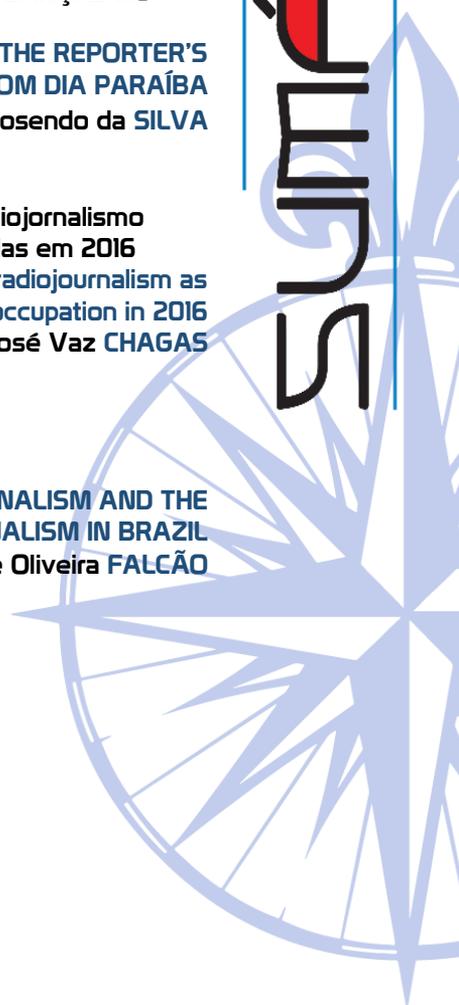
- 12** TRABALHO PRESCRITO, TRABALHO REAL E MEDIAÇÃO DO SOFRIMENTO: estudo de caso em jornalismo público
PRESCRIBED WORK, REAL WORK AND SUFFERING MEASUREMENT: case study in public journalism
Robson DIAS ▪ Samuel Vianna FIGUEROA ▪ Victor Márcio Laus Reis GOMES ▪ Luiza Mônica de Assis SILVA

- 31** EL DISCURSO DE LA PRENSA ARGENTINA EN TIEMPOS DE ALGORITMOS: UNA MIRADA DIACRÓNICA SOBRE LA COMPOSICIÓN DE POSTEOS EN LAS FANPAGES DE CLARÍN Y LA NACIÓN
THE DISCOURSE OF THE ARGENTINE PRESS IN ALGORITHMS'S TIME: A DIACHRONIC VIEW ON THE COMPOSITION OF POSTS IN THE CLARÍN AND LA NACIÓN'S FANPAGES
Natalia Raimondo ANSELMINO ▪ Ana Laura CARDOSO ▪ José ROSTAGNO ▪ Alejandro SAMBRANA

- 59** O JORNALISMO MÓVEL NO TELEJORNALISMO: AS MUDANÇAS NO PAPEL DO REPÓRTER NO BOM DIA PARAÍBA
MOBILE DEVICES IN TV NEWS: THE CHANGES IN THE REPORTER'S ROLE IN BOM DIA PARAÍBA
Fabiana Cardoso de SIQUEIRA ▪ Wanderson Rosendo da SILVA

- 79** O QUE DIZEM AS FONTES? O acesso disruptivo ao radiojornalismo como estratégia dos estudantes na ocupação de escolas em 2016
WHAT DO THE SOURCES SAY? Disruptive access to radiojournalism as a strategy for students in school occupation in 2016
Luán José Vaz CHAGAS

- 96** MÍDIA NINJA, JORNALISMO CIDADÃO ONLINE E A PROFISSIONALIZAÇÃO DO JORNALISMO NO BRASIL
MÍDIA NINJA, ONLINE CITIZEN JOURNALISM AND THE PROFESSIONALIZATION OF JOURNALISM IN BRAZIL
Juliana Bulhões Alberto DANTAS ▪ Priscila Dallva de Oliveira FALCÃO



111

ENTREVISTA | INTERVIEW

**O JORNALISMO E AS NARRATIVAS DE CONFLITO: DESAFIOS,
ATRAVESSAMENTOS E PROCESSOS**

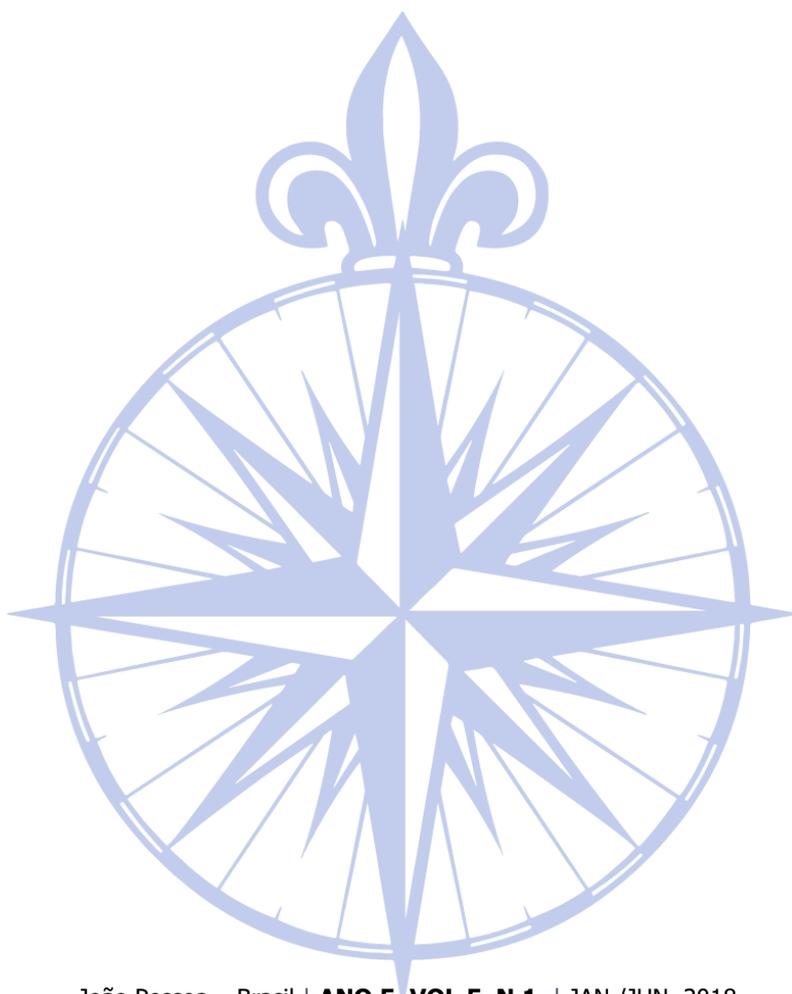
**JOURNALISM AND THE NARRATIVES OF CONFLICT:
challenges, crossings and processes**
Fernando RESENDE

130

**ANELKA É DO GALO: ALEXANDRE KALIL E A PRODUÇÃO DE
CIBERACONTECIMENTOS NO TWITTER**

**“ANELKA É DO GALO.”: alexandre kalil and the production of
cyberevents on twitter**
Thiago Pereira ALBERTO

SUMÁRIO



JORNALISMO PROFISSIONAL: processos, práticas e técnicas

PROFESSIONAL JOURNALISM: proceeds, practices and techniques

Mobilizar pesquisadores, acolher e difundir reflexões, incentivar o debate permanente acerca do campo jornalístico e dos seus desafios, eis o objetivo principal da **Revista Latino-americana de Jornalismo - ÂNCORA**, que nesta sua oitava edição [V.5 N.1 – JAN/JUN], convida os leitores a pensar sobre as transformações que têm impactado o trabalho jornalístico nas suas diversas modalidades.

É assim que organizamos o nosso eixo-temático sob a rubrica, "**Jornalismo Profissional: processos, práticas e técnicas**". O eixo proposto, coincide com o que tem sido discutido nos programas brasileiros de pós-graduação em jornalismo, e é certo que as práticas e as técnicas têm alimentado muitas investigações com respeito aos processos de produção jornalística.

Antes, porém, de adentrarmos nessa discussão propriamente dita, trazemos informações importantes para os leitores. A **Revista Âncora** recebe artigos em fluxo contínuo, ou através de chamadas com eixos-temáticos específicos. Planejamos, para esse número, o eixo-temático denominado de "Jornalismo, Ciências Sociais e Humanas: intersecções e transversalidades". Venceram, porém, as submissões em fluxo contínuo, as quais, numa feliz coincidência, dialogaram entre si, conformando o dossiê ora apresentado.

O dossiê reúne cinco artigos, que trazem desde os temas clássicos do jornalismo, como a jornada de trabalho e os constrangimentos aos quais estão submetidos os profissionais, assim como o tema da interação com as fontes jornalísticas. Num outro espectro, o grande tema das transformações tecnológicas dialoga com a prática profissional nas redações e empresas jornalísticas. Finalmente, redes sociais e jornalismo independente finalizam o dossiê em seus dois últimos artigos.

No primeiro artigo, intitulado "**Trabalho prescrito, Trabalho real e Mediação do sofrimento: estudo de caso em jornalismo público**", um grupo de pesquisadores relata sua investigação realizada entre os anos 2015/2016, com preocupação central de entender os constrangimentos sofridos por jornalistas em suas jornadas de trabalho.

Já o artigo "**El discurso de la prensa argentina en tiempos de algoritmos: una mirada diacrónica sobre la composición de posteos**

EDITORIAL

en las fanpages de Clarín y La Nación” reúne pesquisadores argentinos, chancelados pela doutora em comunicação Natalia Raimondo Anselmino para apresentar resultados de pesquisa realizada em perfis de redes sociais dos periódicos online El Clarín e La Nación. Os resultados da análise abarcam o período entre 2010 e 2015, num trabalho interdisciplinar, envolvendo pesquisadores do jornalismo e da engenharia de sistemas da informação.

“O jornalismo móvel no telejornalismo: as mudanças no papel do repórter no Bom Dia Paraíba” é um relevante estudo sobre pesquisa local no telejornalismo, é o trabalho de Siqueira e Rosendo, investigando o uso dos aplicativos móveis na prática profissional cotidiana dos jornalistas de tv.

O artigo **“O que dizem as fontes? O acesso disruptivo ao radiojornalismo como estratégia dos estudantes na ocupação de escolas em 2016”** é resultado de uma investigação realizada no período de ocupação das escolas paranaenses no mês de outubro de 2016, sob a responsabilidade do pesquisador Luñ José Vaz Chagas. O objetivo foi analisar a percepção dos estudantes sobre a cobertura enquanto fontes jornalísticas e as estratégias de divulgação das ações nas instituições ocupadas.

Juliana Bulhões e Priscila Falcão trazem o tema do jornalismo independente em pesquisa realizada no Brasil e no Canadá com o título **“Mídia Ninja, Jornalismo Cidadão Online e a Profissionalização do Jornalismo no Brasil”**.

Pelo professor e pesquisador Fernando Resende, realizada pela doutora pesquisadora Ana Lúcia Medeiros. A entrevista **O jornalismo e as narrativas de conflito: desafios, atravessamentos e processos** dialoga com as investigações do pesquisador e traz reflexões sobre o papel do jornalismo na era contemporânea; narrativas jornalísticas humanizadas; crítica de mídia; controle da comunicação e fluxo da informação na era global, entre diversos outros temas que fazem da mesma um importante contributo para este volume de Âncora.

Espera-se que o dossiê sirva como importante fonte didática complementar, nas academias e em pesquisas futuras do campo, devido à variedade dos meios explorados e à abrangência dos temas pesquisados.

Na seção Pauta Livre, Âncora retoma o tema do jornalismo esportivo, através do artigo intitulado **“Anelka é do Galo: Alexandre Kalil e a produção de cibercontecimentos no Twitter”**.

Entregar aos leitores, o Volume 5 – Número 1 da **Revista Âncora** é um esforço que nos entusiasma. Produzir conhecimento com respeito ao campo do jornalismo, nas suas vertentes da técnica, da prática e da sua processualidade, enquanto esfera de mediação social, exige, numa era volátil,

Joana Belarmino de SOUSA • EDITORIAL

e em constante mutação, o empenho dos pesquisadores brasileiros e internacionais que comungam com essa necessidade do diálogo, do confronto, da partilha, sempre no plano das ideias e das realizações.

Que nosso esforço persista, apesar do sombrio cenário anunciado para a ciência, e que pode afetar diretamente nosso trabalho investigativo nos próximos meses. Contamos pois, com a colaboração dos nossos leitores, assim como da grande rede espontânea de pesquisadores que fazem e divulgam a reflexão científica sobre o jornalismo.

Boa leitura!

Joana Belarmino de SOUSA | Editora Geral

DOI: 10.21204/ancora.v5n1p12-30

TRABALHO PRESCRITO, TRABALHO REAL E MEDIÇÃO DO SOFRIMENTO: estudo de caso em jornalismo público

***PRESCRIBED WORK, REAL WORK AND SUFFERING MEASUREMENT: case
study in public journalism***

Robson DIAS¹, Samuel Vianna FIGUEROA²
Victor Márcio Laus Reis GOMES³, Luiza Mônica de Assis SILVA⁴
Universidade Católica de Brasília | Brasil

Resumo

Pesquisa empírica com o objetivo de investigar variáveis entre o trabalho prescrito e o trabalho real durante jornada de trabalho de jornalistas da matriz em Brasília da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT). É baseado no método de Anjos (2009), trabalho de psicodinâmica do trabalho e pode ser uma caracterização pertinente aos estudos sobre jornalistas e constrangimentos em ambientes organizacionais. Foram realizadas três entrevistas qualitativas com assessores. Os resultados indicam desconforto com a prescrição de trabalho, além de tentativa dos colaboradores de superar obstáculos oriundos do trabalho a partir do apoio mútuo entre a equipe.

Palavras-chave

Jornalismo; Trabalho prescrito; Trabalho real; Comunicação organizacional; Psicodinâmica do trabalho.

Abstract:

Empirical research investigates variables between the prescribed work and the actual work during the Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) journalists workday. It takes based on Angels (2009) according to psychodynamics and it can be a relevant characterization to the journalists Newsmaking researchs. Three qualitative interviews were conducted with news promoters journalists. The results indicate some discomfort with the prescription of work. In addition, the employees supports one to each other to overcome obstacles in organization context.

Keywords:

Journalism; Prescribed work; Real work; Organizational communication; Work psychodynamics.

**RECEBIDO EM 26 DE ABRIL DE 2018
ACEITO EM 13 DE MAIO DE 2018**

¹JORNALISTA. Doutor e mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília. Professor e coordenador do curso de Comunicação Organizacional (UnB) e pesquisador da linha de Teorias e Tecnologias de Comunicação (PPGFAC/UnB). Líder do grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional e Pensamento Sistêmico (COMSiS). Contato: robson.dias@ucb.br

²Mestrando em Comunicação do PPGSSCOM/UCB, linha Processos Comunicacionais nas Organizações. Especialista em Marketing, Comunicação, Eventos (Universidade Gama Filho) e assessor de Comunicação da presidência da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT). Contato: samucafig@gmail.com

³Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Mestre em Administração pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Professor e pesquisador do PPGSSCOM/UCB, linha Processos Comunicacionais nas Organizações. Contato: victorlaus@gmail.com

⁴JORNALISTA. Doutora e mestre em Ciência Política em Psicologia Social do Trabalho e das Organizações (PSTO). Professora e pesquisadora do PPGSSCOM/UCB, linha Processos Comunicacionais nas Organizações. Contato: luiza.silva@ucb.br

Introdução

Os estudos de *Newsmaking* versam sobre constrangimentos organizacionais aos quais jornalistas estão expostos nos ambientes das redações: “velocidade na realização das tarefas”, “excesso de trabalho”, “trabalho ininterrupto”, “escassez de tempo na vida privada”, “pressão para fechamento de edições”, “baixa remuneração”, “expectativas da chefia” (DIAS, 2012, p. 1).

Na Ciência da Informação, por exemplo, Saber (2006) aponta inclusive sobre patologias, tais como: a intoxicação da informação (1), a fadiga da informação (2), a neurose informacional (3), o vício da informação (4), a cibernose (5) e a informatose (6). Há apontamentos nessa perspectiva tendo como tema de pesquisa o jornalista e sua relação com o trabalho na área de Comunicação, de Ciências da Informação e de Psicologia.

Quadro 01: Panorama sobre estudos da saúde do jornalista e de sua relação com o trabalho em diversas áreas

PESQUISA	AUTOR	IES	ANO	ÁREA
Doenças profissionais em Comunicação Social	Nassar	UFRJ	1990	Comunicação
Estresse, índice de capacidade de trabalho, atividade física e composição corporal em profissionais do telejornalismo.	Wainstein	UFSC	2000	Engenharia
<i>"A gente nem comenta porque isso, no dia a dia, acontece com todo mundo": trabalho e sofrimento - o caso dos jornalistas.</i>	Ferracioli	UFSC	2000	Psicologia
Mudanças no mundo do trabalho	Heloani	Unicamp	2003	Psicologia ⁵

⁵Este mesmo artigo do professor Heloani foi apresentado em fóruns mais voltados para a área de Administração, como o VII Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais. Realmente, um grande esforço em situar o perfil multidisciplinar da pesquisa em apenas uma palavra e uma célula da tabela. Mas, ora o fazemos para efeito visual e produção de sentido quanto ao panorama de estudos.

e impacto na qualidade de vida do jornalista				
Qualidade de vida de jornalistas da macro região de Campinas -SP.	Beraquet	UCDB	2005	Psicologia
O trabalho do jornalista: estresse e qualidade de vida	Heloani	Unicamp	2006	Psicologia
Em busca da qualidade de vida individual do repórter: compreensão das mediações presentes no processo comunicacional dos jornalistas⁶.	Pena	USP	2006	Comunicação
Efeitos da sobrecarga da Informação no cotidiano de jornalistas em Campo Grande - MS.	Saber	UnB	2006	Ciência da Informação
Trabalho prescrito, real e mediação do sofrimento: o caso dos jornalistas de um órgão público.	Anjos	UnB	2009	Psicologia
Caso de polícia: o trabalhador - jornalista.	Heloani	Unicamp	2010	Psicologia
Fábrica que o Newsmaking não vê: o que dizem outras áreas do conhecimento sobre os constrangimentos oriundos do trabalho sofridos por jornalistas na Fábrica de Notícias.	Dias	UnB	2012	Comunicação
Caminhos conceituais e metodológicos para a construção de um objeto de estudo: perspectivas teóricas para o estudo da saúde do jornalista	Bulhões	UnB	2014	Comunicação
A precarização da atividade jornalística e o avanço da pejetização.	Silva	UnB	2014	Comunicação
A precarização do trabalho e a saúde dos jornalistas brasileiros.	Karam, Paulino e Lima	UFSC	2015	Comunicação
Perspectivas teóricas e metodológicas para o estudo da saúde do jornalista	Bulhões e Renault	UnB	2015	Comunicação

⁶Orientada pela Prof^a Dr^a Cremilda Medina (USP).

Olhares sobre a saúde e a qualidade de vida no trabalho do jornalista	Bulhões e Renault ⁷	UnB	2015	Comunicação
Trabalho Prescrito, Real e Mediação do Sofrimento: O Caso dos Jornalistas de uma Empresa Pública	Figueirôa	UCB	2015	Comunicação
O exercício da atividade jornalística na visão dos profissionais: sofrimento e prazer na perspectiva teórica da psicodinâmica do trabalho	Reimberg	USP	2015	Comunicação
Caminhos iniciais para o estudo do impacto das condições de trabalho na saúde e na qualidade de vida do jornalista	Bulhões e Renault	UnB	2016	Comunicação

Fonte: elaborado pelos autores.

Dado este breve panorama, o presente estudo trabalha com a perspectiva da psicodinâmica do trabalho (DEJOURS, 1980). Não tem como objeto o jornalista nas redações convencionais (figura do repórter em veículos comerciais tradicionais), mas o jornalista como assessor de comunicação na Administração Pública, inserido na lógica de Mídia das Fontes (SANT'ANNA, 2008). Para tanto, recorre ao referencial de Anjos (2009), que analisou o impacto da "discrepância"⁸ nas estratégias de mediação utilizadas por jornalistas do serviço público frente ao sofrimento.

Psicologia do Trabalho, organizações e administração: alguns tópicos

A Psicologia do Trabalho possui definição variada no meio acadêmico, o "trabalho é uma prática transformadora da realidade que viabiliza a sobrevivência e a realização do ser humano" (MALVEZZI, 2004, p.13). No início da Administração Moderna, Revolução Industrial, os proprietários das grandes fábricas, ambiciosos por mais lucro, exploravam cada minuto da força de trabalho. Surgiram, então, os primeiros

⁷Bulhões e Renault desenvolvem, atualmente, uma tese sobre *O impacto das condições de trabalho na saúde e na qualidade de vida do jornalista*.

⁸A palavra discrepância poderia ser suavizada com sinônimos, mas como em Anjos (2009) aparece dessa forma repetimos a expressão utilizada por aquele pesquisador.

pesquisadores da *Administração Científica*: Taylor com os estudos de tempos e movimentos (CRAINER, 1998) define o homem como peça do maquinário industrial, que não necessitava ter a visão completa do trabalho, mas aquela sob sua responsabilidade. *Trabalho prescrito* somente ao planejador. Henry Ford aprimorou os princípios da *Administração Científica* na produção de veículos automotores (SOBRAL & PECI, 2007), cada homem operava somente uma máquina, realizava suas tarefas de forma rápida e especializada.

Conforme Anjos (2009) o trabalhador moderno carrega o trabalho, pensa nos problemas e em formas e maneiras de resolvê-los. A realidade do trabalho atual é como uma esteira de produção que circula a mercadoria em ritmo cada vez mais rápido. A mercadoria agora é informação, educação, saúde. No serviço público não é diferente, realiza atividades de natureza exclusiva (BRASIL, 1988), essenciais à população e que não sofrem com as leis de mercado. A população atual exige melhores resultados, capacitação e produção no atendimento de suas demandas (FERREIRA, 2007).

A *Psicodinâmica do Trabalho* evoluiu da *Psicopatologia do Trabalho* (DEJOURS, 1993). O princípio de sua investigação é a normalidade, ausência de doenças, mas como o resultado sempre precário, “das estratégias defensivas elaboradas para resistir a elas, no trabalho, é desestabilizante, até mesmo deletéria pelo funcionamento psíquico da saúde mental” (DEJOURS, 1993, p. 136).

O *trabalho prescrito* corresponde ao que antecede a execução da tarefa. É um registro, uma manualização, que satisfaz a necessidade de orientação, burocratização e fiscalização. É fonte de reconhecimento, mas também de punição para quem não a obedece.

Já o *trabalho real* é o momento de execução, tudo aquilo que não será prescrito, porque não é o prescrito que realiza o trabalho, porém, a ação real do trabalhador. A realidade do trabalho é muito complexa. Nenhuma regra, ou manual, pode dar conta de todas as situações. A distância entre o planejado e o executado é grande, a prescrição não consegue prever todas as dificuldades que aparecem no cotidiano de

trabalho. Por meio da descrição consegue-se um atestado de qualidade, porém, nesse contexto acredita-se que a falha humana nunca é daquele que planeja, mas sim daquele que executa.

As estratégias de mediação

O trabalho é fonte de prazer e sofrimento, contradição “guiada por um movimento de luta do trabalhador para busca constante de prazer e evitação do sofrimento, com a finalidade de manter o seu equilíbrio psíquico” (MENDES & MORRENE, 2003, p.27). O sofrimento é parte da condição de existência, porém, todo ser humano o evita, combate e o ressignifica.

Dejours (2008) elabora um modelo de avaliação do trabalho que critica outros quatro: avaliação por desempenho, pelo tempo de trabalho, das competências e da qualidade. Cada um tem suas características, porém, com resultados contraproducentes, tempos contabilizados de maneira errada, subjetividade dos critérios e sofrimento do trabalhador sobrecarregado, respectivamente. Assim, propõe a avaliação baseada na escuta do trabalhador. É preciso acessar o trabalho invisível através da palavra relatada pelo trabalhador. Reconhecer o sofrimento dele altera o valor do trabalho tanto para o indivíduo no registro de sua identidade, pelo mérito de suas realizações, quanto para a discrepância entre o *trabalho prescrito* e o *trabalho real*, pois o conhecimento não se concentra mais nas mãos do planejador do trabalho.

Quanto a *Psicodinâmica do Trabalho* dos jornalistas existem estudos empíricos relacionando estresse e qualidade de vida no trabalho de jornalistas de São Paulo (HELOANI, 2006); análise comparativa do estresse entre jornalistas e guardas municipais (SILVA & HELOANI, 2007); e jornalistas de um jornal da iniciativa privada do Rio Grande do Sul (GRISCI e RODRIGUES, 2007), porém, são pesquisas empíricas no setor privado.

A pesquisa de Anjos (2009) é, até o momento, a única com jornalistas do serviço público com foco na *Psicodinâmica do Trabalho*, compreendendo a realidade desses profissionais, analisando e aprofundando as questões teóricas envolvidas na discrepância entre trabalho prescrito e real. E também: inédita a ter foco numa amostra de jornalistas que trabalham como assessores (e não como repórteres).

Procedimentos metodológicos

No âmbito deste artigo, adotamos como ferramenta a pesquisa qualitativa, que visa o aprofundamento do conteúdo pesquisado com maior flexibilidade na obtenção das informações pelo pesquisador. Participaram da pesquisa três jornalistas, do quadro de empregados da empresa pública pesquisada, concursados, com mais de cinco anos de serviços prestados a organização: ECT.

O *Manual de Organização* (2016) da empresa dispõe que o departamento onde atuam tem a função de coordenar as atividades de responsabilidade de representação institucional da organização, dentre as atividades estão as seguintes: coordenar aquelas que abrangem o relacionamento da empresa com os veículos de imprensa com foco na comunicação institucional; coordenar as ações de comunicação relativas ao registro e divulgação interna e externa dos eventos corporativos da empresa; aprovar as publicações de interesse da empresa, coordenando a sua produção, supervisionando sua adequação no que se refere à qualidade, linha editorial e apresentação gráfica; produzir releases para a mídia, artigos de comunicação e matérias para divulgação das notícias de interesse da empresa, na intranet e no site da empresa na internet.

A área de imprensa é dividida entre Comunicação Externa e Comunicação Interna (contexto de abril a julho de 2015). A Comunicação Externa trabalha com foco no atendimento de demandas de veículos de imprensa, encaminhamento e releases, respostas oficiais da organização aos jornalistas que solicitam, publicação em meios de comunicação voltados ao público externo. A Comunicação Interna trabalha atendendo o público interno, o serviço se divide na publicação de periódicos diários, semanais e atualização da intranet, além das campanhas destinadas a públicos específicos.

Na Comunicação Interna há 11 pessoas: um coordenador, seis jornalistas (incluindo o coordenador), dois publicitários e três designers. O coordenador da equipe é subordinado ao chefe do departamento, este ao Chefe de Gabinete, este, por fim, ao Presidente da empresa.

Coleta de dados

A coleta de dados referente ao *trabalho prescrito* foi realizada por meio de pesquisa documental em normas e em manuais da empresa pesquisada, na legislação vigente em relação à profissão de jornalista, além da literatura contida no referencial teórico. Foram selecionados dois documentos representativos da prescrição do trabalho do jornalista: o *Manual de Organização* (2016), que dispõe as atividades executadas pela área de comunicação da empresa, e o *Contrato de Trabalho* (2015), que destaca as atribuições do cargo de jornalista, dessa forma, mapeou-se a prescrição do trabalho.

Para acessar os dados referentes ao trabalho real foram entrevistados três jornalistas, de forma voluntária: duas do sexo feminino e um do masculino. As entrevistas foram individuais, no horário de expediente, com duração média de trinta minutos, durante o período de uma semana, de modo que a coleta de dados pode ser conciliada com os horários de todos e com a demanda da organização.

As entrevistas foram agendadas com cada participante em contato prévio e aconteceram entre final de maio e início de junho de 2015. Foram semi-estruturadas e priorizou-se a utilização de perguntas abertas, conforme o roteiro:

1. O que você faz?
2. As dificuldades encontradas no trabalho?
3. O que faz para lidar com essas dificuldades?
4. O sentimento sobre o trabalho? (ANJOS, 2009, p.65)

Durante a realização das entrevistas, os jornalistas mencionaram a prescrição de seus trabalhos (1), informaram que é imposta pela instituição (2), pela classe profissional aos jornalistas em postos de trabalho (3) e pela literatura formadora de jornalista nos postos de formação nas graduações e cursos da área (4).

No serviço público é obrigatória a formação superior, bacharelado em Comunicação Social com especialização em Jornalismo mediante

comprovação com diploma de graduação, devidamente registrado, fornecido por instituição de ensino superior reconhecida pelo Ministério da Educação.

Das balizas: o *Trabalho Prescrito*

Sobre o *trabalho prescrito* foram, então, pesquisados documentos reconhecidos que antecedem e norteiam o trabalho do jornalista. O primeiro trata dos princípios e valores da profissão; o segundo da regulamentação estatal da profissão; e finalmente uma delimitação da profissão dada pela organização em que os jornalistas pesquisados trabalham.

Uma das balizas, Kovach & Rosenstiel (2003, p. 124) definem nove elementos que caracterizam a atividade jornalística. São eles:

- “A obrigação do jornalismo é com a verdade;
- Sua primeira lealdade é com os cidadãos;
- Sua essência é a disciplina da verificação;
- Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem;
- O jornalismo deve ser um monitor independente do poder;
- Deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público;
- Deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante;
- Deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional; e
- Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência”. (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, P. 124)

Outra baliza, no âmbito da administração pública federal, o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) define a profissão de jornalista no Brasil àqueles que recolhem, redigem, registram através de imagens e de sons, interpretam e organizam informações e notícias a serem difundidas,

expondo, analisando e comentando os acontecimentos. Faz seleção, revisão e preparo definitivo das matérias jornalísticas serem divulgadas em jornais, revistas, televisão, rádio, internet, assessorias de imprensa e quaisquer outros meios de comunicação com o público.

A prescrição do trabalho dos jornalistas da ECT corresponde à delimitação para exercer as atividades de jornalismo na organização: *Cargo: Analista – Especialidade: Técnico em Comunicação Social – Atuação: Jornalismo*, que tem as seguintes atribuições sumárias:

1. Coordenar as atividades que abrangem o relacionamento da empresa com os veículos de imprensa com foco na comunicação institucional, inclusive apoiando os atendimentos dos dirigentes da empresa, em âmbito central e regional;
2. Coordenar as ações de comunicação relativas ao registro e divulgação interna e externa dos eventos corporativos da empresa;
3. Aprovar as publicações de interesse da empresa, coordenando a sua produção, seja no âmbito da Administração Central, seja no âmbito das Diretorias Regionais, supervisionando sua adequação no que se refere à qualidade, linha editorial e apresentação gráfica;
4. Produzir releases para a mídia, artigos para os veículos de comunicação e matérias para divulgação das notícias de interesse da empresa, na intranet e no site da empresa na internet.
(EMPRESABRASILEIRADECORREIOSETELEGRAFOS, 2016)

As funções do jornalista prescritas na entrada formal dos jornalistas na ECT, via concurso público, também são chanceladas pelo MTE.

Discussão dos Resultados: Trabalho Real

Com relação aos dados coletados representativos do *trabalho real*, apenas a síntese é apresentada aqui. Procurou-se utilizar uma descrição o mais próxima possível da relatada pelos jornalistas, de preferência com as mesmas palavras. Posteriormente foram delimitados alguns núcleos de

sentido, frases dos entrevistados que refletem o conteúdo daquilo que foi detectado durante a fase de entrevistas:

1. "O grande problema é a demora na aprovação do texto"
2. "A comunicação é sempre a última a ser lembrada pelas áreas"
3. "Eu estou me desapegando, já tive problemas de me sentir desprezado, por isso fui atrás de atendimento psicológico"
4. "A equipe está financeiramente desmotivada, o que segura à onda é a convivência e a parceria mútua".

Estes quatro eixos temáticos são as balizas da discussão de resultados e dão nome a cada seção de análise qualitativa.

"O grande problema é a demora na aprovação do texto"

Este núcleo de sentido descreve o problema da comunicação da empresa. Todos os assuntos de interesse dos empregados da organização são pauta de matérias jornalísticas. As áreas demandam a imprensa para diversos assuntos, posteriormente, por seu caráter oficial, é necessário que a área demandante faça a validação dos dados que compõem a notícia.

O problema relatado é que nesse processo de validação os técnicos das áreas ficam receosos de fazê-lo, então colocam para um superior analisar, que acaba alterando o texto ao invés de comprovar se os dados e informações estão corretos. "o problema da intervenção é que o texto muda" / "se a gente colocou lá é porque é a melhor forma de escrever, ele não sabe por que tá fazendo isso, é questão de ego".

Isso atrasa a publicação da notícia, que é publicada com atraso – "a demora da aprovação favorece o corredor" (rádio corredor) / "o fluxo demorado faz a informação ser liberada fora de tempo, são muitas pessoas para analisar e aprovar as informações".

"A comunicação é sempre a última a ser lembrada pelas áreas"

Este núcleo de sentido demonstra a dificuldade na transparência e a obrigação de disseminar os assuntos de interesse coletivo. “O fato de sermos demandados de última hora atrapalha o trabalho”. Existe uma cultura organizacional de segurar informações, em não disponibilizar os subsídios necessários para trabalhar a comunicação interna. Tal cultura está em fase de quebra, existem gestores convencidos e atuantes em dispor as informações para serem repassadas ao público. “um público bem informado é engajado e se torna porta-voz da própria empresa”, característica da administração contemporânea.

“Eu estou me desapegando, já tive problemas de me sentir desrespeitado, por isso fui atrás de atendimento psicológico”.

A equipe vem passando por problemas de saúde recorrentes. Os profissionais evidenciaram vários tipos de insatisfação como “a questão da aprovação do texto”, “a sensação do jornalista é de desrespeito, pela tecnicidade peculiar do trabalho”, “eu chego ao psicólogo e a conversa sobre trabalho é 70% do tempo”, “existem assuntos que podem e outros que não podem ser comunicados”, entre outros.

Os problemas de saúde são apontados por falta de tecnologia, acesso a informação, tempo entre o recebimento da demanda e a entrega do trabalho para aprovação, reconhecimento do trabalho pelos superiores. “A gente não consegue só chegar aqui e fazer o trabalho, a cabeça funciona o tempo todo para podermos noticiar da melhor maneira possível”.

“A equipe está financeiramente desmotivada, o que segura a onda é a convivência e a parceria mútua”.

A partir deste núcleo de sentido há o desencadeamento de vários outros, além de gerar problemas de *turnover* dos jornalistas da área de comunicação da empresa pesquisada.

O expediente dos jornalistas é de 30 horas-semanais, 5 horas de trabalho por dia incluindo o sábado. A equipe, mesmo pequena, atende

cinco periódicos e mantém a intranet atualizada, os jornalistas se desdobram para dar andamento ao trabalho. Somam-se a isso as campanhas, que são solicitadas à parte e têm prazo para despacho e encaminhamento.

Muitos destes profissionais têm pós-graduação, capacitação e cursos que os fazem acreditar que melhoram sua empregabilidade no mercado, porém, como não há um plano de cargos e salários com critérios técnicos bem definidos, a situação gera desconforto e muitos problemas internos. “O que temos aqui é uma segurança, o que nos atrapalha também”. A segurança do serviço público, que tranquiliza o trabalhador quanto a perda do emprego, também o escraviza e aprisiona a aceitar situações indesejadas.

Por outro lado, a convivência e o espírito de equipe têm levado estes profissionais a continuarem trabalhando e lutando por um futuro melhor, foi unânime a afirmação deles bem representada pela seguinte frase: “acredito que se nós continuarmos oferecendo um melhor trabalho, com resultados que possam ser mensurados, conseguiremos dos superiores melhores condições de trabalho e mais respeito pelas áreas”. Trata-se de um tratado entre eles que, independentemente do momento em que estão vivendo, com a união que possuem irão conseguir no futuro realizar o trabalho com mais respeito em todos os sentidos.

Comparamos agora com os resultados de ANJOS (2009, p. 71), que chegou a três núcleos de sentido em sua pesquisa: “é a burocracia que acaba com tudo”, “a gente não é burocrata que faz uma matéria e joga no site” e “vou me ocupando de outras coisas para me sentir ativo profissionalmente”.

Os núcleos de sentido da pesquisa de ANJOS (2009) mesmo que aparentemente diferentes dos abordados neste trabalho, são próximos quanto a insatisfação com o trabalho do jornalista do serviço público. Tanto na administração direta quanto na indireta existem pontos comuns referentes à dificuldade com a realização do trabalho e a morosidade no

tratamento das informações que são disponibilizadas ao público que se destinam.

Existem outras diferenças, no serviço público da administração direta do Governo Federal o grupo de jornalistas, ao todo treze profissionais têm menos trabalho:

cobrir os eventos que acontecem na Casa (principalmente os relacionados aos parlamentares), se relacionar com os jornalistas da iniciativa privada que cobrem os acontecimentos da instituição (normalmente são telefonemas para se informar dos fatos e tirar dúvidas), e produzir o house organ (jornal impresso de circulação interna com periodicidade mensal que cobre os acontecimentos envolvendo a Casa e seus servidores) (ANJOS, 2009, p. 78).

Na empresa pública são seis jornalistas que cuidam de seis veículos de comunicação interna, de periodicidades semanais e diárias, além da intranet que é atualizada por demanda. Este trabalho está para ser aumentado com a consolidação da TV e rádio corporativos que irão aumentar mais a necessidade de pessoal e tecnologia para a equipe.

A demanda por mais trabalho, provavelmente, acontece devido a empresa pública visar lucro para manter as suas operações, participar do mercado comercial juntamente com outras empresas privadas do setor, sejam elas nacionais, internacionais ou multinacionais. Além disso, tem característica do serviço público com a transparência nas informações para a sociedade, mas precisa da agilidade da iniciativa privada para manter seus colegas informados do que está acontecendo na organização, a fim de informar e motivar para a continuidade dos trabalhos prestados pela empresa no dia-a-dia comercial da sociedade.

Por outro lado, também tem a possibilidade de estar submetido a uma chefia política, que deixa a tecnicidade do trabalho de lado em função de outros interesses.

Assim, os núcleos de sentidos apontados por ANJOS (2009) se confirmaram com esta nova pesquisa, mesmo que a mesma tenha acontecido em uma entidade governamental da administração indireta do Governo Federal.

Considerações Finais

A relação com o trabalho gera no ser humano a realização, o prazer de contribuir e de sentir-se peça importante na grande máquina (numa visão taylorista atualizada), porém, como em todo relacionamento humano existe prazer e sofrimento, alegria e tristeza, cabendo aos entes dessa relação o acerto de contas para a continuidade do fluxo de trabalho.

Quanto ao compromisso do trabalhador em relação ao seu trabalho, destacamos uma parte de uma das entrevistas: "a equipe está financeiramente desmotivada, o que segura a onda é a convivência entre eles. O fato de não terem perspectiva de crescimento e de notarem que salarialmente estão defasados em relação a outras empresas os desmotiva".

Compreende-se que a equipe de jornalistas da empresa tem utilizado a convivência como ponto de equilíbrio e motivação para a continuidade dos trabalhos prestados. O comprometimento com o trabalho, a visão da importância das atividades que realizam não somente para a empresa, mas para todos os demais colegas dão força para superar o sofrimento originado na discrepância entre o *trabalho prescrito* e o *trabalho real*.

A insatisfação em função de gargalos no processo de trabalho, a dificuldade das áreas na comunicação do que é feito, a intervenção externa no trabalho do jornalista e a falta de reconhecimento financeiro geram problemas de saúde. Os trabalhadores se unem para manter as tarefas em dia no firme compromisso com seus pares.

A pesquisa teve limitações de ordem cronológica, poderia ter sido mais abrangente, com a colaboração dos colegas jornalistas da comunicação externa, assim como o universo pesquisado poderia ter sido maior, o que geraria ainda mais informações sobre o assunto.

Sugerimos àqueles que se interessarem: na pesquisa sobre a *Psicodinâmica do Trabalho dos jornalistas que atuam no serviço público*, tanto da administração direta como indireta, nas diversas esferas de

governo, federal, estadual ou municipal, que investiguem a causa/efeito da Comunicação Social frente a chefias escolhidas com critérios políticos e/ou a utilização da área de Comunicação Social como ferramenta de uso político para promoção pessoal.

Também fazemos um chamamento por meio de revista em bases indexadas para pesquisadores em Jornalismo e em Comunicação que queiram tratar mais sobre saúde, subjetividade, emoções, estresse, dentre outras categorias típicas da Psicologia, possam se sentir motivados a tensionar nossos autores e as convenções dos estudos de *Newsmaking* trazendo aplicações possam caracterizar o sofrimento dos jornalistas nas *Fábricas de Notícias*: não só das redações, mas também das assessorias. E não somente do mundo privado, mas também no estatal e do Terceiro Setor. Por fim, esperamos que este seja um esforço pontual em relação a um passo a mais na construção do conhecimento que caracterize o jornalista, a partir de visões e saberes de áreas interessadas.

Referências

ANJOS, Felipe. **Trabalho Prescrito, Real e Mediação do Sofrimento: o Caso dos Jornalistas de um Órgão Público**. (Dissertação, Mestrado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações). UnB. 2009.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Congresso Nacional. 1988

BULHÕES, Juliana. **Caminhos conceituais e metodológicos para a construção de um objeto de estudo**: perspectivas teóricas para o estudo da saúde do jornalista. *Revista Passagens*, v. 5, p. 94-111, 2014.

BULHÕES, Juliana; RENAULT, David. Caminhos iniciais para o estudo do impacto das condições de trabalho na saúde e na qualidade de vida do jornalista. *In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste*, 2016, Goiânia - GO. Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. São Paulo: Intercom, 2016

BULHÕES, Juliana; RENAULT, David. Perspectivas teóricas e metodológicas para o estudo da saúde do jornalista. *In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 2015, Rio de Janeiro. Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2015.

BULHÕES, Juliana; RENAULT, David. Olhares sobre a saúde e a qualidade de vida no trabalho do jornalista. *In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste (Intercom)*, 2015, Natal-RN. Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste (Intercom). São Paulo: Intercom, 2015.

CRAINER, S. (1998). **Os Revolucionários da Administração**: um guia indispensável dos pensadores e suas ideias que criaram e revolucionaram a administração e o mundo dos negócios. (trad. Roberto Galman). Negócio Editora: São Paulo, SP.

DEJOURS, C. (1993). **Pour une Clinique de la médiation entre psychanalyse et politique** : la psychodynamique du travail. Disponível em: <<http://mapageweb.umontreal.ca/scarfond/T3/3-Dejours.pdf>>. Acesso em: 31/07/2016.

DEJOURS, C. (2008). Avaliação do Trabalho Submetida à Prova do Real – Crítica aos fundamentos da avaliação. *In: Trabalho, Tecnologia e Organização*. Editora Blucher: São Paulo, SP.

EMPRESABRASILEIRADECORREIOSETELEGRAFOS. **Manual de Organização e Normas**. Disponível em:

<<http://www.correios.com.br/sobre-correios/educacao-e-cultura/universidade-correios/materiais-de-estudo-ri/pdf/PRA05licao03.pdf>>. Acesso em: 31/07/2016.

EMPRESABRASILEIRADECORREIOSETELEGRAFOS. **Contrato de trabalho**. Mimeo. 2015.

FERREIRA, M. C. (2007). **O Mito do Relógio de Ponto**. Disponível em: <www.ergopublic.com.br/arquivos/1258144981.44-arquivo.pdf>. Acesso em: 31/07/2016.

FIGUEIRÔA, Samuel Viana. Trabalho Prescrito, Real e Mediação do Sofrimento: O Caso dos Jornalistas de uma Empresa Pública. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015.

GRISCI, C; RODRIGUES, P. H. (2007). Trabalho Imaterial e Sofrimento Psíquico: o pós-fordismo no jornalismo industrial. *In: Psicologia e Sociedade*; 19(2), pp. 48-56.

HELOANI, J. (2006). O Trabalho do Jornalista: estresse e qualidade de vida. **Revista Interações**, jul-dez, año/vol. XII, número 022. Universidade São Marcos, São Paulo, pp. 171-198.

- HELOANI, J. **Mudanças no mundo do trabalho e impacto na qualidade de vida do jornalista.** São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, NPP – Série Relatórios de Pesquisa – Relatório 12/2003.
- HELOANI, J. Caso de polícia: o trabalhador - jornalista. In: **III Congresso Brasileiro Psicologia: Ciência & Profissão**, 2010, São Paulo. Anais do III Congresso Brasileiro Psicologia: Ciência & Profissão. São Paulo: FENPB, 2010. v. 1. p. 128-128.
- KARAM, F.; PAULINO, R.; LIMA, S.. A precarização do trabalho e a saúde dos jornalistas brasileiros. In: **III Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo (MEJOR 2015)**, 2015, Florianópolis - Santa Catarina. MEJOR III Colóquio Internacional - Os silêncios do jornalismo, 2015.
- KOVACH, B., & ROSENSTIEL, T. (2003). **Elementos do Jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir.** São Paulo: Geração Editorial.
- LIMA, S. A precarização do trabalho e a saúde dos jornalistas brasileiros. **Anais do III Mejor - Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo: os silêncios do Jornalismo.** Florianópolis, 2015.
- MALVEZZI, S. (2004). Prefácio. In: **Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil.** São Paulo: Artmed Editora.
- MENDES, A. M. (2002). Algumas Contribuições Teóricas do Referencial Psicanalítico para as Pesquisas sobre Organizações. **Revista Estudos de Psicologia**, 7, pp. 89-96.
- MENDES, A. M., BORGES, L. O., FERREIRA, M. C. (2002). **Trabalho em Transição, Saúde em Risco.** Ed. UnB. Brasília, DF.
- MENDES, A. M.; MORRENE, C. F. (2003). A Ressignificação do Sofrimento Psíquico no Trabalho Informal. In: **rPOT**, v. 3, n. 2, pp. 91-118.
- NASSAR, Sílvio Júlio. **Doenças profissionais em Comunicação Social.** Mimeo. UFRJ.1990
- REIMBERG, Cristiane. **O exercício da atividade jornalística na visão dos profissionais: sofrimento e prazer na perspectiva teórica da psicodinâmica do trabalho.** (Tese, Doutorado em Comunicação). USP. 2015
- SANT'ANNA, F. (2008). **Mídia das Fontes. O difusor do jornalismo corporativo.** Editora Casa das Musas: Brasília, DF.
- SILVA, E. P.; HELOANI, R. (2007). Aspectos Teóricos e Metodológicos da Pesquisa em Saúde Mental e Trabalho: reflexões a partir de uma análise comparativa do estresse em jornalistas e guardas municipais. In: **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, v. 10, n. 1, pp. 105-120.

SILVA, Cláudio Marcos. **A precarização da atividade jornalística e o avanço da pejotização**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Brasília: Universidade de Brasília, 2014.

SOBRAL, F.; PECI, A. (2007). **Administração: teoria e prática no contexto brasileiro**. Editora Pearson Prentice Hall: São Paulo, SP.

SPECTOR, P. E. (2002). **Psicologia nas Organizações**. (trad. Cid Knipel Moreira e Célio Knipel Moreira). Editora Saraiva: São Paulo, SP.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas: um estudo antropológico sobre identidade e carreira em camadas médias**. São Paulo. Summus. 1992

WAINSTEIN, Suzi. **Estresse, índice de capacidade de trabalho, atividade física e composição corporal em profissionais do telejornalismo**. (Dissertação, Mestrado em Engenharia). UFSC. 2000

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Prevenção e tratamento dos agravos resultantes da violência sexual contra mulheres e adolescentes – norma técnica**. Brasília: Editora MS, 2012. Disponível em <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/prevencao_agravo_violencia_sexual_mulheres_3ed.pdf> Acesso em 28 de set. 2017.

MORIN, Edgar. A entrevista nas Ciências Sociais, no Rádio e Televisão. In: MOLES, Abraham A. et al. **Linguagem da Cultura de Massas: Televisão e Canção**. Petrópolis: Editora Vozes, 1973.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2005.

RESTREPO, Luis Carlos. **El derecho a la ternura**. Bogotá: Arango Editores, 1994.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Rio de Janeiro, Graal, 1989.

SOUZA, MARCELLE. Onde as vítimas não têm vez. **Revista Galileu**. São Paulo, Editora Globo, set. 2017.



DOI: 10.22478/ancora.v5n1p31-58

EL DISCURSO DE LA PRENSA ARGENTINA EN TIEMPOS DE ALGORITMOS: una mirada diacrónica sobre la composición de posteos en las fanpages de Clarín y La Nación

THE DISCOURSE OF THE ARGENTINE PRESS IN ALGORITHMS'S TIME:
a diachronic view on the composition of posts in the Clarín and La Nación's fanpages

Natalia RAIMONDO ANSELMINO¹, Ana Laura CARDOSO²
José ROSTAGNO³, Alejandro SAMBRANA⁴
Universidad Nacional de Rosario | Argentina

Resumen

Se comparten aquí hallazgos generados en el marco de una investigación interdisciplinaria sobre las fanpages de dos de los principales periódicos argentinos de información general y alcance nacional, Clarín y La Nación. A partir de articular el análisis de los discursos sociales con la ingeniería en sistemas de información orientada a la minería de datos, se estudiaron los posteos producidos entre 2010 y 2015, y el desarrollo de su comportamiento en el tiempo. En este escrito se describirán, específicamente, dos de los componentes elementales de esas publicaciones: los enlaces a contenidos externos a la plataforma de Facebook y el texto del post. De este modo, se procura conocer cómo enuncian los diarios en las "redes" y, así, colaborar con las reflexiones sobre las transformaciones que atañen a la prensa en su pasaje por las plataformas conectivas.

Palabras clave

Prensa; Discurso; Posteos; Facebook; Investigación Interdisciplinaria.

Abstract

This article shares findings generated within the framework of an interdisciplinary research on the fanpages of two of the main Argentine newspapers with general information and national reach, Clarín and La Nación. From articulating the analysis of social discourses with engineering in information systems oriented to data mining, the postings produced between 2010 and 2015 —and the development of their behavior over time— were studied. This paper will describe, specifically, two of the elementary components of these publications: links to external content to the Facebook platform and the text of the post. In this way, it seeks to know how the newspapers enunciate in the social networking sites and, thus, collaborate with the reflections on the transformations that concern the press in their passage through the connective platforms.

Keywords

Press; Discourse; Posts; Facebook; Interdisciplinary Research.

RECEBIDO EM 25 DE MAIO DE 2018
ACEITO EM 2 DE JUNHO DE 2018

¹Doctora en Comunicación Social - Universidad Nacional de Rosario (UNR); Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet), AR. Docente en la UNR, en la Universidad Abierta Interamericana (UAI); Miembro del Comité Académico del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM, UNR). Contacto: nraimondo@conicet.gov.ar

²Estudiante avanzada de Ingeniería en Sistemas de Información - Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Rosario (UTN-FRRO), AR. Becaria 2014-2017 en el Centro de Investigación y Desarrollo en Tecnologías Especiales (CeDITE) de UTN. Contacto:

³Ingeniero en Sistemas de Información - Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Rosario (UTN-FRRO), AR. Auxiliar de investigación en PI+D y PICT. Contacto:

⁴Estudiante avanzado de la Licenciatura en Comunicación Social - Universidad Nacional de Rosario (UNR) y auxiliar de investigación en PI+D y PICT. Contacto:

Introducción

El presente artículo tiene como finalidad compartir algunos hallazgos obtenidos en el marco de una investigación sobre las cuentas oficiales que los diarios argentinos Clarín y La Nación poseen en Facebook (@clarincom y @lanacion). Se trata de resultados que complementan y enriquecen las reflexiones sobre el caso publicadas en Raimondo Anselmino, Sambrana y Cardoso (2017) y Raimondo Anselmino (2018) que, en conjunto, procuran contribuir a las discusiones en torno a las transformaciones acaecidas en el discurso de un medio de comunicación tradicional como la prensa en su pasaje por las plataformas conectivas (van Dijck, 2016). Partiendo de concebir a las redes sociales en Internet como infraestructuras performativas (GILLESPIE, 2010; VAN DIJCK, 2016) —en tanto están investidas de determinadas figuraciones y moldean la performance de los actores sociales— nos interesa particularmente conocer cuáles son las características peculiares que adquiere el discurso periodístico publicado por la prensa en Facebook; en otras palabras, cómo enuncian los diarios allí y qué tipo de vínculo le proponen a sus usuarios-lectores. Se analizaron, así, los posts publicados por Clarín y La Nación en sus respectivas fanpages, durante el período 2010-2015, atendiendo a dos propósitos: por un lado, indagar el tipo de contenido difundido, la frecuencia de publicación, los modos de composición de los posts y las interacciones obtenidas en ambas cuentas y, por otro lado, analizar ciertas regularidades en términos de estrategias discursivas teniendo en cuenta factores o rasgos retóricos, temáticos y enunciativos. Se adoptó, para ello, una posición claramente interdisciplinar que integra las labores propias del andamiaje teórico-metodológico de la sociosemiótica veroniana (VERÓN, 1998) con el análisis de datos cualitativo y cuantitativo proveniente de las ciencias computacionales (Cfr. RAIMONDO ANSELMINO, CARDOSO y ROSTAGNO, 2018).

Al considerar un lapso de tiempo que comprende un total de seis años, esta investigación asumió una mirada diacrónica que permitió observar el desarrollo del comportamiento de las cuentas a lo largo del tiempo, no sólo

en términos de cantidad de publicaciones sino, también, en relación a las franjas horarias en las cuales se realizan, las temáticas que abordan, la temporalidad de los acontecimientos relatados, los géneros periodísticos de las notas compartidas, los elementos y modos de composición de los posts y las modalidades discursivas prevalentes.

El objetivo del presente artículo consiste, principalmente, en avanzar sobre la caracterización de los modos de composición de los posteos publicados por ambos medios. Para ello, en el apartado que sigue se expondrá brevemente el diseño metodológico del estudio en cuestión y, a continuación, se compartirán algunos hallazgos referidos a dos de los cuatro componentes elementales (**Imagen 1**) que de modo combinado suelen configurar los posteos-noticia, a saber: el enlace a un sitio web y el texto del post; la imagen y el video serán oportunamente trabajados en futuros escritos.

Imagen 1 - Componentes elementales de un posteo



Diseño metodológico

Como ya se ha dicho y puede leerse con mayor detalle en Raimondo Anselmino, Cardoso y Rostagno (2018), el diseño de la investigación cuyos

resultados se exponen parcialmente en este artículo es producto de una labor interdisciplinar que integra el estudio empírico de la puesta en discurso (VERÓN, 1998) —en tanto perspectiva que recae en el nivel de la enunciación, identificando aquellas operaciones enunciativas regulares, es decir, modalidades del discurso cuyo funcionamiento es relativamente constante— con métodos y herramientas provenientes del campo de la ingeniería en sistemas de información orientadas a la minería de datos. Se trata de una articulación metodológica que ha hecho asequible el manejo de un paquete de materiales discursivos heterogéneo y considerablemente más voluminoso que aquellos con los cuales suele lidiar la semiótica dedicada al estudio de los llamados medios masivos.

La investigación cuenta, además, con dos corpus: un corpus de base y un corpus total. El primero consiste en una colección de 1129 posts (534 de Clarín y 595 de La Nación) cuyos criterios de conformación han sido precisados en Raimondo Anselmino, Sambrana y Cardoso (2017) y su recorte temporal se inicia el 25 de octubre de 2010 —siendo entonces cuando comienza a evidenciarse una actividad sistemática en la cuenta de Clarín, @clarincom⁵— y concluye el 9 de agosto de 2015. El segundo, por su parte, comprende el universo de todas las publicaciones registradas en ambas fanpages entre el 1º de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2015 que suman, en total, 54742 posts (29341 de Clarín y 25401 de La Nación).

Para recopilar, procesar y sistematizar la información en una vista minable, así como para colaborar con la visualización de algunos datos y automatizar parte de los procedimientos de análisis, se empleó tanto Netvizz (Cfr. RIEDER, 2013) —aplicación mediante la cual se extrajeron los datos de diferentes secciones de Facebook a través de su API (Application Programming Interface)— como un conjunto diverso de herramientas computacionales de software libre, tales como MySQL, Pentaho, RapidMiner y R. Asimismo, en el marco de este proyecto se desarrollaron especialmente tres herramientas —también de software libre y en lenguaje Python— que permitieron optimizar el acceso a los materiales de análisis, sorteando filtros y limitaciones relativos a la disponibilidad de ciertos datos y a las constantes

⁵A diferencia de @lanacion que ya estaba en funcionamiento desde 2009.

modificaciones de las interfaces examinadas (tanto la de Facebook como las de los dos diarios online). Las mismas han sido denominadas *buscarTitulosFacebook*, *buscarEnPortalesDiarios* y *buscarLinksRotos*, y para más información sobre ellas puede verse Raimondo Anselmino, Cardoso y Rostagno (2018).

Tipos y modalidades de enlace en los posteos

El primero de los componentes elementales a detallar es el denominado como “enlace a sitio web”. Sin embargo, antes de comenzar a avanzar sobre su caracterización, vale indicar que es posible reconocer en los posteos distintos tipos de hipervínculos:

a) links generados por menciones de cuentas y lugares de Facebook o empleos de hashtags así como cualquier otro enlace que reenvíe a contenidos que se alojan dentro de la plataforma (como, por ejemplo, a una encuesta, una promoción, un evento o a imágenes y videos). Estos no son objeto del presente artículo y, por ello, sólo se señalará que, como se observa en Tabla 1⁶, es más habitual encontrarlos en @lanacion que en @clarincom;

b) links generados al compartir una URL de destinación, ya sea completa o acortada, que reenvía a un contenido localizado en Internet. En estos casos la cadena de caracteres de la URL no queda visible y, en su lugar —mediante un recurso que en informática es denominado como *cardlink*⁷— se muestran otros elementos ligados al

⁶Dicha tabla comprende la discriminación por tipo de contenido al que reenvían todos los links con excepción de los enlaces enterrados que han sido acortados empleando herramientas que no son propiedad del medio (por ejemplo, *Bitly*). El examen del destino al que dirigen estos últimos enlaces —que, en proporción, están presentes en alrededor del 10% de los posteos de @lanacion y el 14% de @clarincom— no pudo ser automatizado, dado que los mismos no fueron recuperados como link por la API de Facebook.

⁷Se trata de un estándar de visualización de URLs que se basa en los metadatos provistos por el protocolo *Open Graph*. Este último consiste en un estándar de metadatos que recupera una serie de metaetiquetas insertadas en el código de cada página para ofrecer datos adicionales —título de link, descripción, imagen, etc.— con el objetivo de optimizar y uniformar la visualización del contenido dentro de la plataforma.

enlace, tales como un título, una descripción, una imagen, video, etc. (ver posteos ilustrados en las imágenes 7, 8, 9 y 10);

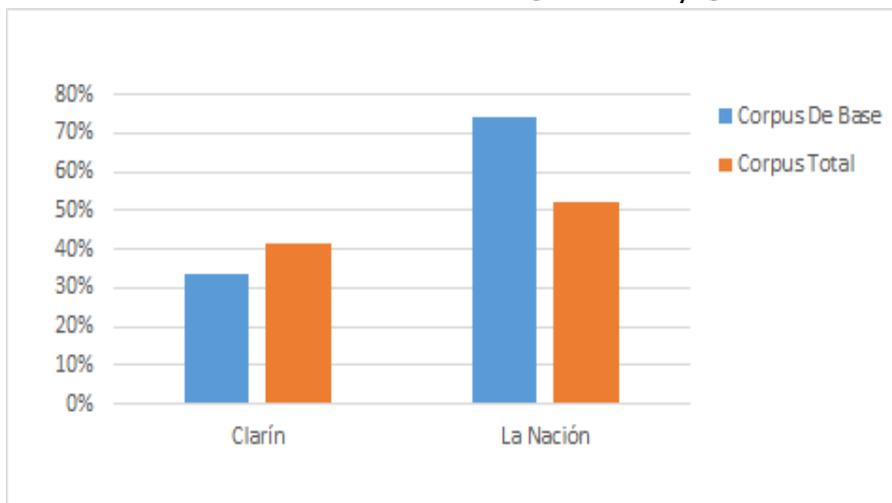
c) links generados al ingresar dentro del “texto del post” uno o varios enlace/s enterrado/s (o buried links, en inglés), mediante URL completa o acortada, cuyos caracteres sí pueden verse (considérense como ejemplo las imágenes 3, 4, 5 y 6).

La diferencia entre las dos últimas posibilidades, vale aclarar, no reside en el mecanismo a partir del cual se genera un enlace sino en cómo se lo visualiza en el post.

Un post, por tanto, puede presentar alguna de estas tres clases de link o, como es más frecuente, varias de ellas combinadas; así como, también, no poseer ninguna. Sobre los posteos sin ningún enlace puede decirse, además, que —como se observa en la tabla 1— son una modalidad muy poco habitual en ambas fanpages y puede verse cierta diferencia entre los dos corpus estudiados: en Clarín este tipo comprende el 3% de las 534 publicaciones compendiadas en el corpus de base y tan sólo el 1,32% de las 29341 presentes en el corpus total; mientras que estos datos representan en La Nación el 1,34% y el 0,90%, respectivamente. Se trata, por tanto, de un tipo de publicación que no es significativa en términos de cantidad pero, no obstante, su interés radica en la peculiar configuración discursiva que suele asumir, en estos casos, el texto del post, así como en la estrategia en el marco de la cual son empleadas por las cuentas examinadas. Sobre esto volveremos al final del siguiente apartado.

En relación con los enlaces cortos o acortados es posible precisar (**Gráfico 1**) que, dentro de los posteos comprendidos en el corpus de base este tipo de link es notoriamente más habitual en La Nación que en Clarín, llegando a estar presente en casi las tres cuartas partes de los posteos publicados por el primer periódico (n= 442; 74,29%), mientras que en su competidor la cifras encontradas representan alrededor de un tercio de los posteos (n= 178; 33,33%). Sin embargo, en el corpus total la distribución de este tipo de enlace está mucho más equiparada entre ambos medios: llegando al 52,43% (n=13317) en @lanacion y al 41,54% (n=12187) en @clarincom.

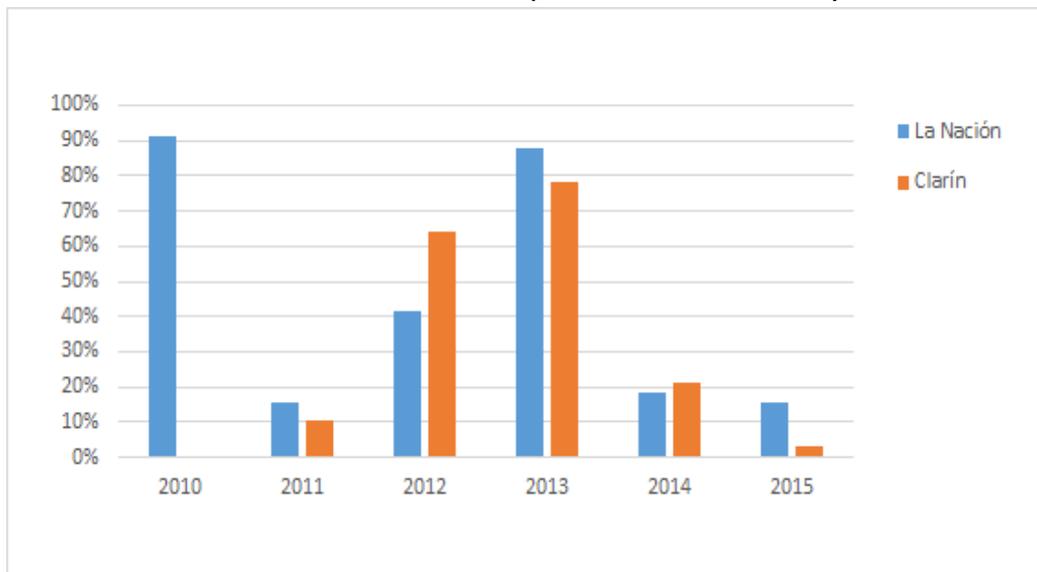
Gráfico 1 - Uso de links cortos en @clarincom y @lanacion



Según lo que se ha podido ver, los enlaces cortos han sido producidos por las cuentas empleando distintas herramientas, como Bitly, goo.gl, TinyURL o Ow.ly, entre otras. No obstante, se observa en ambos diarios el predominio de acortadores de links propios (Clar.in en Clarín y In.com.ar en La Nación) por sobre soluciones de terceros más extendidas. Esta decisión puede deberse a ciertos beneficios que presentan los primeros, tales como estar libres de publicidad no deseada, o resguardar la información del tráfico al sitio y tener control respecto de las estadísticas de clics. De todos modos, vale advertir que La Nación ha discontinuado su acortador y, por lo tanto, esos links no funcionan y tuvieron que ser recuperados a partir de una herramienta especialmente desarrollada para tal fin, buscarLinksRotos.

Es frecuente que los links cortos sean publicados por las cuentas de ambos medios como buried links (es decir, que se corresponden con el tipo antes identificado como c). Tal como puede leerse en El-Arini (2014), el uso de esta última modalidad de enlace (los links enterrados) ha sido desalentada por la propia plataforma a través de los cambios que se realizaron en su algoritmo durante 2014 y, por lo tanto, puede reconocerse (**Gráfico 2**) que su frecuencia decae durante los dos últimos años del periodo de tiempo estudiado.

Gráfico 2 - Uso de links enterrados por año en @clarincom y @lanacion



Por otra parte, más allá de la diferencia entre los dos tipos de enlaces a y b, y tal como se observa en **Tabla 1**, en aquellos casos en que un post hipervincula a contenido exógeno a Facebook, los mismos pueden reenviar a: un contenido publicado dentro del dominio del portal del periódico⁸ (columna "Posteo con link al portal"); un contenido publicado en unidades de negocios asociadas a ambos medios con dominio propio (columna "Posteo con link a sitios del multimedio") como, por ejemplo, CanchaLlena y Rolling Stone en La Nación o Rumbos Digital y Vía Restó en Clarín o; un contenido externo al medio, como cuando se comparten videos subidos a la plataforma de Youtube (columna "Posteo con links a sitios de terceros").

Como se muestra en **Tabla 1**, la mayor parte de los posteos enlazan con el primero de los tres tipos de contenido recién discriminados dado que las fanpages tienen como objetivo principal captar tráfico hacia los sitios de los períodos online y lo hacen, como se advirtió en Raimondo Anselmino,

⁸Aquí no sólo se contabilizan las notas publicadas en las secciones más tradicionales de cada periódico (Ej. Política, Economía, Deportes, Sociedad, etc.) sino, también y en tanto se contempla todo lo que se encuentra actualmente ubicado dentro de los dominios clarin.com y lanacion.com.ar, aquellas correspondientes a espacios que podrían considerarse como unidades de negocio distintas a los diarios pero que no tienen un dominio autónomo (Ej. revistas *Living* y *Ohlalá* de *La Nación*).

Sambrana y Cardoso (2017), dando prioridad a ciertas secciones temáticas y a algunos géneros periodísticos en particular. El porcentaje de los enlaces que redirigen a los portales es similar en ambas fanpages para el corpus total —las dos rondan el 70%— pero se observa una diferencia en el corpus de base, donde la cantidad en @lanacion supera en más de un 30% a @clarincom

Tabla 1 - Distribución de posteos según tipo de contenido enlazado

	Clarín				La Nación			
	Corpus de base		Corpus total		Corpus de base		Corpus total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Posteos sin link	16	3,00%	386	1,32%	8	1,34%	229	0,90%
Posteos con link a Facebook	156	29,21%	8.424	28,71%	236	39,66%	8.603	33,87%
Posteos con link al portal	280	52,43%	20.576	70,13%	514	86,39%	18.193	71,62%
Posteos con link a sitios del multimedia	3	0,56%	347	1,18%	1	0,17%	85	0,33%
Posteos con link a sitios de terceros	47	8,80%	1.555	5,30%	4	0,67%	154	0,61%
Links no recuperados por posteo eliminado	8	1,50%	109	0,37%	0	0,00%	0	0,00%

Sobre aquellos casos en donde los posteos reenvían a contenidos producidos por otros sitios pertenecientes a los multimedios y que tienen dominio propio, puede agregarse que son realmente muy poco habituales: sólo en el corpus total de la fanpage de Clarín superan módicamente un 1%, pero no llegan ni a un 0,4% en La Nación. Por su parte, en relación con los links que reenvían a contenidos publicados por terceros, puede verse que estos están más presentes en @clarincom que en @lanacion. Cuando esto sucede, la URL de destino suele corresponderse con un video publicado en Youtube y, en menor medida, con contenido de otros sitios como Instagram, Telegram o, incluso, por ejemplo, posteos de tipo publicitario que redirigen a auspiciantes como Sodimac.

Variaciones sobre el texto del post

El segundo componente elemental a describir es el enunciado verbal que contiene cada posteo-noticia, identificado como “texto del post”. El mismo no sólo comprende texto lingüístico sino que, a su vez, puede incluir otros elementos paralingüísticos, tales como corchetes, emoticones tipográficos o emojis y presentar, en su interior, links enterrados producidos al insertarse un enlace, al etiquetarse otras cuentas o lugares de la plataforma, o al incorporarse un hashtag. No obstante, nos detendremos en esta parte del artículo, exclusivamente, sobre el enunciado lingüístico-verbal del texto del post, dejando la pormenorización de los elementos paralingüísticos para ulteriores trabajos.

En los casos en los que el post reenvía a una nota publicada en la versión digital de alguno de ambos periódicos o a los productos mediáticos asociados a los mismos, se observa que el texto del post establece diferentes relaciones de transtextualidad o transcendencia textual (GENETTE, 1989) con los elementos comprendidos en el titulado que encuadra el contenido informativo, es decir, con el cintillo, el título, la volanta y la bajada o copete del diario en la web que suelen cumplir en la edición online la misma función que desempeñan en el ejemplar impreso (**Imagen 2**).

Imagen 2 – Elementos del titulado en el diario digital



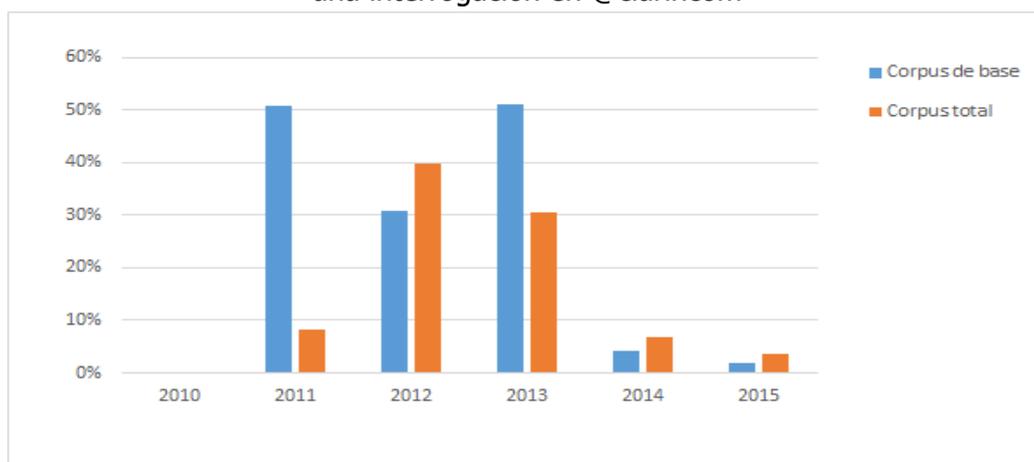
Fuente: Reelaboración de Clarín (2011)

Tal como se ha señalado en trabajos previos (RAIMONDO ANSELMINO, SAMBRANA y CARDOSO, 2017 y RAIMONDO ANSELMINO, 2018), la configuración discursiva de los posteos ha ido variando, en ambas

cuentas, a lo largo de los seis años analizados. En un primer momento, el texto del post solía limitarse a presentar el título de la nota enlazada⁹, agregando al mismo un sintagma cuya fuerza ilocutiva es claramente interpelativa y tiene forma interrogativa directa.

Como puede verse en los **gráficos 3 y 4**, la configuración título + frase interpelativa en modalidad interrogativa se observa con mayor intensidad entre 2011 y 2013 —encontrándose ciertas variaciones entre el corpus de base y el corpus total—, luego de lo cual decrece significativamente; y su empleo no se circunscribe a ninguna temática de referencia en particular (**Gráfico 5**).

Gráfico 3 - Distribución por año de publicaciones con texto del post conteniendo una interrogación en @clarincom



⁹Vale aclarar que cuando se afirma que algún componente del posteo — ya sea el texto del post o el título del elemento enlace compartido en la publicación — presenta el título —o algún otro elemento del titulado— que la nota tiene en la edición del diario en la web no quiere necesariamente decir que lo hace sin ningún cambio *ad hoc*. En varias ocasiones los componentes del titulado (título, volante, bajada, etc.) suelen verse alterados en su pasaje a la plataforma de Facebook, pero la exposición de dichas transformaciones no forman parte del presente artículo, aunque sí están siendo estudiadas en el marco de esta investigación.

Gráfico 4 - Distribución por año de publicaciones con texto del post conteniendo una interrogación en @lanacion

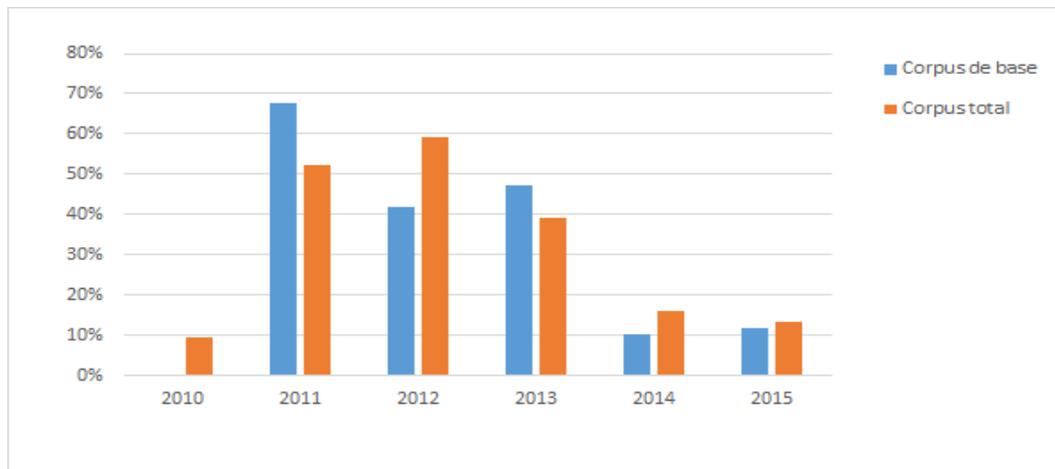
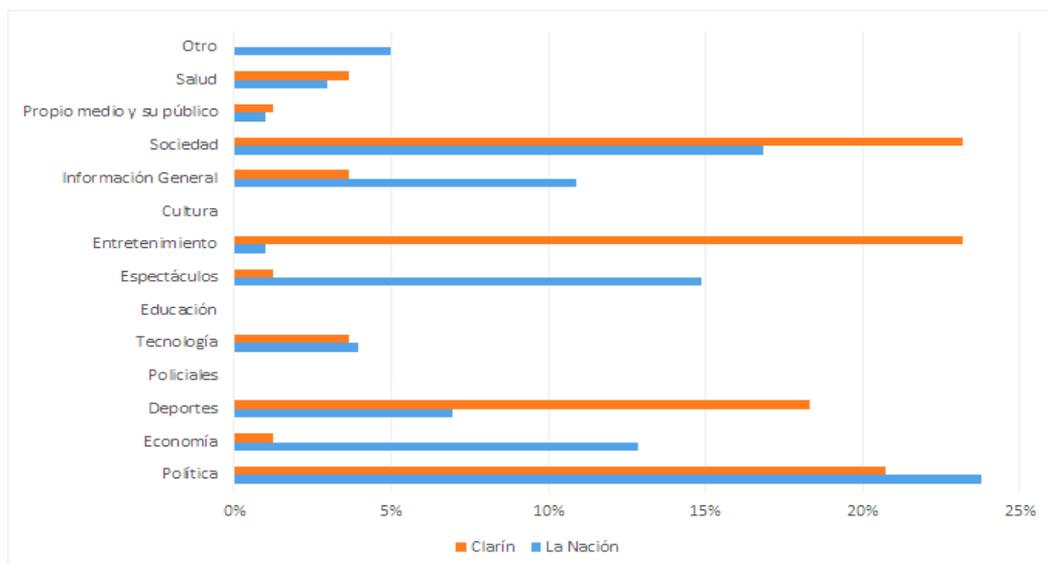


Gráfico 5 - Distribución de publicaciones con texto del post conteniendo una interrogación en @clarincom y @lanacion, según temática de referencia



Vale aclarar, además, que mientras en 2010 @lanacion ya presentaba en ciertos casos esta modalidad, en @clarincom no sólo no existía la misma

sino que apenas el 2,91% de sus publicaciones contaba con “texto del post”, es decir, con un enunciado producido especialmente para la plataforma.

Respecto de las frases interrogativas cabe señalar, además, que si consideramos todos los casos presentes entre 2010 y 2015 se verá que las mismas se emplean en el marco de dos tipos de estrategias discursivas, donde la posición que el medio adopta respecto de sus lectores es distinta en cada caso y supone, por ello, dos contratos de lectura (VERÓN, 2004: 223) diferenciables. La primera de estas estrategias es la empleada entre 2010 y 2013 (Imágenes 3 y 4) y en ella es posible distinguir una interpelación que apunta a que el destinatario intervenga expresamente en el espacio de participación (RAIMONDO ANSELMINO, 2012) de los comentarios al post.

Imagen 3 – Posteo con texto del post con configuración título + frase interpelativa en modalidad interrogativa en @clarincom



Imagen 4 – Posteo con texto del post con configuración título + frase interperlativa en modalidad interrogativa en @lanacion



Seguendo una de las más típicas posibilidades de la enunciación periodística, en estos ejemplos el medio se posiciona como un enunciador “objetivo” emisor de un “discurso verdadero”, en tanto “produce informaciones sobre un registro impersonal” (VERÓN, 1985: s/p). Sin embargo, al mismo tiempo, se dirige a un destinatario individual que deviene co-enunciador opinante y la información ofrecida se convierte en materia de opinión. Tiene lugar, de este modo, un dispositivo enunciativo¹⁰ mediante el cual se disminuye la distancia entre enunciador y destinatario, aunque sin resignar la posición de “enunciador objetivo e impersonal [que] habla la verdad” (VERÓN, 1985: s/p).

Es ésta la manera en que ambos periódicos —que ya venían ensayando modalidades discursivas similares en algunos espacios de su edición online aunque no con la sistematicidad que dicha operación asume en esta plataforma— adaptaron su contenido a un tipo de vínculo, si se quiere, más individualizado (o individualizante) que el presentado tradicionalmente por el diario. Puede distinguirse, además, que la pregunta así dispuesta en el texto del post tiene habitualmente, en los casos presentes entre 2010 y 2013, la función de solicitar la expresión de:

¹⁰Según Verón (2004) “todo soporte de prensa construye un dispositivo de enunciación” (173) que, en el caso de la prensa, el autor llama contrato de lectura: “hay un enunciador que le propone a un destinatario ocupar un lugar” (p. 179). En Sigal y Verón (2008) puede leer una explicación más detallada de esta categoría: “Todo discurso construye dos ‘entidades’ enunciativas fundamentales: la imagen del que habla (que llamaremos el enunciador) y la imagen de aquel a quien se habla (que llamaremos el destinatario)” (p. 23).

- una apreciación —una reacción más bien afectiva, podría decirse, siguiendo la distinción que Charaudeau (2003) establece entre dicha actividad lingüística y aquella otra calificada como opinión, que obedece a un juicio de tipo reflexivo—;
- un juicio de gusto —en el sentido que Cingolani (2006) otorga a esta categoría— o una creencia en torno al tema de la nota que se enlaza o;
- un comentario sobre vida cotidiana no mediatizada del usuario-lector.

La segunda de las estrategias identificadas será descripta más adelante, cuando nos detengamos en las modalidades presentes entre 2014 y 2015.

Por otra parte, se comprobó que los sintagmas interpelativos presentes de modo recurrente durante los primeros cuatro años de ambos corpus, no contienen exclusivamente oraciones interrogativas sino que, en otros casos, mediante la función apelativa se explicita un pedido de “Me gusta” (**Imágenes 5 y 6**). De este modo, tiene lugar un procedimiento por medio del cual las fanpages no sólo invocan una determinada acción del público sino que, también, echan mano a “una función de anclaje respecto del universo de sentidos posibles¹¹ que implica la participación en Facebook a través del botón ‘Me gusta’”, que hasta febrero de 2016 representó la única reacción disponible (KRUG, 2016).

¹¹Van Dijck (2016) sostiene que “la elección del botón ‘me gusta’ delata una predilección ideológica: favorece evaluaciones instantáneas, viscerales, emocionales y positivas” (p. 32) pero, no obstante, puede aventurarse que un análisis de nivel micro (o, incluso, de tipo etnográfico-semiótico) sobre las operaciones de *megusteo* podrían, tal vez, objetar (o, al menos, suspender la generalidad de) semejante afirmación que, por cierto, no está respaldada por un estudio empírico en recepción. Una consideración similar puede entretenerse cuando Fernández (2018) señala la complejidad del *megusteo* como fenómeno interaccional: “todo usuario activo consultado reconoce que son frecuentes *megusteos diferentes* (...). Desde el punto de vista metodológico, el clic que genera la aparición de un *megusteo* común no se diferencia en nada de los movimientos del *megusteo* diferente. La diferencia, esa que registra el usuario, solo puede ser comprendida por el sistema de relaciones tanto textuales como intertextuales, en las que se inscribe” (pp. 134-135).

Imagen 5 – Posteo que incluye sintagma interpelativo con pedido de megusteo en @clarincom



Imagen 6 – Posteo que incluye sintagma interpelativo con pedido de megusteo en @lanacion



Luego, a partir de 2014, la estrategia antes señalada —título + sintagma interpelativo (interrogativo o exhortante de megusteo)— cede lugar a otras modalidades de configuración del texto del post entre las que se distinguen cuatro posibilidades.

En primer lugar, se observa en **Tabla 2** que a partir de 2014 aumenta notablemente —en relación con todos los años previos en el caso de @lanacion y respecto de 2012 y 2013 para @clarincom que, como se dijo al comienzo de este apartado, posee una gran cantidad de posteos sin enunciado producido ad hoc durante 2010 y 2011— la proporción de posteos que no presentan texto de post alguno pero sí enlace. En esos casos, por lo tanto, son los metadatos asociados al link vía el protocolo Open Graph —específicamente las metaetiquetas que conforman al “título del link” y, en ocasiones, a su descripción— los que contienen el único componente lingüístico-verbal de la publicación que, vale precisar, se corresponde generalmente con el título de la nota en la web del periódico (**Imágenes 7 y 8**).

Tabla 2 - Distribución por año de posteos sin texto del post y con link en @clarincom y @lanacion

Año	Clarín			La Nación		
	Cantidad posteos sin texto pero con link	Cantidad total de posteos por año	% sobre total del año	Cantidad posteos sin texto pero con link	Cantidad total de posteos por año	% sobre total del año
2010	1201	1.237	97,09%	101	1.638	6,17%
2011	6803	9.035	75,30%	24	1.852	1,30%
2012	2	2.680	0,07%	1	1.922	0,05%
2013	264	3.435	7,69%	0	1.826	0,00%
2014	2745	4.326	63,45%	485	2.702	17,95%
2015	2617	8.628	30,33%	3.769	15.461	24,38%
	13.632	29.341		4.380	25.401	

Imagen 7 – Publicación sin texto del post y con enlace a noticia en @clarincom



Imagen 8 – Publicación sin texto del post y con enlace a noticia en @lanacion



En segundo lugar, en aquellos casos que sí exhiben texto de post —y, fundamentalmente, a partir de que se volviera frecuente la edición de la metaetiqueta “título” asociada, vía estándares de Open Graph, al enlace— se advierte que tanto el texto del post como el título del link al sitio conforman un conjunto significativo que establece complejas relaciones intertextuales, paratextuales, metatextuales e hipertextuales —por recuperar distintas dimensiones de la transtextualidad definida por Genette (1989) como “todo lo que pone al texto en relación, manifiesta o secreta, con otros textos” (pp.

EL DISCURSO DE LA PRENSA ARGENTINA EN TIEMPOS DE ALGORITMOS: una mirada diacrónica sobre la composición de posteos en las fanpages de Clarín y La Nación

9-10)— con los distintos elementos del titulado original de la nota que el diario dispone en su página web (Imágenes 9 y 10).

Imagen 9 – Posteo con relaciones transtextuales entre texto del post, título de link y titulado del sitio web en @clarincom



Imagen 10 – Posteo con relaciones transtextuales entre texto del post, título de link y titulado del sitio web en @lanacion



Puede agregarse, además, que el crecimiento registrado en relación con el primero y el segundo de los tipos de texto del post señalados como

distintivos durante los últimos dos años de este estudio coincide con la etapa en la cual se observa que las cuentas alteran con mayor frecuencia los metadatos de los enlaces compartidos vía cardlink (su título, imagen, etc.). Es precisamente también desde agosto de 2014 que Facebook promueve la visualización jerarquizada de aquellas publicaciones que comparten enlaces de este tipo en vez de los ya trabajados links enterrados. Este cambio en la política de la plataforma procuró, como indica El-Arini (2014), reducir el empleo de una estrategia de titulación en crecimiento por entonces: el denominado click-baiting.

El click-baiting es, por cierto, otra de las modalidades de conformación del texto del post reconocidas en ambos corpus, que también pudo advertirse presente, en ocasiones, en la conformación lingüístico-verbal del “título del link” o mediante una combinación de ambos. En tercer lugar, entonces, ubicamos en las dos fanpages, una modalidad que se concentra sobre todo en el año 2015, que obedece a un procedimiento de creación de enigma a partir de la omisión de información que funciona como cebo o promotor de clics (**Imágenes 11 y 12**) y que con frecuencia entabla un interjuego de sugerencia y ocultamiento con la imagen que acompaña al enunciado textual.

Imagen 11 – Posteo con modalidad click-baiting en @clarincom



La misma se inscribe en el segundo de los tipos de estrategias discursivas en el marco de las cuales es usual encontrar oraciones con forma interrogativa (no sólo directa sino, en ocasiones, también indirecta). En estos casos, la imagen que el medio construye respecto de su lector es diferente a la que advertimos cuando nos referimos a la estrategia de interrogación recurrente entre 2010 y 2013. En las preguntas como las presentes en las imágenes 11 y 12 —que ya no se orientan a propiciar que el destinatario exprese una opinión en el espacio de los comentarios— parecen establecerse distintos grados de complicidad e identificación promovidos en ocasiones por el empleo, en cierto modo, comunitario, de un nosotros inclusivo por medio del cual el medio realiza “una enunciación que es atribuible a la vez al enunciador y al destinatario” (VERÓN, 1985: s/p). Todo ello al tiempo que se configuran “dos partes desiguales, una que aconseja, informa, propone, advierte, brevemente, que sabe; la otra que no sabe y es definida como destinatario receptivo, o más o menos pasivo, que aprovecha” (VERÓN, 1985: s/p).

Imagen 12 – Posteo con modalidad click-baiting en @lanacion



Finalmente, en cuarto lugar, se encontró que durante el último tramo del período estudiado, el texto del post responde en ocasiones a una modalidad denominada formato lista, que no consistiría sólo en una manera novedosa de titular en Facebook sino que, más bien, es un modo de estructurar el contenido informativo más allá de esta plataforma, en la cual el texto del post o el título del elemento enlace se corresponden con el título de la nota en la web. Se trata de algo también presente en ambas fanpages y que, usualmente, remite a un contenido publicado no en las secciones tradicionales del periódico en sí sino en alguna de las otras unidades de negocio del medio como, por ejemplo, las revistas Ohlalá! o Rolling Stone en La Nación y Vía Restó en Clarín (**Imágenes 13 y 14**).

Imagen 13 – Posteo configurado con formato lista en @clarincom



Imagen 14 – Posteo configurado con formato lista en @lanacion



Todas las configuraciones del texto del post hasta aquí identificadas y descriptas se circunscriben a aquellas publicaciones mediante las cuales las cuentas comparten algún tipo de enlace a los contenidos publicados por el medio (o el conglomerado de medios) del que son parte. Además de estos posteos, existen otros que no tienen link alguno o que sí poseen pero el mismo redirige a algún dominio de Internet externo a los multimedios a los que pertenecen tanto Clarín como La Nación (Imágenes 15 y 16). Estos casos suelen enmarcarse, la mayor parte de las veces, en una estrategia discursiva del contacto —que Biselli y Valdetaro (2004) caracterizaron como un modo peculiar de configuración del vínculo enunciativo que apela a la seducción del destinatario poniendo en acto “un tipo de apelación afectiva y singularizante” (p. 219)— y, además, se asocia con aquella dimensión retórica que Morley (1996) definió como homología. Esta última, “consiste en la coincidencia entre temporalidades textuales y experimentadas” (p. 302). Lo dicho no sólo se ve expresado en la alusión a algún momento del día en particular sino que, en el caso de @lanacion, aún cuando aquí continúa

apareciendo la interpelación dirigida a un destinatario individual, se manifiesta, al mismo tiempo, la presencia de un nosotros “donde los co-enunciadores parecerían estar ocupando más bien el lugar de Ego y no de Alter” (RAIMONDO ANSELMINO, 2018: s/p). La misma, como se ha argumentado en Raimondo Anselmino, Sambrana y Cardoso (2017), “permite explicar ciertas operaciones por medio de las cuales las cuentas oficiales de los diarios estudiados procuran adaptarse y ajustarse a las rutinas domésticas y cotidianas de su potencial audiencia” (p. 49) y parecen orientarse al establecimiento de lazos de tipo comunitario. Es este un procedimiento que también se cristaliza en el frecuente empleo de sintagmas que desde una mirada pragmática se caracterizarían como propios de la cortesía y, en cierto modo, replican reglas operantes en la conversación.

Imagen 15 – Posteo sin enlace en @clarincom

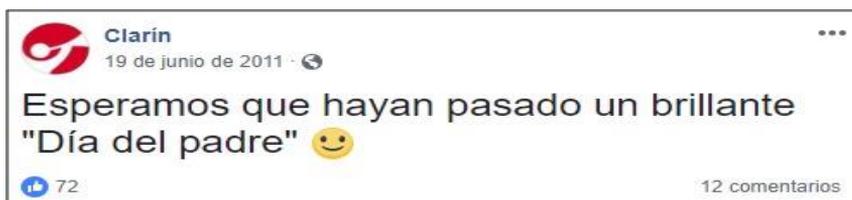


Imagen 16 – Posteo sin enlaces en @lanacion



Consideraciones finales

En este artículo se ha avanzado en la descripción de dos de los componentes elementales a partir de los cuales se configuran los posteos publicados por las cuentas oficiales que poseen en Facebook los diarios argentinos Clarín y La Nación, en el período 2010-2015. Se lo hizo, vale recalcar, articulando interdisciplinariamente la perspectiva sociosemiótica con un análisis de datos cualitativo y cuantitativo aportado por la ingeniería en sistemas de información e, incluso, haciendo uso de herramientas computacionales desarrolladas para tal fin y trabajando sobre dos paquetes de materiales significantes: los denominamos corpus de base y corpus total.

De este modo, se ha podido caracterizar el comportamiento de las fanpages respecto de los distintos tipos de enlaces —con excepción de aquellos que reenvían a objetos dentro del mismo Facebook, cuyo detalle se expondrá en próximos escritos junto con el análisis de los elementos paralingüísticos (hashtag, corchetes, emoticones y emojis) que también ha quedado pendiente— y su relación con las clases de contenido al que vinculan cuando envían fuera de la plataforma. Asimismo, se continuó con el estudio de las diferentes configuraciones discursivas que ha ido adoptando el componente “texto del post” a lo largo del tiempo, permitiendo distinguir los modos en que las mismas se han ido transformando en conexión (más o menos estrecha) con ciertas modificaciones en las políticas de la plataforma y en su algoritmo así como con algunos cambios acaecidos en el ecosistema de medios en general y en las interfaces de los periódicos online en particular.

No es posible eludir, por cierto, que la relación entre los medios tradicionales y el emporio intermediario de Mark Zuckerberg nunca ha sido romántica y el panorama que se avizora es, casi por costumbre, tan turbulento como el trayecto recorrido. Prueba de ello, por ejemplo, son las discusiones y declaraciones diversas que se desataron por doquier cuando en 2015 se anunció que Facebook jerarquizaría dentro del news feed el contenido de amigos y familiares sobre el publicado por las fanpages como aquellas pertenecientes a organizaciones que producen información; cuando se proclamaron en 2016 un conjunto de políticas definidas como "News Feed

Values" en ocasión de las llamadas fake news (Cfr. BENTON, 2018) o; a raíz de las controvertidas declaraciones que el mismo Zuckerberg hizo a comienzo de 2018 —donde entre otras cosas afirmó: "too often today, watching video, reading news or getting a page update is just a passive experience" (en HAZARD OWEN, 2018)— para explicar los últimos cambios producidos (MOSSERI, 2018). Mientras tanto, estudiar cómo enuncian los diarios en las "redes" —específicamente, en nuestro caso, en Facebook— y qué tipo de vínculos-contratos les proponen a los lectores usuarios que participan de su comunidad de seguidores, nos ayuda a comprender los modos en que la prensa se adapta a las performances habilitadas por las plataformas conectivas sin perder su identidad ni la función política y social que ha cumplido, históricamente, en las sociedades democráticas.

Referências

- BENTON, J. (2018) If Facebook stops putting news in front of readers, will readers bother to go looking for it?. En **NiesmanLab**, 12 de julio. Disponible en: <<http://www.niemanlab.org/2018/01/if-facebook-stops-putting-news-in-front-of-readers-will-readers-bother-to-go-looking-for-it>>. [16 de enero de 2018].
- BISELLI, R. y VALDETTARO, S. (2004) Las estrategias discursivas del contacto en la prensa escrita. **La Trama de la Comunicación**, Vol. 9.
- CHARAUDEAU, P. (2003). El discurso de la información. La construcción del espejo social. Barcelona: Gedisa.
- CINGOLANI, G. (2006) **El gusto imposible**. Transformaciones epistemológicas y perspectivas analíticas de un objeto inasequible. En Saintout, F. y Ferrante, N (comps.) ¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público. Buenos Aires: La Crujía.
- CLARÍN (1997) **Manual de estilo**. Buenos Aires: Aguilar.
- EL-ARINI, K. (2014) **Click-baiting**. En Facebook Newsroom, 25 de agosto. Disponible en: <<https://newsroom.fb.com/news/2014/08/news-feed-fyi-click-baiting>>. [26 de julio de 2018].
- FERNÁNDEZ, J.L. (2018) **Plataformas mediáticas**. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias. Buenos Aires: Crujía.
- GENETTE, G. (1989). **Palimpsestos**. La literatura en segundo grado. Madrid: Taurus.

- GILLESPIE, T. (2010). **The politics of platforms**. *New Media & Society*, 12(3), 347-364.
- HAZARD OWEN, L. (2018) Facebook drastically changes News Feed to make it "good for people" (and bad for most publishers). En **NiesmanLab**, 11 de julio. Disponible en: <<http://www.niemanlab.org/2018/01/facebook-dramatically-changes-news-feed-to-make-it-good-for-people-and-bad-for-most-publishers/>>. [16 de enero de 2018].
- KRUG, S. (2016) Reactions Now Available Globally. En Facebook **Newsroom**, 24 de febrero. Disponible en: <<https://newsroom.fb.com/news/2016/02/reactions-now-available-globally/>>. [18 de enero de 2018].
- MORLEY, D. (1996) Comunicación doméstica: tecnologías y sentidos. En *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- MOSSERI, A. (2018) News Feed FYI: Bringing People Closer Together. En Facebook **Newsroom**, 11 de enero. Disponible en: <<https://newsroom.fb.com/news/2018/01/news-feed-fyi-bringing-people-closer-together/>>. [15 de enero de 2018]
- RAIMONDO ANSELMINO, N. (2012) **Los espacios de intervención y participación del lector**: clasificación y disposiciones. En *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación*. Buenos Aires: Teseo.
- RAIMONDO ANSELMINO, N. (2018) **Prensa online y redes sociales en Internet**: notas sobre la circulación de los discursos mediáticos contemporáneos. En Castro, P. (org.) *A circulação discursiva e transformação da sociedade Maceió*: EDUFAL.
- RAIMONDO ANSELMINO, N., SAMBRANA, A. y CARDOSO, A. (2017) **Medios tradicionales y redes sociales en Internet**: un análisis de los posteos compartidos por los diarios argentinos Clarín y La Nación en Facebook (2010-2015). En *Revista Astrolabio Nueva Época*, número 19.
- RAIMONDO ANSELMINO, N., CARDOSO, A. y ROSTAGNO, J. (2018) **Articulación artesanal-computacional para el estudio interdisciplinario de posteos en cuentas de Facebook**. Relato de una experiencia asequible. En *Simposio Argentino sobre Tecnología y Sociedad*, 47 JIIO (Jornadas Argentinas de Informática), Universidad Nacional de Palermo, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 3 al 7 de septiembre.
- RIEDER, B. (2013) **Studying Facebook via Data Extraction**: The Netvizz Application. En *WebSci'13*, May 2–4. Disponible en:

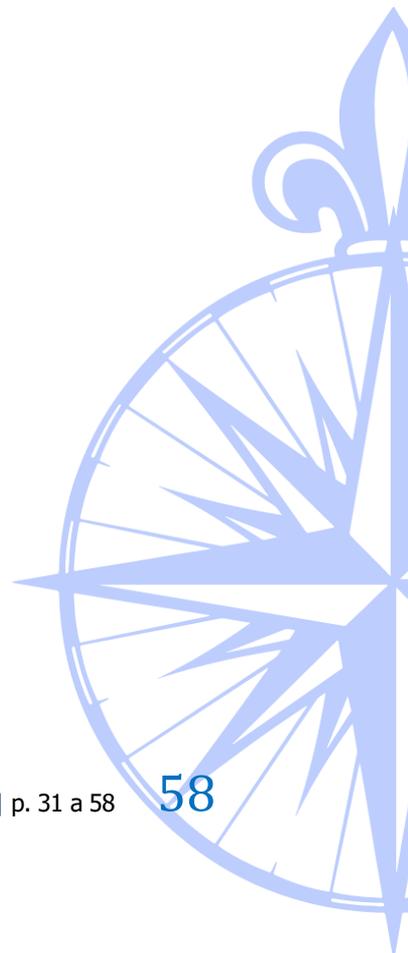
<http://thepoliticsofsystems.net/permafiles/rieder_websci.pdf>.

[26/07/2018] SIGAL, S. y VERÓN, E. (2008) Introducción. **En Perdón o muerte**. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista. Buenos Aires: Eudeba. VAN DIJCK, J. (2016). **La cultura de la conectividad**. Una historia crítica de las redes sociales. Buenos Aires, Siglo XXI.

VERÓN, E. (1985) **El análisis del "Contrato de Lectura"**. Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media [Título original: L'analyse du 'contrat de lecture': une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse]. En Touati, E. Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications. París: IREP. Traducción al español.

VERÓN, E. (1998). **La semiosis social**. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Buenos Aires: Gedisa.

VERÓN, E. (2004) **Fragmentos de un tejido**. Buenos Aires: Gedisa.



DOI: 10.22478/ancora.v5n1p59-78

DISPOSITIVOS MÓVEIS NO TELEJORNALISMO: as mudanças no papel do repórter no Bom Dia Paraíba

MOBILE DEVICES IN TV NEWS: the changes in the reporter's role in Bom Dia Paraíba

Fabiana Cardoso de SIQUEIRA¹

Wanderson Rosendo da SILVA²

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Resumo

Neste estudo, nosso objetivo foi analisar as mudanças propiciadas pela tecnologia móvel (uso de dispositivos móveis e redes de internet sem fio) no telejornalismo. Procuramos compreender também de que forma isso vem reconfigurando o papel do repórter dentro do telejornal, atuando muitas vezes sozinho, sem cinegrafista. O estudo foi feito a partir da análise de conteúdo de três formatos da notícia (*stand up*, entrada ao vivo e reportagem) exibidos dentro do Bom Dia Paraíba, da TV Cabo Branco, afiliada da Rede Globo, em João Pessoa, Paraíba, entre os dias primeiro de junho de 2016 a 31 de março de 2017. Também foram aplicadas entrevistas semiestruturadas com os editores e repórteres que participaram da execução dos três formatos analisados. Chegamos ao entendimento que o jornalismo móvel ocupa uma lacuna deixada pelas rotinas tradicionais dentro das redações dos telejornais, trabalhando características como instantaneidade, mobilidade e versatilidade e exige novos conhecimentos, específicos, por parte dos repórteres.

Palavras-chave

Telejornalismo; Jornalismo Móvel; Bom Dia Paraíba; TV Cabo Branco.

Abstract

In this study, our objective was to analyze the changes brought about by mobile technology (use of mobile devices and wireless internet networks) in telejournalism. We also try to understand how this has been reconfiguring the role of the reporter within the newscast, often acting alone, without a cameraman. The study was based on the content analysis of three news formats (*stand up*, live entry and reporting) exhibited in Bom Dia Paraíba, of TV Cabo Branco, an affiliate of Rede Globo, in João Pessoa, Paraíba, among June 01, 2016 to March 31, 2017. Semi-structured interviews were also applied with the editors and reporters who participated in the execution of the three formats analyzed. We come to the understanding that mobile journalism occupies a gap left by traditional routines, working on features such as instantaneity, mobility and versatility, and a require new specific knowledge from reporters.

Keywords

TV News; Mobile Journalism; Bom Dia Paraíba; TV Cabo Branco.

RECEBIDO EM 11 DE FEVEREIRO DE 2018
ACEITO EM 23 DE MARÇO DE 2018

¹Jornalista. Doutora de Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco/Universidade Complutense de Madri. Mestre em Engenharia de Produção/Qualidade e Produtividade pela Universidade Federal de Santa Maria. Professora do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. Contato: Fabiana_s@yahoo.com.

²Jornalista. Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba. Membro voluntário do Grupo de Pesquisa Telejornalismo Regional, ligado à Universidade Federal da Paraíba. Contato: wanderson82fernandes@gmail.com.

Introdução

A evolução dos dispositivos móveis, como celulares e *smartphones*, compostos por câmeras portáteis, gravadores de áudio e acesso a redes sem fio, trouxe facilidades à sociedade atual. Hoje, vivemos totalmente interligados por redes invisíveis como as conhecidas 3G, 4G ou *Wi-fi*, contrapondo o acesso e compartilhamento de conteúdos antes feito por redes fixas, como internet cabo e computadores de mesa.

Neste estudo, o nosso objetivo foi investigar como a relação desse tipo de tecnologia, que caracteriza o jornalismo móvel, está reconfigurando o modo de se fazer notícias nos telejornais, através da análise de matérias produzidas a partir do seu uso e veiculadas no telejornal Bom Dia Paraíba, da TV Cabo Branco, afiliada da Rede Globo, na capital paraibana.

O intuito foi analisar as possibilidades que o jornalismo móvel, caracterizado pela utilização dos dispositivos móveis e das redes sem fio, tem oferecido às produções jornalísticas televisivas. Procuramos investigar ainda os impactos que essa nova reconfiguração tem provocado na atuação do repórter dentro do telejornal.

A escolha do Bom Dia Paraíba se deu por ser um telejornal que apresenta, com frequência, matérias realizadas por meio de dispositivos portáteis e redes móveis em suas produções.

O crescimento dos dispositivos móveis e o impacto no jornalismo

Segundo uma pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (2017), o Brasil possui cerca de 208 milhões de *smartphones*, o que nos leva a uma média de um dispositivo por habitante. A mesma pesquisa aponta que os números de dispositivos móveis (celulares, *tablets* e *notebooks*) conectados a internet são de 280 milhões. Os dados são referentes ao ano de 2017.

No caso dos celulares, hoje, eles podem ser comparados a computadores portáteis. De acordo com Lemos (2005, p. 6), “o celular expressa a radicalização da convergência digital, transformando-se em um ‘teletudo’ para a gestão móvel e informacional do cotidiano. De meio de

contato inter-pessoal, o celular está se transformando em um media massivo”.

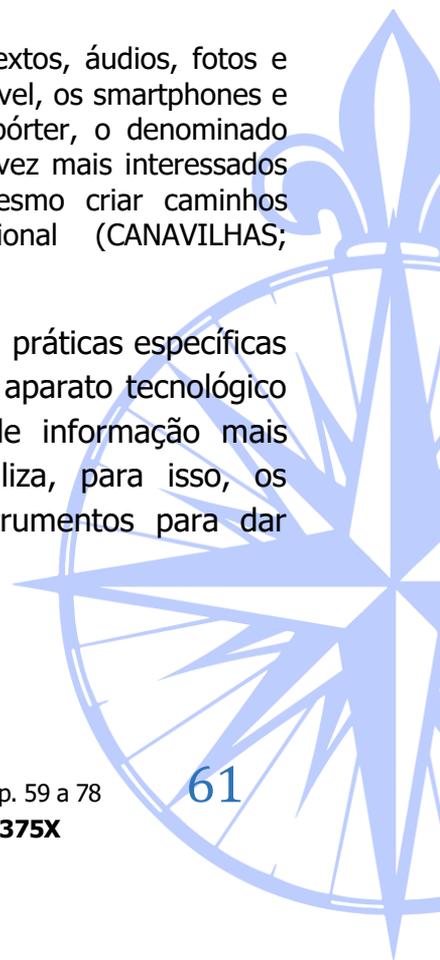
Aliado a isso, as redes móveis como os serviços de tecnologia sem fio (*3G, 4G e Wi-Fi*) estão ganhando cada vez mais espaço como meios de propagação do sinal de internet via *smartphone*, sem a necessidade de cabos. Conforme Santaella (2013, p. 16), “essa tecnologia ‘proporciona maior ubiquidade’[...], especialmente quando se dá em movimento. Além do mais, muitos servidores sem fio espalhados pelo ambiente permitem que o usuário se mova livremente pelo espaço físico sempre conectado”.

Dessa forma, as pessoas conseguem se comunicar de maneira eletrônica, seja por voz ou texto através de mensageiros instantâneos, fazem registros de imagens através das câmeras acopladas nos aparelhos e as enviam instantaneamente.

Isso abriu também novas perspectivas de utilização no campo profissional, inclusive, no jornalismo, que aumentou assim a velocidade para apuração, registro e veiculação das notícias, interferindo não só na prática jornalística como também no acesso do público ao produto.

Capazes de produzir e transmitir textos, áudios, fotos e vídeos com qualidade técnica aceitável, os smartphones e tablets estão criando um novo repórter, o denominado *mobile journalist*, e cidadãos cada vez mais interessados em participar das notícias ou mesmo criar caminhos alternativos à imprensa tradicional (CANAVILHAS; SANTANA, 2011, p. 54).

O jornalismo passa a utilizar o ciberespaço para práticas específicas de produção de conteúdo, ao se apossar desse novo aparato tecnológico na busca em satisfazer uma sociedade-consumo de informação mais exigente e que cresce de forma exponencial. Utiliza, para isso, os dispositivos móveis e as redes sem fio como instrumentos para dar surgimento ao jornalismo móvel.



O jornalismo móvel

A nomenclatura jornalismo móvel deriva do termo repórter *MoJo* (*mobile journalist*). Foi empregada pela primeira vez no ano de 2005, nos Estados Unidos, sendo associada a um projeto da companhia *Gannett*, situada na Flórida. Os repórteres utilizavam *notebooks*, câmeras e gravadores digitais e conexões de banda larga para produzir e publicar suas matérias de comunidade, de forma descentralizada (BARBOSA; SEIXAS, 2013).

Podemos então afirmar que este modelo jornalístico se configura pelo processo de produção, incorporando as características dos modelos jornalísticos convencionais (texto, som e imagem) por via do uso dos dispositivos portáteis, e de veiculação, muitas vezes imediatista, por meio da internet, através das redes móveis.

O jornalismo móvel não é característica própria dos tempos contemporâneos porque a relação jornalismo e mobilidade ocorre desde a própria existência do jornalismo como prática de coleta e transmissão de informação. Entretanto, a configuração atual, movida pela estrutura móvel de comunicação, torna-o distinto, rompe com uma estrutura tradicional porque pela primeira vez permite a emissão de conteúdo em mobilidade, a partir de um dispositivo móvel, portátil e com conexão online (SILVA 2009, p.3).

Silva (2009) defende que esse jornalista deve estar em campo produzindo o conteúdo (seja áudio, vídeo, fotos ou textos) diretamente dos locais dos eventos, sem barreiras físicas, com a utilização das tecnologias móveis digitais, dando sentido ao que ele chama de repórter móvel.

Ao pesquisar sobre essas novas perspectivas abertas que o jornalismo móvel oferece ao campo profissional jornalístico, Silva (2013) associou novas terminologias a cada tipo de prática, como pode ser observado abaixo:

- a) Jornalismo de Mochila: Tida como a prática móvel mais antiga que se tem datada. Segundo Deuze, apud Silva (2013), é uma prática das décadas de 1960 e 1970. Os repórteres fotográficos utilizavam mochilas para transporte

- dos equipamentos como *notebooks*, câmeras, gravadores e microfones para aumentar a possibilidade de captação, edição e envio do material de campo.
- b) **Jornalismo Multimídia:** Termo já utilizado na década de 1990 conceituando dois aspectos: nomeando jornalista que atua em um ou mais veículos de comunicação no sentido de multiplataforma e profissional multitarefa com conhecimentos em vários dispositivos móveis e suas aplicações para gerar conteúdos multimídias (texto, imagem, áudio e vídeo) sem contar, necessariamente, com o aspecto da mobilidade.
 - c) **Jornalismo 3G:** Especifica o uso dessa tecnologia da terceira geração de acesso a internet para geração de conteúdos através de *notebooks*, celulares e *smartphones*.
 - d) **Jornalismo de Bolso:** Fazendo uma interface com as tecnologias 3G e 4G, se caracteriza pela portabilidade dos dispositivos móveis que cabem na palma da mão para a produção de conteúdo.
 - e) **Jornalismo Locativo ou Hiperlocal:** Através da combinação das tecnologias móveis e o uso do GPS (é um sistema de posicionamento que permite uma localização via satélite), evidenciando o local da produção de conteúdo como valor de noticiabilidade.
 - f) **Jornalismo Drone:** Baseado pela utilização de tecnologias de localização e câmeras digitais acopladas em aeronaves não tripuladas e controladas remotamente para a captação de imagens aéreas. É uma modalidade relativamente nova e usada geralmente em coberturas de manifestações, áreas de difícil acesso ou matérias especiais.
 - g) **Jornalismo Móvel:** Caracteriza-se por confluir todas as modalidades acima, de modo a favorecer, através do uso dos dispositivos móveis e redes sem fio, a apuração, edição e envio do material diretamente do local do acontecimento.

Toda essa ubiquidade oferecida pelas tecnologias móveis vem influenciando o modo de fazer telejornalismo. Isso ocorre pois abre ainda mais a possibilidade de alcance da notícia, seja ela produzida ou em tempo real. Por meio dela é possível, por exemplo, substituir os métodos tradicionais de execução de reportagens, realizar entradas ao vivo e enviar participações pré-gravadas com rapidez e mobilidade.

O modelo de emissão de conteúdos do campo baseado no celular instaura narrativas diferenciadas, principalmente para televisão [...]. Indica novos elementos como a contextualização do lugar, a mobilidade expandida no processo e o sentido de presença “viva” direto da cena representada pela participação ativa do repórter como uma espécie de etnógrafo em tempo real (SILVA; RODRIGUES, 2014, p. 40)

Além do imediatismo e da instantaneidade, a *relevância do lugar na comunicação* aparece como mais um diferencial nesse tipo de notícia. Essa característica está diretamente relacionada com a questão da mobilidade que o jornalismo móvel possibilita quando altera “o *modus operandi*” dos repórteres, instaurando novos modos “de ver” os eventos ou novos modos “de construção” da notícia (SILVA, 2013).

Assim, o telespectador consegue ter a mesma visão do fato que a do repórter, que está noticiando com uma narrativa *in loco*, passando todas as percepções possíveis sobre o acontecimento, seja de forma ao vivo ou mesmo gravada.

A análise do Bom Dia Paraíba

Este trabalho foi feito a partir de uma pesquisa exploratória e de caráter qualitativo. Após essa primeira etapa, relatada anteriormente, de revisão bibliográfica sobre o contexto histórico e funcional do surgimento e expansão das tecnologias móveis e redes sem fio nas notícias e a relação com o telejornalismo, passamos para a segunda fase desse estudo.

Essa segunda etapa compreendeu a realização de uma análise de conteúdo (HERSCOVITZ, 2007) do telejornal *Bom Dia Paraíba*, da *TV Cabo Branco*, afiliada da *Rede Globo*, em João Pessoa, na Paraíba.

Utilizamos, como universo de amostragem, três notícias do *Bom Dia Paraíba*, exibidas no período de primeiro de junho de 2016 a 31 de março de 2017, em que foram utilizados os recursos das tecnologias móveis e redes sem fio. Os três exemplos foram escolhidos aleatoriamente: um *stand up*, uma entrada ao vivo e uma reportagem. Eles demonstram diferentes possibilidades de uso das tecnologias móveis e redes sem fio, por isso optamos pelos mesmos.

A coleta do material se deu através da página do telejornal na internet (<http://g1.com.br/pb/paraiba/bom-dia-pb/videos>), onde são disponibilizados os vídeos das principais notícias diárias.

A análise de conteúdo dos materiais jornalísticos selecionados foi realizada a partir de três critérios: mobilidade (motivo pelo qual o uso da tecnologia móvel foi necessário); envio e exibição (a forma de envio e como foi exibido o material feito pelo repórter) e resultado (se a matéria conseguiu suprir as necessidades do telejornal e do público).

Também foram utilizados documentos inerentes ao telejornal como o espelho e o *script* (PATERNOSTRO, 1999) das edições analisadas a fim de entender a montagem da edição em cada um dos casos analisados. Esse material foi cedido pela própria emissora, a *TV Cabo Branco*.

Foram utilizadas ainda entrevistas semiestruturadas (TRIVIÑOS, 1987) feitas com os editores e repórteres envolvidos na produção do *Bom Dia Paraíba* a fim de se conhecer como ocorreu o uso dos dispositivos móveis e redes sem fio para a produção desses três materiais específicos.

O Bom Dia Paraíba é exibido pela *TV Cabo Branco*, em João Pessoa e pela *TV Paraíba*, em Campina Grande (ambas afiliadas da *TV Globo* no estado da Paraíba e pertencentes à *Rede Paraíba de Comunicação*).

O *Bom Dia Paraíba* é o primeiro telejornal local da emissora a ir ao ar, de segunda a sexta-feira, às seis horas da manhã. Tem, em média, 80 minutos de produção, divididos em cinco blocos (partes de um programa que são intercaladas por intervalos comerciais), compostos por reportagens, entradas ao vivo, entrevistas, notas, quadros (*Alô Concurseiros*, *Giro PB*, *O*

que fazer?, *PB Rural*, *Tá por quanto*, *Desaparecidos* e *Programe-se*) e colunas semanais (*Eu quero saber*, *Papo Íntimo* e *Economia*).

É um telejornal de abrangência estadual e conta com uma editora-chefe que também é apresentadora (Patrícia Rocha), uma editora executiva, cinco editores de texto, oito editores de imagem e dez equipes de externas espalhadas pelas cidades de João Pessoa, Campina Grande, Patos e Sousa. Em entrevista semiestruturada, feita na redação da emissora, a editora-chefe explicou qual é o objetivo do telejornal:

O Bom Dia tem uma vertente muito forte de prestação de serviço, ou seja, é a informação prática, a utilidade pública, o que vai mudar a vida daquela pessoa naquele dia, as informações do dia. Vamos antecipar como é que vai ser [...]. É a rua que está engarrafada ou não tá. A rua que pode seguir. O trânsito que está bloqueado. O acidente que aconteceu. A árvore que caiu... O tempo, o sol, a chuva... As informações que estão no dia a dia de todo mundo (informação verbal).

A partir dessa definição apresentada pela editora-chefe é possível compreender qual é a proposta do telejornal e como o mesmo procura apresentar ao telespectador paraibano às notícias nas primeiras horas do dia, seja em temas factuais ou em assuntos de interesse cotidiano.

O primeiro material analisado neste estudo foi exibido no dia 28 de junho de 2016. Nesse dia, o Ministério Público Federal (MPF) realizou, na cidade de Patos, no Sertão do estado, no início da manhã, a segunda fase de uma operação intitulada "Desumanidades".

A repórter da *TV Paraíba*, Rafaela Gomes, acompanhou a ação dos agentes da Polícia Federal no local e utilizou o seu *smartphone* para gravar um *stand up* e enviar o vídeo através do aplicativo de celular *Whatsapp* para a produção de *TV Paraíba*, em Campina Grande. No dia em questão, o *Bom Dia Paraíba* ainda possuía a apresentação dividida entre as emissoras situadas em João Pessoa e Campina Grande.

O *stand up* é um formato da notícia que é muito semelhante a entrada ao vivo (com repórter olhando diretamente para a câmera), porém

possui como diferença o fato de ser previamente gravado e editado antes de ser exibido (SIQUEIRA, 2012).

O *stand up* analisado possui 48 segundos de duração e foi feito em frente da sede do Ministério Público Federal da cidade de Patos, nas primeiras horas da manhã e enviado juntamente com fotos da operação, que foram usadas para ilustrar os assuntos citados pela repórter. No vídeo, podemos verificar a hora em que o material foi ao ar, às sete horas e 28 minutos da manhã, ou seja, quase no fim do telejornal (**Figura 1**), que costuma terminar por volta das sete horas e 30 minutos da manhã.

Figura 1: *Stand up* com a repórter Rafaela Gomes, em Patos, sertão da Paraíba.



Fonte: G1 Paraíba

Se fossem utilizados os meios tradicionais de produção televisiva, a equipe teria manuseado uma câmera profissional e precisaria se deslocar até algum local com computador que permitisse o envio do vídeo pela internet. Esse deslocamento poderia ocasionar a perda de algum acontecimento dentro da operação e isso comprometeria a apuração da notícia.

Embora a emissora tenha *Mochilinks* (que são equipamentos de *Web Link*, que podem ser acoplados às câmeras profissionais para envio de sons e imagens ao vivo pela internet), naquele momento, o mesmo não estava disponível para a equipe.

Luís Sousa, um dos editores do *Bom Dia Paraíba*, na época, abordou, em entrevista semiestruturada, um fator importante para o uso desse tipo de tecnologia nas regiões mais distantes da sede da emissora:

Patos e Sousa... As sucursais não têm esse equipamento de transmissão, o *Mochilink*. [...] Se acontece uma operação às cinco da manhã, eu não tenho logística *pra* levar a mochila [*Mochilink*] *pro* sertão. Então, vai ser o celular que vai trazer essa notícia (informação verbal).

Haveria também a possibilidade de se usar o recurso do *audiotape* (SIQUEIRA, 2012). É uma forma de transmitir notícias que se caracteriza pelo uso da voz (gravada ou ao vivo), geralmente, por telefone e sobreposta, usualmente, pela foto de quem está falando e pelo mapa, apontando o local da notícia.

Embora esse tipo de formato consiga também trazer a informação em tempo real, há perda de uma característica do jornalismo móvel que Silva (2013) cita como “hiperlocal”, ou seja, quando se evidencia o local da produção da notícia como valor de noticiabilidade. No caso do *stand up* estudado, podemos verificar que a repórter estava em frente à sede do Ministério Público Federal da cidade de Patos, o que, visualmente, agrega valor à notícia, tendo em vista que ela estava, de fato, no local da notícia.

O *stand up* conseguiu um dos objetivos do telejornal que é, para a editora-chefe, informar o que está acontecendo nas primeiras horas da manhã no estado. Assim, o jornalismo móvel demonstra uma das formas de contribuição para o telejornalismo, que é o imediatismo nas matérias, pois o assunto pode ser veiculado, como notícia “de última hora”, ao fim do programa jornalístico.

O segundo material analisado foi exibido no dia cinco de agosto de 2016. Nesta data, o *Bom Dia Paraíba* estava com assuntos diferentes do habitual: o aniversário da cidade de João Pessoa e a abertura dos Jogos Olímpicos, no Rio de Janeiro. O telejornal teve parte do tempo dedicado a reportagens, notas e entradas ao vivo sobre esses dois temas.

Uma dessas entradas ao vivo foi feita pelo jornalista Lucas Barros, repórter de esportes da *TV Cabo Branco*, no Maracanã, no Rio de Janeiro, local da abertura dos Jogos Olímpicos.

O repórter explicou em entrevista semiestruturada que tudo iniciou ao aceitar o convite do *site* *globoesporte.com* (*site* destinado ao conteúdo esportivo de propriedade das empresas Globo) para cobrir as olimpíadas no Rio de Janeiro.

Com isso, a equipe de jornalismo da *TV Cabo Branco* vislumbrou que poderia tê-lo lá também fazendo a cobertura para a emissora. Contudo, a proposta era de que a transmissão fosse através do *smartphone*, conforme destacou o repórter em entrevista semiestruturada:

Quando eu recebi essa sugestão foi algo bem desafiador. Eu aceitei. Achei bem interessante essa ideia porque ia também dar uma visibilidade bacana. Ia ser na Olimpíada e tal. Já era algo inovador *tá* fazendo pelo celular. E aí foi um desafio muito grande porque eu nunca tinha feito isso. Nunca tinha entrado ao vivo pelo celular. Então, foi algo muito interessante (informação verbal).

A equipe do *Bom Dia Paraíba* se interessou em usar esse recurso para o telejornal, como explicou a editora-chefe do programa em entrevista semiestruturada:

Eu não poderia usar a estrutura da Globo *pra* fazer o *Bom Dia Paraíba*, porque todo mundo ia querer, todas as afiliadas. Então, eu não tinha essa possibilidade. Eu tinha uma equipe lá [...]. Tinha um repórter, que não é corriqueiro a gente mandar repórter *pra* o Rio o tempo todo. [...] E a gente queria muito mostrar que a nossa equipe estava lá. Isso tinha um valor-notícia *pra* Paraíba muito importante (informação verbal).

A entrada ao vivo foi exibida no quinto e último bloco do telejornal. O apresentador do *Globo Esporte* local e comentarista do *Bom Dia Paraíba*, Kako Marques, estava no estúdio neste dia e na **Figura 2**, aparece conversando com o repórter Lucas Barros.

Figura 2: Primeira interação de Kako Marquês com o repórter Lucas Barros



Fonte: G1 Paraíba

Para que essa entrada ao vivo de dois minutos e trinta segundos fosse realizada, foi utilizada uma videoconferência através do programa de computador e aplicativo de celular *Skype*. A conexão foi entre o *smartphone* do repórter e um *Ipad* (*tablet* produzido pela empresa Apple que opera através do sistema operacional *iOS*), que estava na mão do apresentador, no estúdio. A imagem desse *Ipad* foi conectada com o sistema da emissora e exibida em tempo real.

O repórter Lucas Barros relatou que utilizou o próprio *smartphone* para fazer a conexão com a emissora por meio de uma conexão sem fio (4G). Ele disse também em entrevista semiestruturada que chegou cedo ao Maracanã (local da abertura das Olimpíadas) e que fez os testes com a equipe de engenharia da emissora para o sinal estivesse o mais perfeito possível.

Para o repórter, a entrada ao vivo foi bastante satisfatória, embora ainda tenha observado que a qualidade da câmera do *smartphone* deixe a desejar em comparação com as filmadoras profissionais, usadas pelas equipes da emissora. Ainda assim, ele conseguiu vislumbrar os dispositivos

móveis e as redes sem fio com algo fundamental para as produções jornalísticas televisivas, fazendo uso, inclusive, em suas matérias atualmente.

Apropriando-se das características ubíquas que as tecnologias portáteis e redes sem fio oferecem, o *Bom Dia Paraíba* conseguiu trazer a notícia do começo das Olimpíadas no Rio de Janeiro aos seus telespectadores. A sensação de mobilidade passada pelo telejornal, acrescida dos elementos de geolocalização e que compõe a visualidade de quem está assistindo, reconfiguram a informação, permitindo novas possibilidades ao jornalismo televisivo.

O jornalismo móvel também pode ser usado para conteúdos jornalísticos que não tenham uma urgência no prazo de veiculação. Foi o que constatamos ao analisar o terceiro material deste estudo.

A repórter de cultura da *TV Cabo Branco*, Giovanna Ismael, em entrevista semiestruturada relatou que já estava com os ingressos comprados para participar do festival *Lollapalooza*, que costuma reunir bandas de *rock alternativo*, *heavy metal*, *punk rock*, entre outras. O festival foi realizado nos dias 25 e 26 de março de 2017, no autódromo de Interlagos, em São Paulo. Desta vez, partiu da repórter a iniciativa de oferecer a produção de conteúdo à emissora.

Foram dois dias de gravação como repórter *MoJo*, fazendo entrevistas e coletando imagens que resultaram em uma reportagem com dois minutos e 42 segundos de duração e que entrou no último bloco da edição do dia 29 de março de 2017 (**Figura 3**). A reportagem teve como tema localizar os paraibanos que estavam acompanhando o festival em São Paulo.

O material foi gravado nos dias 25 e 26 de março (sábado e domingo) de 2017, em São Paulo, e Giovanna Ismael retornou a João Pessoa apenas no dia 28 de março (terça-feira) de 2017, dia também em que o material chegou à redação para ser editado. Caso se prolongasse o tempo para a exibição, certamente, perderia a atualidade do conteúdo.

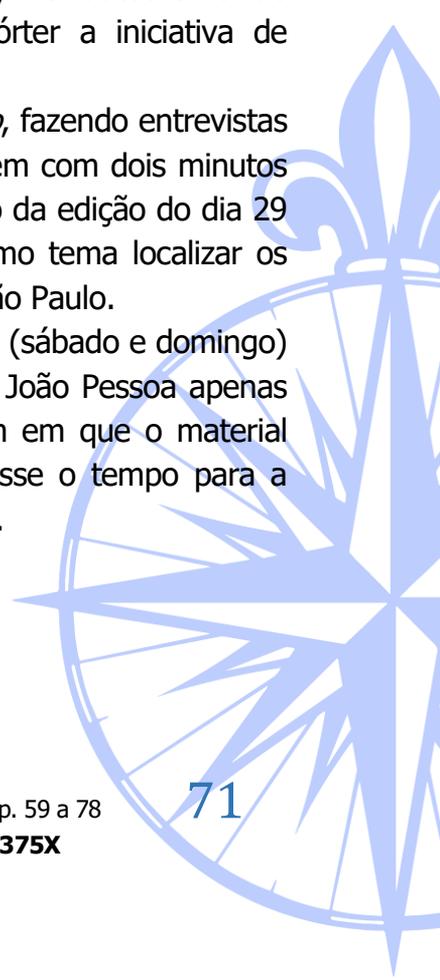


Figura 3: Repórter Giovanna Ismael fazendo a cobertura do *Lollapalooza*



Fonte: G1 Paraíba.

Para a captação das imagens e das entrevistas, Giovanna Ismael usou o próprio celular e uma câmera *GoPro* (uma câmera portátil que permite manuseio individual para a gravação de vídeos). As imagens foram usadas em “primeira pessoa”. Essa técnica permite que o telespectador tenha o mesmo ponto de vista que o repórter da cena.

Já as sonoras (entrevistas feitas pela repórter) foram em terceira pessoa, ou seja, mostrando a interação da repórter com os entrevistados. A possibilidade de usar os dispositivos móveis para fazer as entrevistas trouxe facilidade, segundo conta a repórter em entrevista semiestruturada:

Seria muito mais cansativo se tivesse uma equipe junto comigo. Seria outro ritmo. As pessoas ficariam tímidas também na hora de falar comigo como acontece muito. Diferente de você ali com o celular, no chão, e conversar com o povo, do que você ali com aquela câmera gigante, com o microfone na mão. Então tem essa proximidade também com as pessoas, menos invasivo quando você chega com uma câmera pequena na mão, uma *GoPro*, com o celular (informação verbal).

O material foi levado para a ilha de edição para a montagem. Não foi gravado *off* (texto escrito para ser sobreposto por imagens), já que toda a reportagem foi registrada em “câmera aberta”, que no jargão jornalístico significa que a repórter fez toda a captação direta de imagens e áudios, entrevistando pessoas e realizando passagens (gravando várias participações em que aparece olhando diretamente para a câmera, no local do fato). Para ilustrar a reportagem, também foram utilizadas imagens oficiais do festival retiradas diretamente do *site* do evento, como vídeos das bandas que participaram do *Lollapalooza*.

Luís Sousa, editor do Bom Dia Paraíba, na época, relatou em entrevista semiestruturada que revisou o material produzido pela repórter. Ele não apenas aprovou a forma como foi feita a reportagem, como também vislumbra as facilidades que esse tipo de ferramenta traz ao telejornalismo:

Essa questão da logística é muito complicada. E é onde, mais uma vez, essa questão da tecnologia vai facilitar, principalmente, *pra* essa questão das afiliadas, das emissoras locais, principalmente. O celular é muito fácil. Todo mundo *tá* com o celular. É cada vez mais fácil você ter um celular muito bom. Você vê celular que filma em 4k, que cabe na palma da mão. Então, você vai fazer imagens, você capta som muito bem, com internet muito boa, você leva *pra* qualquer lugar. Você faz transmissões ao vivo de qualquer lugar, capta imagens muito boas e com uma equipe reduzida (informação verbal).

Já a repórter Giovanna Ismael acredita que esse tipo de tecnologia propicia uma quebra nos padrões de produção no telejornalismo, mas prevê demora na expansão do uso por parte das emissoras de televisão, de uma maneira geral.

É que a tecnologia por si só não transforma o fazer jornalístico. É o uso que as emissoras e os próprios repórteres, editores e apresentadores fazem dela é que provoca essas mudanças. Depende do interesse e do incentivo em buscar novas formas de produzir conteúdos e interagir com o público.

O uso da tecnologia que as pessoas que não trabalham nas emissoras fazem da mesma também têm uma grande influência nesse processo. As empresas de comunicação estão atentas a isso e têm se adaptado, nos últimos anos, criando ferramentas de interação, como números de *WhatsApp* (aplicativo de celular), por exemplo, para receber conteúdo direto do público (vídeo, fotos, mensagens de texto).

No caso específico da reportagem sobre o *Lollapalooza*, a proposta de demonstrar como foi o festival (com os telespectadores tendo a mesma visão que a repórter, “em primeira pessoa”) pôde ser aplicada graças ao interesse da repórter, ao aceite da emissora e também por existir esse tipo de tecnologia que permite uma execução mais próxima do acontecimento.

Considerações finais

Percebemos que o jornalismo, em suas várias faces, procura tirar proveito do que essas tecnologias tendem a oferecer, seja por meio da oferta de conteúdo para novos consumidores e/ou usando essas tecnologias para produção de conteúdo.

O jornalismo móvel surge dentro do contexto de uma sociedade que aumenta consideravelmente seu consumo por informação, de certa forma, imediatista. Assim, o jornalista *MoJo* se apresenta para suprir essa necessidade da notícia de forma instantânea.

Na análise do primeiro material, o *stand up* feito pela repórter Rafaela Gomes, a instantaneidade que o modelo oferece tanto para a execução quanto para o envio do material produzido, foi relevante para que a notícia pudesse ser entregue em tempo hábil para exibição no telejornal.

As sucursais que contam com equipes reduzidas, uma grande extensão de cobertura e dificuldades de envio do material, ganham novas possibilidades com todos esses aspectos que o jornalismo móvel oferece. Isso permite agregar a produção de conteúdo noticioso das sucursais para as suas sedes. Foi o que ocorreu no primeiro material analisado, enviado, por celular, da cidade de Patos para a emissora localizada em Campina Grande.

Na segunda notícia analisada, a entrada ao vivo do repórter Lucas Barros, no Rio de Janeiro, o fator mobilidade oferecido pelas tecnologias móveis e redes sem fio permitiu que o formato ao vivo fosse pensado e executado de forma segura e satisfatória.

Essa possibilidade de entradas ao vivo, sem a necessidade de uma equipe completa (repórter, cinegrafista e equipe técnica responsável pelo sinal no local de captação), tendo apenas a figura do repórter, neste caso um *MoJo*, faz do jornalismo móvel uma opção viável para esse tipo de cobertura, à longa distância, sem a necessidade de interlocutores externos.

É claro que há algumas limitações também. Nesse caso, o repórter acaba se responsabilizando pela captação, que por ser ao vivo, pode implicar em perdas de informações visuais, que estejam se desenrolando, naquele instante, fora do campo visual dele.

Sobre a análise do material referente ao festival *Lollapalooza*, observamos que o trabalho demonstrou as facilidades que os dispositivos móveis podem oferecer para a execução de reportagens quando não há a configuração usual da equipe de reportagem (repórter, cinegrafista e auxiliar).

Mas a execução não é simples. Há a necessidade do repórter dominar as técnicas de captação de imagens e de som. É preciso saber, por exemplo, onde posicionar o entrevistado para evitar sombras muito intensas ou excesso de luz, quais enquadramentos utilizar e ainda cuidar para a cena estar com foco e para não aparecer marcas de empresas ao fundo. São conhecimentos que os repórteres, em geral, não precisam se preocupar quando estão ao lado de cinegrafistas.

Como repórter *MoJo*, se eles falharem em alguma imagem, nem sempre será possível resolver durante o processo de edição. O conteúdo poderá ser descartado. No caso da reportagem sobre o festival, foi possível perceber o domínio dessas técnicas pela repórter.

De maneira geral, analisando o *stand up*, a entrada ao vivo e a reportagem e as entrevistas semiestruturadas, pudemos elencar três características que fazem com que os recursos propiciados pelo jornalismo móvel sejam empregados nas produções jornalísticas do *Bom Dia Paraíba*:

- a) *Instantaneidade*: a possibilidade de ter o fato, no momento do acontecimento, seja por imagens gravadas ou vivo, faz com que o telejornal possa transmitir a notícia de forma segura e com o recurso imagético, estabelecendo uma relação de confiança entre o telejornal e o seu público.
- b) *Mobilidade*: a possibilidade de se fazer presente nos locais dos acontecimentos, mesmo sem a logística de uma equipe usual de reportagem, faz com que o telejornal demonstre uma abrangência de cobertura de fatos e acontecimentos.
- c) *Versatilidade*: a possibilidade de cobertura de notícias, mesmo sem os equipamentos usados habitualmente nas produções jornalísticas televisivas (câmeras e microfones profissionais), abre opções no momento de planejar e executar os assuntos a serem noticiados.

Observamos ainda que o uso dos dispositivos móveis e redes sem fio, dentro do *Bom Dia Paraíba*, ocorre de forma optativa às rotinas produtivas convencionais. Não é pensada como um modelo para produções exclusivamente planejadas para o seu uso. Funciona como uma ferramenta de apoio para as produções de pautas e ocupa ainda pouco espaço dentro do telejornal, como um todo, levando em consideração que o mesmo possui 80 minutos, em média, de produção diária, e não são todas as edições que contam com notícias feitas dessa forma.

Entretanto, as produções realizadas com ajuda dessas tecnologias demonstraram a capacidade de não apenas suprir necessidades isoladas, mas de se pensar em modelos fixos para a sua aplicabilidade.

A velocidade com que o jornalismo móvel vem crescendo, através das inovações das ferramentas, tende a fazer com que ganhe mais espaço e dessa forma seja um elemento a mais, podendo ser aplicado em produções específicas para esse modelo jornalístico.

É um assunto que merece ser acompanhado de perto. Existem outras questões que devem ser observadas a respeito do assunto, entre elas, o impacto dessas tecnologias nas redações e se representam ou não uma ameaça para determinadas categorias, como a dos cinegrafistas e dos profissionais de engenharia das emissoras. É preciso saber ainda se a

utilização pode ou não representar uma sobrecarga de trabalho para os repórteres, que acabam acumulando mais funções. Fica a sugestão para que essas abordagens sejam analisadas em estudos futuros sobre o tema.

Referências

BARBOSA, Suzana; SEIXAS, Lia. Jornalismo e dispositivos móveis. Percepções, usos e tendências. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (Org.). **Jornalismo e Tecnologias Móveis**. Covilhã: Labcom, p. 51-73, 2013.

CANAVILHAS, João; SANTANA, Cavalhari S. Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia a emancipação. São Paulo: **Revista Líbero**, vol. 14, nº28, p. 53-66, 2011.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **28ª pesquisa anual do uso de TI, 2017**. Disponível

em: <<http://eaesp.fgvsp.br/sites/eaesp.fgvsp.br/files/pesti2017gvciappt.pdf>>. Acesso abril de 2017.

HERSCOVITZ, Heloisa Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

LEMOS, André. **Cibercultura e mobilidade**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465>>. Acesso maio de 2017.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O Texto na TV**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SILVA, Fernando Firmino da. Mobilidade Convergente - Abordagem sobre a prática e os estudos do jornalismo móvel. In: **Ícone** - Revista do PPG em Comunicação da UFPE, v. 11, no 2, dezembro de 2009. p. 1-18

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital**: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. Salvador: 2013.

SILVA, Fernando Firmino da; RODRIGUES, Adriana A. In: BARRETO, Emília; BARRETO, Virgínia Sá; PAIVA, Cláudio Cardoso; MOURA, Sandra;

Fabiana Cardoso de **SIQUEIRA** • Wanderson Rosendo da **SILVA**

SOARES, Thiago. **Mídia, tecnologia e linguagem jornalística**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2014.

SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. O telejornalismo em transformação: os formatos da notícia na era digital. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska. **O Brasil (é)ditado**. Florianópolis: Insular, 2012.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.



DOI: 10.22478/ancora.v5n1p79-95

O QUE DIZEM AS FONTES? O acesso disruptivo ao radiojornalismo como estratégia dos estudantes na ocupação de escolas em 2016

WHAT DO THE SOURCES SAY? Disruptive access to radiojournalism as a strategy for students in school occupation in 2016

Luã José Vaz CHAGAS¹

Universidade Estadual do Rio de Janeiro | Brasil

Resumo

O artigo é resultado de uma investigação realizada no período de ocupação das escolas paranaenses no mês de outubro de 2016. O objetivo foi analisar a percepção dos estudantes sobre a cobertura enquanto fontes jornalísticas e as estratégias de divulgação das ações nas instituições ocupadas. O estudo ainda explora as fontes utilizadas sobre a ocupação em emissoras de rádio de sete regiões polos do Estado. Com base nos conceitos de acesso ao jornalismo (MOLOTCH e LESTER, 1999) e rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016), verificou-se a utilização dos portais das emissoras como plataformas de consumo de notícias sobre o movimento e as diferentes vozes selecionadas durante a cobertura das emissoras.

Palavras-chave

Jornalismo; Fontes; Estudantes; Radiojornalismo; Ocupações; Rádio expandido.

Abstract

The article is the result of an investigation carried out in the period of occupation of the schools of Paraná in October 2016. The objective was to analyze the students' perception about the coverage as journalistic sources and the strategies of dissemination of the actions in the institutions occupied. The study also explores the sources used on the occupation of radio stations in seven regions of the state. Based on the concepts of access to journalism (MOLOTCH and LESTER, 1999) and expanded radio (KISCHINHEVSKY, 2016), it was verified the use of the portals of the stations as platforms for the consumption of news about the movement and the different voices selected during the coverage of broadcasters.

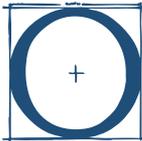
Keywords

Journalism; Sources; Students; Radiojournalism; Occupations; Expanded radio.

RECEBIDO EM 27 DE MARÇO DE 2018
ACEITO EM 12 DE ABRIL DE 2018

¹JORNALISTA. Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Mestre em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor) da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Bolsista Faperj Nota 10.

Introdução

 artigo é resultado de uma pesquisa realizada no período de ocupações das escolas paranaenses, no mês de outubro de 2016. Ao todo, o movimento chegou a 2.114 escolas no país, além de 14 universidades. Somente no Paraná, foram ocupadas 850 instituições secundaristas e nove campi de ensino superior. As ações entraram para a história do país como uma forma de resistência estudantil comandada por adolescentes entre 15 e 17 anos. Entre as reivindicações estavam a retirada da Medida Provisória 746, que altera o formato do ensino médio no país, e a Proposta de Emenda à Constituição que congela investimentos públicos por 20 anos.

O objetivo da pesquisa foi perceber o tratamento das reportagens ligadas ao tema quanto à pluralidade e diversidade de vozes e a percepção dos jovens que atuaram como fontes sobre a cobertura. O trabalho verifica as estratégias adotadas para o acesso aos meios de comunicação, seja ele disruptivo na organização de manifestações (MOLOTCH e LESTER, 1999) ou então na utilização das redes sociais e outras tecnologias para divulgar as ações do movimento de ocupação. Para isso, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com 20 estudantes de diferentes instituições ocupadas, além de uma análise sobre as produções jornalísticas disponibilizadas nos portais de emissoras de sete regiões polos do Paraná: Band News FM (Curitiba), CBN (Maringá), Cultura AM (Guarapuava), Rádio T (Ponta Grossa), CBN Capital (Cascavel) e CBN (Londrina).

A hipótese é de que um dos princípios das relações entre jornalistas e fontes na chamada hierarquia da credibilidade (TRAQUINA, 2005; HALL et al, 1999) é mantida para a escuta de vozes oficiais (GANS, 1980) em detrimento da pluralidade e da diversidade. Assim, a pesquisa propõe reflexões sobre os processos específicos de seleção das fontes no radiojornalismo e classificações que explorem as condições vivenciadas pelo meio. As formas com que as rotinas de produção organizam o tempo e o espaço para a cobertura (TUCHMAN, 1983) e a ausência do jornalista do palco dos acontecimentos (LOPEZ, 2010), ou o jornalista sentado (NEVEU, 2006), são partes de novas condições profissionais permeadas pela falta de pessoal nas redações e a velocidade crescente de produção informativa para variadas plataformas.

O espaço de produção das reportagens escolhidas para análise nas sete emissoras paranaenses é parte da compreensão sobre Rádio Expandido. Segundo Kischinhevsky (2016), o meio extrapola as ondas hertzianas e está presente no dispositivo tradicional, mas também na internet em portais e aplicativos, TV por assinatura, por cabos ou então via satélite, nas mídias sociais e em serviços digitais abertos ou por assinatura. Essa é a realidade do radiojornalismo que, na Fase da Multiplicidade da Oferta (BRITTOS, 2002) é parte de uma convergência profissional, tecnológica, profissional e de conteúdos (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010). Questões estas que influenciam diretamente na compreensão sobre o rádio hipermidiático, onde diante das múltiplas tarefas e funções, formatos e fluxo de informação, o jornalista se ausenta do palco dos acontecimentos (LOPEZ, 2010).

As fontes e o acesso à cobertura jornalística no Rádio Expandido

Nas discussões sobre o rádio e suas especificidades, parte-se do pressuposto de que o meio na atualidade é constituído de diferentes linguagens, gêneros, estilos e dispositivos técnicos que promovem sentidos para a sociedade (FERNANDEZ, 2008). As diversas formas de apreensão informativa proporcionam pensar o rádio para além de uma linguagem única ou unidirecional, ou até mesmo defini-lo a partir da transmissão em tempo real ou não. Desta forma, pretende-se aqui pensar o rádio como um meio que extrapola as ondas hertzianas e, expandido, está presente no aparelho tradicional, mas também nos dispositivos móveis, TV por assinatura, nos inúmeros portais da internet, nas redes sociais, entre outros espaços de escuta ao vivo ou sob demanda.

Circunscrever o rádio às ondas eletromagnéticas é condená-lo a um papel cada vez mais secundário diante do crescimento da internet comercial e do processo de convergência de mídias. No início do século 21, escuta-se rádio em ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada, mas também na TV por assinatura, via cabo, micro-ondas ou satélite, em serviços digitais abertos e por assinatura, e via internet, de múltiplas formas. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 43)

Circunscrever o rádio às ondas eletromagnéticas é condená-lo a um papel cada vez mais secundário diante do crescimento da internet

comercial e do processo de convergência de mídias. No início do século 21, escuta-se rádio em ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada, mas também na TV por assinatura, via cabo, micro-ondas ou satélite, em serviços digitais abertos e por assinatura, e via internet, de múltiplas formas. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 43)

Outra abordagem é que Fidler (1998), a partir do conceito de midiamorfose, pressupõe que o surgimento de novos meios não se dá de maneira espontânea e independente. Segundo ele, as novas experiências aparecem de forma gradual nas modificações e adaptações dos meios antigos, coexistindo com aquelas que já estão em desenvolvimento. Dessa forma, Ferraretto e Kischinhevsky (2010, p. 175-176) aplicam no rádio os seis princípios de midiamorfose desde o surgimento da TV até os dispositivos digitais proporcionados pela internet:

- 1) *Coevolução e coexistência* com o novo, no caso a TV e suas diferentes formas, assim como a internet.
- 2) *Metamorfose*: o surgimento da TV e da internet são mostras da incorporação de diferentes percepções sensoriais, como é caso do áudio mais imagem, ou de todos eles em um só na web. Com isso, o rádio busca a segmentação em um primeiro momento fugindo da concorrência com a televisão e agora insere-se nos portais da internet oferecendo todas as potencialidades que o meio carrega.
- 3) *Propagação*: Em um primeiro momento os conteúdos são transpostos para a TV e nos últimos anos, portais, webrádios, canais de *podcasting* possuem no áudio, bases de para a transmissão de conteúdos na internet.
- 4) *Sobrevivência*: a inserção do rádio na internet, no celular, nos dispositivos móveis e seu conjunto de aparatos fazem parte do processo de adaptação nos quais estão inseridos.
- 5) *Oportunidade e necessidade*: Característica marcada pelas novas possibilidades proporcionadas pela banda larga, transmissão de dados na terceira e quarta geração, além da decadência da amplitude modulada que leva a migração das

emissoras para a frequência modulada.

- 6) *Adoção postergada*: “novas tecnologias sempre tardam mais do que o esperado para se converterem em êxitos comerciais” (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010).

Diante disso, é necessário olhar para como o processo de produção jornalística está inserido nestes marcos do rádio expandido, e por sua vez, carrega desafios em tempos de remediação e midiamorfose (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010). Essa é uma das características chave da compreensão em torno do rádio hipermidiático. Segundo Lopez (2010), o jornalista é compelido a integrar e se adaptar a novas dinâmicas, além de compreender e utilizar as ferramentas com agilidade. Salaverría e García Avilés (2008) argumentam neste sentido que as empresas recorrem de sucessivos cortes de gastos com correspondentes, novas contrações e concentram o trabalho jornalístico na sala da redação. Com isso, o processo produtivo se torna cada vez mais homogêneo e dependente de agências, entrevistas telefônicas e da internet, nem a necessária diversidade informativa, apuração e independência das fontes.

Lopez (2010, p. 118) constata que ao intensificar a “apuração de redação, o contato com as fontes é reduzido, assim como a capacidade do jornalista de contar uma história a partir da descrição e da exploração dos cenários sonoros e suas impressões do acontecimento”. Nesta lógica, o uso de novas tecnologias é permeado por consequências diretas de problemas que envolvem novas posturas profissionais dentro da redação (NEVEU, 2006). Para Meditsch (2010), independente da plataforma, a instituição representada pelo radiojornalismo permanece, mesmo que arranhada pela crise, mas com a necessária reflexão sobre a manutenção dos valores que a tornam um produto necessário para a sociedade e à democracia.

Os constrangimentos organizacionais que atuam nas redações de radiojornalismo expressam as condições de trabalho, que agregam os valores profissionais e influenciam na seleção e escolhas de fontes (BREED, 1999). E assim como destaca Tuchman (1983), que as decisões que emanam do profissionalismo são também resultados das necessidades da organização. Neste sentido, a situação pela qual passa o jornalismo com demissões e a diminuição do número de profissionais nas redações

com o aumento do número de tarefas provocam questões como a emergência do jornalista sentado (NEVEU, 2006; PEREIRA, 2004).

A situação profissional vivenciada pelos jornalistas colide com conceitos como jornalismo audiovisual de qualidade enquanto construção de conhecimento que passa pela pluralidade e a diversidade de vozes nas informações (BECKER, 2008). Porto (2007) coloca este ponto como central na possibilidade de garantir uma ampla interpretação dos meios com a exposição de diferentes marcos interpretativos das fontes nas informações. Para Moraes (2012) é preciso separar a pluralidade, como a escuta de diferentes instituições da sociedade civil organizada e a diversidade que compreende o conjunto de vozes presentes nas esferas sociais.

No dia a dia, o jornalista possui uma infinidade atores sociais presentes nos acontecimentos para a cobertura noticiosa, porém a permanência de setores oficiais ou oficiosos é recorrente como apontam Hall et al (1999) ao destacar fontes primárias e secundárias. A base de análise é construída a partir de um conjunto de classificações destas vozes nas teorias do jornalismo em diferentes aspectos, como Pinto (2000), Lage (2001) e Schimitz (2011). No rádio, Ferraretto (2001) as divide em internas, que compreendem as equipes de reportagem, enviados especiais, editores, correspondentes, apuração dentro da redação; e externas que são assessorias de imprensa, agências de notícias, informantes e a internet. Para Rutilli (2014) é necessário olhar para as fontes no ambiente digital que passaram a apropriar-se de ferramentas para a conquista de lugares de fala na internet, além da própria busca pelos jornalistas nas redes sociais.

Molotch e Lester (1999) colocam nas fontes o protagonismo da promoção dos acontecimentos a partir dos processos que envolvem a disputa das problemáticas públicas. Para os autores, a existência de questões em torno dos relatos demonstra a necessidade de acontecimento (event needs) e a busca por um impacto público como efeito multiplicador social dos criadores de notícias. Assim, três agentes são responsáveis pela construção dos acontecimentos: a) News Promoters: fontes oficiais ou oficiosas que promovem essas notícias ou indivíduos que tornam possíveis observar uma questão; b) News Assemblers: jornalistas e produtores da notícia; c) News Consumers: consumidores da informação.

Essa desigualdade de posições também pode ser encontrada nas classificações propostas por diversos autores das Teorias do Jornalismo

(CHAGAS, 2017). Pinto (2000) define estes agentes como pessoas, grupos, instituições, vestígios, falas, documentos, preparados, construídos ou não, e recorrem aos jornalistas com táticas específicas: “As fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, para quadros espaço-temporalmente situados” (PINTO, 2000, p. 290). Lage (2001) organiza as fontes de natureza mais ou menos confiável: pessoais, institucionais, documentais ou então oficiais, oficiosas e independentes, ou então primárias ou secundárias.

Schimitz (2011) as divide em oficiais, empresariais, institucionais, populares, notáveis, testemunhais, especializadas e de referência. O autor ainda propõe uma ação das fontes, que podem ser divididas em: a) proativa: nível de profissionalização e aprimoramento de ações estratégicas; b) ativa: agem ativamente criando canais de rotina, material de apoio aos jornalistas e tem regularidade no relacionamento com a mídia; c) passiva: quando não alteram sua natureza, no caso de fontes documentais ou de referência ou quando fornecem estritamente informações solicitadas; d) reativa: mantém uma posição inerte, desconfiada da imprensa ou age discretamente.

Essa divisão contribui para nosso foco relacionado à promoção dos acontecimentos públicos, como o caso do Movimento de Ocupação de Escolas no Paraná. Há, neste sentido, um interesse por parte dos estudantes na ocorrência que se torne uma utilidade pública na manifestação contra a PEC 241/55² e a MP 746³, por outro lado, interesses na prevenção desta ocorrência em outras escolas por parte dos governos Federal e Estadual. Segundo Molotch e Lester (1999) há quatro tipos de acontecimentos: a) rotina: produzidos intencionalmente pelas fontes; b) escândalos: também de rotina, mas foge do controle das fontes; c) acidentes: não se realiza intencionalmente; d) serendipity ou descoberta: um misto de rotina e acidente, promovido pelos jornalistas.

Como acontecimentos de rotina, as ocupações são partes de um conjunto de estratégias de acesso ao jornalismo e por sua vez a promoção de ocorrências. Essa possibilidade se dá por três formas, como já apontado em Kischinhevsky e Chagas (2017): a) quando os promotores

²PEC 241 aprovada em duas sessões na Câmara dos Deputados que institui um teto para os investimentos públicos pelos próximos 20 anos, inclusive em áreas como educação e saúde. No Senado Federal ela será chamada PEC 55, prevista para entrar na pauta de votação entre novembro e dezembro.

³Medida Provisória 746 que reforma o ensino médio, secundário e técnico no Brasil, pelo qual os estudantes, professores e sociedade civil organizada reivindicam mais discussões públicas sobre o tema.

tem acesso habitual à mídia, como é o caso de fontes oficiais, altos funcionários do governo, declarações presidenciais; b) acesso disruptivo, na qual os acontecimentos promovidos tornam-se um problema para os poderosos em manifestações, ocupações e outras atividades das fontes; c) acesso direto com a investigação de dados promovidas pelos jornalistas com a criação de novas ocorrências (MOLOTCH e LESTER, 1999).

Ao lado das diferenças de acesso e a contínua preferência por fontes oficiais (TRAQUINA, 2005), verificou-se também no caso da BandNews (KISCHINHEVSKY e CHAGAS, 2017) que há um processo de institucionalização e profissionalização destes sujeitos, que se capacitam para produzir acontecimentos, gerar conteúdos e interferir na pauta informativa, além de utilizar esse ambiente para agir e interagir no mundo, reconhecendo o jornalismo em espaço público de conflitos (CHAPARRO, 1994). A internet agrega esse conjunto de estratégias e o ciberespaço se torna fonte para os jornalistas, promovendo alterações em sua natureza e no próprio sistema de produção (MACHADO, 2003). Assim, analisar as fontes na cobertura informativa e suas estratégias de ação implica reconhecer a possibilidade de novas classificações no momento atual vivenciado pela prática jornalística radiofônica.

O que dizem as fontes?

O protocolo metodológico de análise dos dados no artigo resulta de um esforço de reunir duas compreensões sobre a produção de notícias no período das ocupações: a visão dos estudantes que atuaram como fontes na cobertura e como foram utilizadas as vozes ao longo dos materiais das emissoras. No mês de outubro de 2016, foram coletadas 109 notícias nos sites das sete emissoras a partir de buscas nas palavras chave Estudantes, Ocupação, Escolas⁴. A escolha sequencial tem o objetivo de situar os acontecimentos enquanto fontes e promotores, o movimento organizado e a instituição parte do processo. Em todos os sites foram encontradas reportagens em áudios e textos, o que reflete a inserção das emissoras para além da plataforma hertziana e no contexto do rádio expandido.

A escolha da coleta nos sites também é resultado das entrevistas com 20 estudantes de diferentes escolas, na qual todos afirmaram ouvir as reportagens por meio de portais, perfis em redes sociais e notícias

⁴Os sites das emissoras foram os seguintes: Band News FM Curitiba (www.bandnewsfmcuritiba.com), CBN Maringá (www.cbnmaringa.com.br), Cultura AM Guarapuava (www.centralcultura.com.br), Rádio T Ponta Grossa (www.fmtropical.com.br), CBN Cascavel (www.cbncascavel.com.br) e CBN Londrina (www.cbnlondrina.com.br).

compartilhadas. A variável utilizada para a escolha dos estudantes (DUARTE, 2006), reflete as coordenações dos movimentos nos colégios estaduais Antônio Tupi Pinheiro, Mahatma Gandhi, Francisco Carneiro Martins e Dom Pedro, todas situadas na cidade de Guarapuava (região central do Paraná). Não serão identificados os entrevistados da pesquisa.

As entrevistas semi-estruturadas, como protocolo metodológico, insere-se no momento da coleta de dados objetivos e subjetivos, como forma tradicional nas pesquisas das ciências sociais (CRUZ NETO, 2002). As entrevistas visam explorar o espectro das opiniões dos estudantes sobre diferentes representações no cotidiano da cobertura sobre as ocupações. Como afirma Gaskel (2002, p. 65), a partir destes dados é possível compreender detalhadamente o sistema de valores, crenças, atitudes que fazem parte da comunidade interpretativa, suas motivações e contextos que envolvem o cotidiano vivenciado.

As entrevistas tiveram como foco verificar os modos de acesso aos materiais noticiosos por parte dos estudantes como fontes, o acesso disruptivo ao temário jornalístico e suas estratégias de divulgação dos atos relacionados ao movimento. Em todos os casos, os meios de consumo de notícias passam prioritariamente pelas redes sociais, seguidos de TV e rádio, para avaliar a situação local relacionada às ocupações. A divisão dos resultados das entrevistas é organizada em três áreas relativas ao interesse na promoção dos eventos em torno da utilidade pública: 1) estratégias de divulgação e acesso ao jornalismo; 2) percepções sobre a cobertura da ocupação; 3) ações que gostariam que fossem abordadas. No primeiro caso, as estratégias são consensuais na importância dos materiais noticiosos para o conjunto da população. Segundo o estudante J. C. (16), o movimento organizou ações diárias divulgadas nas páginas do Facebook do Colégio Francisco Carneiro Martins⁵, área central da cidade, mas que refletem pouco nas notícias. J. O. (16) também destacou que há coletivos de comunicação com o objetivo de sensibilizar, ligar e ir atrás dos meios com sugestões de materiais ou então com a agenda do movimento. Os relatos passam em sua maioria pela utilização das redes sociais como foco principal e o uso para mobilizar a opinião pública e assim, chegar aos radiojornais com assuntos sobre a ocupação na ótica dos estudantes.

⁵A página foi atualizada com imagens das ações realizadas como limpezas, rodas de estudo, além de notas explicativas sobre os motivos da ocupação. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ocupacarneiro/?fref=ts>>

Eu vejo que a melhor estratégia é dar entrevistas para a mídia, mostrar as atividades que são feitas durante o dia, principalmente sobre os pontos chave. Como eu disse, no horário dos dois telejornais, além de muitas matérias falarem sobre a ocupação sem entrevistar os estudantes, o governo ainda divulga propagandas pedindo para os alunos desocuparem as escolas. Esse é o horário nobre que os pais estão nas escolas, e através destes jornais podemos chegar aos pais e aos comerciantes, para verem o que está sendo desenvolvido, agora isso não depende só da gente né (sic), até estamos aqui querendo ser ouvidos, mas isso aconteceu uma vez. (A. C., 16 anos).

Quanto a percepção sobre a cobertura, a maioria (18 estudantes) relacionaram a cobertura que consideravam distorcida com a ausência de jornalistas no local das ocupações. Para L. D. (17), as notícias não refletem o que acontece dentro das escolas porque poucos jornalistas foram até o Dom Pedro I (escola localizada no interior do município) e quando vão, apenas abordam pessoas contrárias ao movimento. A aluna A. B. (18) argumentou que os manifestantes estavam à disposição para falar sobre reivindicações e mesmo assim não haviam interessados em entrar na escola. No Antônio Tupy Pinheiro, E. B. (15) disse que todas as notícias que viram em conjunto com os colegas na ocupação não mostravam os argumentos da manifestação.

Na maioria das vezes, eles colocam os alunos como baderneiros ou então alunos que não tem a mínima noção do que estão fazendo. Ainda mais com essa propaganda do governo dizendo que as crianças do Paraná estão sendo doutrinadas e não sabem o que estão fazendo. Pelo contrário, sabemos muito o que estamos fazendo, e isso é um jeito de queimar o nosso nome na mídia e o povo todo assiste jornal, estão nas redes sociais, por isso, e podem achar que isso está correto e na realidade não. Por isso temos que atuar também nesse sentido da comunicação. (L. A., 17 anos)

As ações que gostariam que fossem abordadas envolvem desde "aulões" realizados dentro das escolas ocupadas com foco no Enem até mutirões de limpeza e arrecadação de alimentos. Para a estudante M. A. (19), os jornalistas editam e distorcem as falas dos estudantes, o que gera receio em entrevistas, mas que deveriam ser abordados assuntos como as oficinas e palestras dentro das instituições. Em alguns colégios, o movimento chegou a proibir a entrada de jornalistas após reportagens que

editaram a fala de estudantes. G. M. (17) relatou que os participantes deveriam ser ouvidos prioritariamente sobre os motivos e reivindicações apresentadas, o que não aconteceu na grande maioria das vezes.

Entre os dados que convergem com a pesquisa quantitativa está a percepção de que os estudantes não são fontes prioritárias nas notícias sobre o tema. Segundo a jovem A. F. (17), poucos alunos foram procurados na escola Mahatma Gandhi, uma das primeiras a serem ocupadas no Estado. Outra questão é a apresentada pelo aluno P. A. (16), em que a única forma de ser ouvido é organizando manifestações na rua e ocupando escolas, alinhando ao conceito de acesso disruptivo de Molotch e Lester (1999). As entrevistas revelam uma postura do movimento em deslocar as ações midiáticas para redes sociais e os contatos próximos com a ausência de uma cobertura que ouça os diversos lados presentes durante o período.

A coleta nos sites das emissoras no mês de outubro mostra uma preponderância de fontes oficiais nas sete principais regiões polos do Estado. Em um total de 109 reportagens coletadas sobre o assunto, foram ouvidas 178 fontes. Ao todo, 31 estudantes foram ouvidos diretamente e durante 10 vezes, o presidente da União Paranaense de Estudantes, Matheus dos Santos foi entrevistado. Já o Governo do Estado, fonte oficial e principal interessado na desocupação, esteve nas notícias durante 71 vezes, mais que o dobro das fontes consideradas populares. Os dados tornam evidentes a desigualdade no tratamento entre agentes com maior poderio econômico, social e até mesmo político no jornalismo.

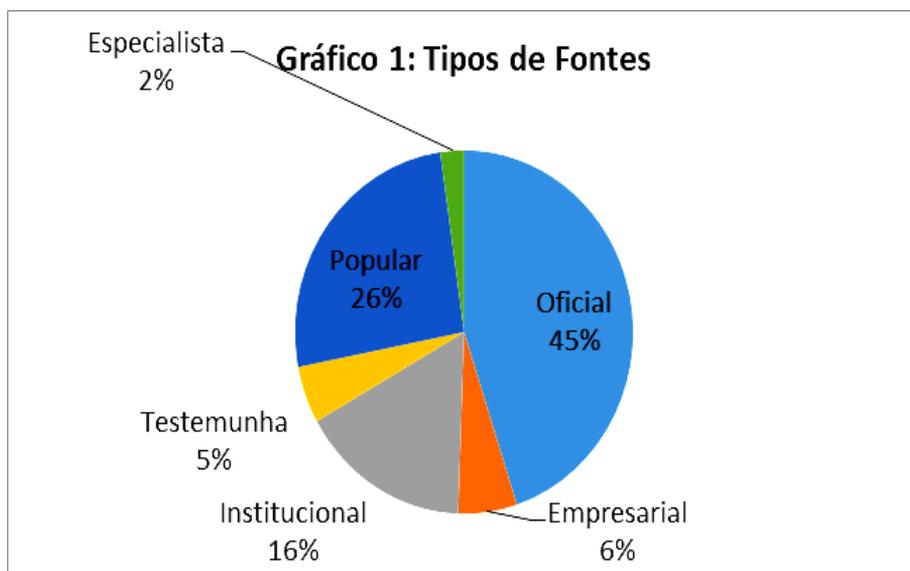
A formação da hierarquia da credibilidade, como ressaltam Traquina (2005) e Hall et al (1999) impõe uma referência de autoridade e afeta diretamente a construção noticiosa. A discussão a ser realizada é que este princípio nem sempre representa a dinâmica que envolve a diversidade de pontos de vista presentes na sociedade. O destaque de Moraes (2012), quando à escuta de diferentes vozes na esfera social condiz a possibilidades de interpretações diversas. A notícia, com fim último da promoção dos acontecimentos, torna-se um produto político que não instiga e problematiza a sociedade, mas repete as desigualdades promovidas pelos setores hegemônicos, independente da plataforma.

A classificação das fontes encontradas foi construída a partir das considerações de Lage (2001), Pinto (2000), Chaparro (1994), Schimitz (2011), Rutili (2014) e Ferraretto (2001). A frequência a ser considerada está dividida entre os seguintes tipos: a) oficial (representação do Estado

como um todo ou que representa alguém em função ou eleito para um cargo público); b) empresarial (a voz de um grupo comercial, da indústria, dos serviços ou do agronegócio); c) institucional (organizações sem fins lucrativos, grupos sociais, sindicatos e movimentos); d) testemunhal (que apresenta algo visto, ouvido ou testemunhado enquanto observador); e) popular (reúne pessoas comuns, que se apresentam como vítimas de determinada situação – um crime, uma injustiça, uma política pública ineficiente – ou lançam mão de táticas de espetacularização para conseguir visibilidade e reivindicar melhorias no seu cotidiano); f) especialista (profissionais com saber científico ou organização que possui conhecimento sobre uma determinada área); g) notável (escritores, artistas, esportistas, pessoas que desempenhem algo que possuam reconhecimento social); h) convergente (aplicativos de trânsito, clima ou outros dispositivos de acesso a informações, que oferecem às emissoras a possibilidade de crowdsourcing).

No primeiro aspecto radiofônico, quanto à divisão entre fontes internas e externas (FERRARETTO, 2001), houve um total de 76 materiais oriundos e assinados pelas redações e 33 casos de notícias utilizadas a partir de agências e assessorias de imprensa. Porém, foi possível perceber que mesmo em materiais produzidos pelos próprios jornalistas das emissoras, áudios disponibilizados pela assessoria do Governo do Estado, com o governador Beto Richa e outros secretários, foram utilizados em reportagens que seriam internas, mostrando a mistura e a edição e reedição de materiais oriundos das fontes oficiais.

Como mostra o **Gráfico 1**, a maioria das vozes ouvidas pela programação do mês de outubro foi de fontes oficiais (45%), seguida por populares (26%), que congrega estudantes participantes (31) da ação e outros atores presentes no momento como os próprios pais e ativistas que defendiam a volta às aulas. O tipo denominado institucional teve 16%, congregando o movimento Ocupa Paraná e líderes estudantis que possuem essa posição social apareceram que 28 vezes, além de sindicatos de professores e órgãos de classe como a OAB. Além disso, foram ouvidas empresariais (6%), testemunhas (5%) e especialistas (2%).



Fonte: Reportagens veiculadas nos sites das emissoras estudadas no período de 1 a 31 de outubro de 2016

A pesquisa demonstra a falta de pluralidade e diversidade como forma de equilíbrio sobre a cobertura informativa do movimento de ocupação dos estudantes. A construção do conhecimento, apontada por Becker (2008), em um jornalismo de qualidade não contempla este requisito na distribuição das vozes ao longo da cobertura. A preferência pela visão oficial sobre os movimentos prejudica a própria leitura dos eventos realizados. Há que se reconhecer a hegemonia da audiência em filtrar, a partir de suas leituras nas mediações destes processos. Porém, para além de um processo normativo, o acesso à informação na produção jornalística passa pela escuta das diferentes demandas do público, do reconhecimento das vozes e inserção dos sujeitos nesta narrativa em busca do interesse público.

A ação que envolveu o interesse direto e contraditório das vozes sobre a ação estudantil passa pelo tratamento igualitário dos enquadramentos informativos sobre o processo. A construção da notícia é parte da seleção das fontes que interpretam os acontecimentos. As reivindicações, da retirada de pauta da PEC 241/55 que congela os investimentos públicos em diversas áreas, como educação e saúde, e as mudanças no ensino médio sem discussão pública por parte do Governo Federal na MP 746 nem sempre são foco das reportagens analisadas. Em alguns casos, a ótica da cobertura é determinada pelas declarações

oficiais do Governo do Estado e por virtuais problemas acarretados pelas ocupações, como a ausência de aulas nas escolas.

Considerações finais

A intensidade da cobertura informativa na atualidade é resultado da difusão tecnológica e as amplas possibilidades do rádio expandido e hipermediático. Isso, por sua vez, leva à reflexão sobre as práticas jornalísticas no meio e o tratamento dado a estas reportagens. A construção da notícia no cotidiano das redações envolve uma análise específica sobre as condições de produção em tempos de convergência profissional, tecnológica, empresarial e de conteúdo. Na imensidão produtiva para diferentes plataformas, as características que permanecem na instituição jornalística, como critérios de seleção das fontes e de noticiabilidade ficaram, no caso das emissoras analisadas, à margem da desigualdade entre os agentes sociais ouvidos durante a ocupação.

Os dados revelam duas questões atuais nas pesquisas em radiojornalismo: 1) a inserção dos produtos noticiosos em portais e aplicativos para a circulação de conteúdos em diferentes polos econômicos e sociais; 2) e a dimensão provocada pelas novas condições de produção do jornalista sentado (NEVEU, 2006) e ausente do palco dos acontecimentos (LOPEZ, 2010) na escolha das fontes. Enquanto as vozes oficiais e corporativas se institucionalizam em assessorias de imprensa, agências e grupos de comunicação, as redações diminuem o número de profissionais impactando a possibilidade de uma produção noticiosa que contemple a diversidade social.

Por fim, o conjunto das classificações de fontes nas teorias do jornalismo se sobrepõe às considerações relacionadas ao rádio. Ainda é necessário repensar o posicionamento destes agentes no radiojornalismo, que aborde a natureza, o interesse e a ação das fontes de um lado e de outro a taxonomização como ponto de partida e escolha para a prática profissional nas redações. A não transparência da notícia enquanto produto veiculado ofusca as margens de leitura crítica com a falta de exposição clara entre fontes internas e externas, considerando a multiplicidade de aspectos que envolvem a cobertura noticiosa. A construção do conhecimento e a devida interpretação dos acontecimentos passam pelas ações dos sujeitos. Reconhecer nas fontes, a origem das notícias é parte da contribuição do jornalismo para a compreensão das ocorrências sociais do cotidiano.

Referências

- BECKER, Beatriz. Diversidade e pluralidade: desafios na produção de um telejornalismo de qualidade. In: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA (Orgs.). **Discursos e práticas de qualidade na televisão**. Lisboa: Novos Horizontes, 2008.
- BOLTER, Jay David, GRUSIN, Richard. **Remediation: Understanding new media**. Cambridge: MIT Press, 1999.
- BREED, Warren. Controle social na redação: uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999.
- BRITTOS, Valério Cruz. O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta. **Verso & Reverso**. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, ano 16, n. 35, p. 31-54, jul.-dez. 2002.
- CHAGAS, Luan J. V.. Entre fontes e jornalistas: interesses e disputas na cobertura do impeachment da presidenta Dilma Rousseff no radiojornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 76-88, out. 2017.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1994.
- CRUZ NETO, Otávio. O Trabalho de Campo como Descoberta e Criação. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. 21ª Ed, Petrópolis, RJ: Vozes; 2002.
- DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- FERNÁNDEZ, José Luis (dir). **La construcción de lo radiofónico**. Buenos Aires: La Crujía, 2008.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Suzzato, 2001.
- FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e convergência: Uma abordagem pela economia política da comunicação**. Revista Famecos, vol. 17, n. 3, set-dez, 2010.
- FIDLER, Roger. **Mediamorfosis: comprender los nuevos médios**. Buenos Aires: Granica, 1998.
- GANS, Herbert J. **Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time**. New York: Vintage, 1980.
- GASKEL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKEL, G. (orgs.). In: **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Guarechi. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

- HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos mídia. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo; CHAGAS, Luãn. Diversidade não é igual à pluralidade – Proposta de categorização das fontes no radiojornalismo. **Galáxia**, São Paulo, n. 36, p. 111-124, dez. 2017.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã: UBI/LabCom Books, 2010.
- MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.
- MEDITSCH, Eduardo. A informação sonora na webmergência: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia. In: MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de (orgs.). **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. SP: Ed. Senac-SP, 2010.
- MOLOTCH, Harvey & LESTER, Marilyn. A notícia como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999.
- MORAIS, Maria Elsa Sousa Costa e Silva de. **Pluralismo e diversidade nos media em Portugal: A blogosfera em rede**. Tese de doutorado (Doutorado em Ciências da Comunicação). Lisboa: Universidade do Minho, 2012.
- NEVEU, Érick. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.
- PEREIRA, Fábio Henrique. **O jornalista sentado e a produção da notícia online no Correio Web**. Em *Questão*, v. 10, nº 1, p. 2004.
- PINTO, Manuel. Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. In: *Comunicação e Sociedade*, 2000. Braga: Vol. 14 (1-2), p. 277-294, Universidade do Minho.
- PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- ROSSI, Michele. **Fontes como indicadores de qualidade no produto jornalístico: discussão em matérias sobre o conflito na fazenda buriti nos jornais O Estado e O Progresso**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Campo Grande: Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, 2013.

RUTILI, Marizandra. **Rotinas produtivas e relação com as fontes no rádio informativo em ambiente de convergência:** um estudo de caso de emissoras de Porto Alegre. Dissertação (Mestrado em Comunicação).

Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2014.

SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, J. A. **La convergencia tecnológica en los medios de comunicación:** retos para el periodismo. Trípodas, Barcelona: Universitat Ramon Llull, n. 23, p. 31-47, 2008.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias:** ações e estratégias das fontes no jornalismo. Florianópolis: Combook, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo Volume I:** Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia:** estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gili, 1983.



DOI: 10.22478/ancora.v5n1p96-110

MÍDIA NINJA, JORNALISMO CIDADÃO *ONLINE* E A PROFISSIONALIZAÇÃO DO JORNALISTA NO BRASIL

MÍDIA NINJA, ONLINE CITIZEN JOURNALISM AND THE PROFESSIONALIZATION OF JOURNALISM IN BRAZIL

Juliana Bulhões Alberto DANTAS¹
Universidade de Brasilia | Brasil
Priscila Dallva de Oliveira FALCÃO²
Queen's University | Canadá

Resumo

A Mídia Ninja, criada em 2013, é um coletivo de comunicadores que produz conteúdo jornalístico cidadão utilizando exclusivamente plataformas *online*. Refletir sobre o surgimento e a popularização do grupo no contexto da atual fase da profissionalização do jornalismo no Brasil é nosso principal objetivo com a investigação. Para a realização desse estudo de caso, traçamos uma linha histórica sobre o jornalismo profissional no Brasil; tratamos do contexto de surgimento do coletivo e suas características, trazendo aproximações ao termo jornalismo cidadão *online*; por fim, chegamos à conclusão que a Mídia Ninja, além de ser fruto da realidade digital, nasce, se populariza e desenvolve suas narrativas em um complexo contexto do mercado de trabalho jornalístico, sobre o qual discutimos no decorrer do trabalho.

Palavras-chave

Narrativas jornalísticas; Mídia Ninja; Movimento Social; Profissionalização do Jornalismo; Jornalismo Cidadão *Online*.

Abstract

The Mídia Ninja, created in 2013, is a collective of communicators who produces citizen journalistic content using exclusively *online* platforms. Reflecting on the emergence and popularization of the Mídia Ninja group in the context of the current professionalization of journalism will be our main objective with this research. For the accomplishment of this case study, we draw a historical line on professional journalism in Brazil; we deal with the context of the emergence of the collective and its characteristics, bringing approximations with the term *online* citizen journalism. Nevertheless, we reach the conclusion that the Mídia Ninja groups, besides being a product of our digital era, it is born, popularized and developed by using narratives in a complex context though the journalistic field - topic that we will also discussed throughout this paper.

Keywords

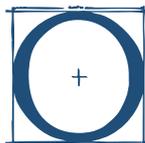
Journalistic narratives; Mídia Ninja, Social Movement; Professionalization of Journalism; Citizen Journalism *Online*.

RECEBIDO EM 21 DE MARÇO DE 2018
ACEITO EM 16 DE MAIO DE 2018

¹Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade de Brasília, linha Jornalismo e Sociedade. Mestra em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, jornalista e radialista pela mesma instituição. Email: julianabulhoes.ad@gmail.com.

²Mestranda em Estudos Culturais pelo Departamento de Filme e Mídia da Queen's University, Kingston, Canadá. Publicitária pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Email: pri_dallva@hotmail.com.

Introdução



coletivo Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação, mais conhecido como Mídia Ninja, foi fundado oficialmente no ano de 2013, durante o Fórum Mundial de Mídia realizado na Tunísia. Como seu nome sugere, o grupo tem como proposta produzir narrativas com foco no jornalismo cidadão, diferenciando-se da mídia tradicional hegemônica tanto na forma de produzir e veicular informações, quanto em relação às linhas editoriais.

As narrativas da Mídia Ninja, que para Motta (2007, p. 01) "são dispositivos argumentativos que utilizamos em nossos jogos de linguagem", são veiculadas no meio digital. Apesar de já ter sido objeto de estudo de inúmeras investigações (WALTZ, 2016; MAIA, 2016; BITTENCOURT, 2015; MARTINEZ; PERSICHETTI, 2015; OTHON; BOLSHAW, 2014; MALINI et al, 2014; VIEIRA, 2014), temos como objetivo principal da pesquisa refletir sobre a Mídia Ninja no contexto da profissionalização do jornalismo no Brasil.

Trata-se de uma pesquisa exploratória com base em pesquisa bibliográfica e em um estudo de caso sobre o movimento social Mídia Ninja no contexto da profissionalização do jornalismo no Brasil. De acordo com Gil (2008), realizar uma pesquisa desse tipo proporciona uma visão geral do objeto de estudo e é útil "especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis" (GIL, 2008, p. 43). Também se aplica o estudo de caso, método designado quando se visa obter um conhecimento amplificado acerca de um objeto de estudo, pois visamos "descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação" (GIL, 2008, p. 72).

Para a realização desse estudo de caso, traçamos uma linha histórica sobre o jornalismo profissional no Brasil, resgatando características desde o princípio do ofício, que data da chegada da coroa portuguesa no país, passando pelas suas principais regulamentações até chegar à fase atual de não obrigatoriedade do diploma, que dura de 2009 até os dias atuais. Em seguida, falamos do contexto do surgimento do coletivo e de suas características, trazendo aproximações ao termo jornalismo cidadão *online*. Por fim, traçamos conclusões com relação ao objeto de estudo.

Jornalismo no Brasil: de ofício secundário a profissão regulamentada

Para compreendermos aspectos da profissão de jornalista no Brasil, precisamos entender como era visto o ofício antes da profissionalização. Estabelecemos como marco inicial da imprensa brasileira o ano de 1808, quando foram publicadas as primeiras edições do Correio Braziliense e da Gazeta do Rio de Janeiro, jornais com públicos restritos tendo em vista o analfabetismo quase absoluto dos habitantes do país, que na época era ainda colônia de Portugal (HOHLFELDT, 2008).

Até então, ser jornalista era uma ocupação secundária, provisória, realizada para aumentar a renda, além de ser um meio para alcançar posições em outras esferas. A imprensa no Brasil era composta basicamente por panfletagem relacionada a lutas políticas e questões sociais, em contextos como o da independência e da proclamação da República. Segundo Petrarca (2005, p. 02), "nesse período os jornais eram fundados principalmente por escritores, padres, ex-militares, personagens políticos e revolucionários vinculados aos movimentos sociais e políticos do momento".

Na segunda metade do século XIX, a imprensa descaracteriza-se como totalmente política e passa a ser também literária; nesta época, ser jornalista era compatível com o status de ser escritor. A figura do repórter surgiu em meio à cobertura da guerra de Canudos, em 1897; este acontecimento consolida essa função jornalística e a reportagem em si (PETRARCA, 2005).

Na passagem do século XIX para o XX, os jornais começaram a tornar-se empresas jornalísticas de fato, com equipamento gráfico, aumento de tiragem, ampliação dos espaços para anúncios e valorização das entrevistas, reportagens e notícias, além do surgimento dos postos de editor, caricaturista e ilustrador. Assim, o ofício de jornalista foi deixando de ser secundário.

Em 1938 foi criada pelo governo Getúlio Vargas e pelos sindicatos de jornalistas de São Paulo e do Rio de Janeiro a primeira legislação sobre a profissão, o Decreto-Lei nº 910 de 30 de novembro de 1938. Em 1947, portanto nove anos após a primeira legislação instituir a criação das escolas de Jornalismo, foi aberta a primeira turma na Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, apontada como a pioneira no país, apesar dos

indícios de que houve outras iniciativas anteriormente (HIME, 2004; MOURA, 2002).

O período de governos do regime militar brasileiro, que durou de 1964 a 1985 (BRASIL ESCOLA, 2017), impactou o Jornalismo em diversas searas. A partir do golpe militar de 1964 houve uma maior interação entre a imprensa e a política governamental, inclusive em termos de investimento estatal. Em 1967 foi sancionada a Lei nº 5.250, de 9 de fevereiro de 1967, que regulava a liberdade de manifestação de pensamento e de informação.

Também conhecida como Lei de Imprensa, essa legislação foi utilizada pelo governo militar como instrumento de repressão à liberdade de imprensa e impedia o trabalho jornalístico no país. Vale ressaltar que em 2009 o Supremo Tribunal Federal revogou a Lei de Imprensa, uma das únicas legislações da época da ditadura que ainda estavam em vigor naquele ano. Mais de quatro décadas após sua publicação, ela "foi compreendida como elemento limitador da liberdade de expressão assegurada na Constituição" (MELO; COUTINHO, 2009, p. 202).

Apesar de todos os decretos já publicados, o Jornalismo tornou-se oficialmente uma profissão no Brasil em 1969, neste contexto de ditadura militar, com a publicação do Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969. Para Petrarca (2005, p. 14), o Decreto-Lei: "teve como uma das principais funções valorizar os cursos de jornalismo e impedir o exercício da profissão a pessoas que não eram formadas em cursos de nível superior". Ele foi complementado pelo Decreto-Lei nº 65.912, de 19 de dezembro de 1969.

A profissionalização passa a ser privilegiada e a efetivação da profissionalização torna-se um recurso diante do contexto de regime militar, tendo em vista que "a referência profissional constituiu uma forma dos intelectuais se organizarem como ator político capaz de, em nome de um conhecimento específico, remeter-se a uma racionalidade própria contra a tecnoburocracia do regime" (PETRARCA, 2005, p. 15).

Na década de 1980 a profissão de jornalista também foi marcada por modificações nos seus ambientes de trabalho. De acordo com Duarte (2011), a migração de jornalistas para áreas fora do mercado tradicional das redações se deu nessa época, quando se consolidavam as assessorias de imprensa no país. O autor relata que em 1993 o Sindicato dos

Jornalistas do Distrito Federal calculou em 50% os profissionais que atuavam em comunicação institucional.

Apesar de todos os esforços em busca da profissionalização, Petrarca (2005) acredita que este processo não está totalmente consolidado em função das ameaças à exigência do diploma que vinham sendo feitas há anos. Tais ameaças resultaram, no ano de 2009, na derrubada da exigência do diploma. O processo teve início em 2001, quando o Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (Sertesp) e o Ministério Público Federal (MPF) solicitaram que o governo deixasse de exigir o diploma, obrigatoriedade sustentada desde a legislação de 1969 (LOPES, 2013).

Vale ressaltar que, em meio a este processo do diploma, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) - representante da classe jornalística - estava à frente da criação do Conselho Federal de Jornalismo. A autarquia teria como função "defender o direito à livre informação plural, a liberdade de imprensa, a observância dos princípios éticos no exercício da profissão e o aperfeiçoamento do jornalismo" (FENAJ, 2017, p. 01), um projeto que existia desde 1965 e que, no entanto, não foi aprovado pelo Congresso Nacional. Segundo Lopes (2013), esta era mais uma iniciativa no sentido da regulamentação da profissão de jornalista no país.

Em última instância, no ano de 2009 o Supremo Tribunal Federal decidiu pelo fim da obrigatoriedade, após quase uma década de processo judicial. Por oito votos favoráveis à derrubada e apenas um contra, os ministros acataram o pedido do Sertesp e do MPF. A polêmica envolveu outros atores sociais, além dos "patrões" (Sertesp) contra os "empregados" (representados pela Fenaj), instituições como a ABI, Repórteres Sem Fronteiras e o âmbito acadêmico (LOPES, 2013). Ainda no ano de 2009 foram registradas várias Propostas de Emenda à Constituição (PECs), sendo a mais divulgada a PEC 33/2009, que ficou conhecida como PEC dos jornalistas.

De acordo com Castro (2013, p. 13), "no dia 30 de novembro de 2011, portanto mais de dois anos depois da decisão do STF, o Senado colocou a PEC em votação em plenário, sendo ela aprovada em primeiro turno por 65 votos contra sete". A partir daí, deu-se origem à PEC 206/2012, ainda sem um desfecho.

No ano de 2014, a senadora Ângela Portela (PT-RR) apresentou o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 114, cujo objetivo é modificar a CLT

para "conceder adicional de periculosidade aos profissionais da área de jornalismo que exercerem a atividade em condições de risco e dá outras providências" (SENADO FEDERAL, 2014, p. 01); o processo também não foi finalizado.

Para Oliveira (2009), a exigência do diploma tem variados significados, pois em nossa sociedade o detentor de formação superior possui status diferenciado, um capital simbólico, mesmo que historicamente as oportunidades educacionais no país serem favoráveis às classes altas. A autora aponta que a exigência é um aspecto importante no processo de profissionalização dos jornalistas: "a posse de um título escolar específico foi associada à necessidade de 'dignificar' a profissão, sendo um mecanismo eficiente de capitalização de prestígio social para o grupo, isto é, de apropriação de vantagens simbólicas" (OLIVEIRA, 2009, p. 05).

A credencial acadêmica pode ser vista como uma justificativa ao monopólio do exercício da profissão, "o controle do direito de entrada e da autoridade para dizer quem está autorizado a dizer-se jornalista" (OLIVEIRA, 2009, p. 14). No contexto da identidade do jornalista profissional tal controle "passou a ter como princípio de organização a distinção entre jornalistas 'legítimos' - profissionais diplomados - e 'ilegítimos' - que não transitaram pelo caminho da formação universitária" (OLIVEIRA, 2009, p. 14).

Dias (2013) enfatiza que a flexibilidade da prática jornalística, principalmente com relação aos registros provisionados, oculta uma condição permanente de inúmeros profissionais. "Muitos jornalistas do interior do país recebem registros provisionados para o exercício da atividade até hoje, pois não dispõem de condições para cursar faculdades para a formalização do registro profissional" (DIAS, 2013, p. 77). Segundo o autor, após a ditadura militar houve a discussão da profissionalização não somente no âmbito do que é ou não profissional, mas sobre o limiar de onde se emprega o jornalista, se no ambiente jornalístico ou não.

Silveira (2010) aponta que a "queda do diploma" - como ficou conhecida popularmente a decisão - modificou a dinâmica do mercado jornalístico e foi negativa para a organização formal da profissão, que já sofria consequências das realidades precárias, o que dialoga com Dias (2013), que afirma que o processo de profissionalização da profissão de

jornalista no Brasil ainda não se consolidou - sendo este último ponto também a visão de Petrarca (2005), pontos com os quais corroboramos.

O jornalismo pós "queda do diploma" e o surgimento da Mídia Ninja

O mercado jornalístico brasileiro oferece, de forma geral, más condições de trabalho desde os primórdios do ofício. Não queremos dizer que a profissão passou a ser precária com o fim da exigência do diploma, mas este fato ocorrido em 2009 inaugura uma nova fase do jornalismo profissional no país, etapa essa que enfatiza mais ainda a precarização.

Druck (2011) aponta seis tipos de precarização do trabalho no contexto brasileiro: vulnerabilidade das formas de inserção e desigualdades sociais; intensificação do trabalho e terceirização; insegurança e saúde no trabalho; perda das identidades individual e coletiva; fragilização da organização dos trabalhadores; e a condenação e o descarte do Direito do Trabalho. Todos esses tipos podem ser associados à realidade do jornalista brasileiro.

Faz parte da vida laboral deste profissional ter longas, intensas e irregulares jornadas de trabalho, acumular funções (devido principalmente à popularização da tecnologia na última década), ter baixa remuneração e frágeis vínculos de trabalho. Além disso, são crescentes os casos de violência contra jornalistas - o Brasil figura como o país com o maior número de jornalistas mortos nas Américas (BBC, 2014) - e também há uma evidente diminuição da liberdade de imprensa (FENAJ, 2016).

Diante desse panorama, surgiu em 2013 o coletivo Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação (Mídia Ninja), se apresentando como comunicadores com uma forma alternativa de produzir informação e desmitificar o jornalismo. Fundado oficialmente durante o Fórum Mundial de Mídia realizado na Tunísia em 2013, o grupo é ligado ao Circuito Fora do Eixo, uma rede de produtores culturais (MÍDIA NINJA, 2017a). No site do grupo, eles definem a organização como:

A Mídia NINJA é uma rede de comunicação livre, que se organiza por todo Brasil e pelo mundo, com milhares de participantes em diferentes níveis de envolvimento. Há integrantes com dedicação integral e exclusiva, que moram nas Casas Coletivas do Fora do Eixo e além de produzirem conteúdo, são os responsáveis pela gestão e sustentabilidade da Mídia NINJA. E há os colaboradores

voluntários, fixos e pontuais, que contribuem com a rede de acordo com sua disponibilidade, atuando na produção – e em alguns casos, na edição de conteúdo (MÍDIA NINJA, 2017a, p. 01).

A forma com a qual o grupo aborda os fatos e notícias, seguindo um modelo de transmissão dos acontecimentos “sem corte e sem edição”, ao vivo, direto das ruas, no qual o repórter assume o ponto de vista do manifestante, trouxe uma identidade ativista e cidadã para o “jornalismo ninja”. Seu papel inicial foi promover shows e executar transmissões ao vivo de concertos e conferências, mas rapidamente mudou de perspectiva, passando a cobrir pautas relacionadas a movimentos sociais, eventos em comunidades e pequenos protestos que a mídia tradicional e hegemônica não tinha interesse.

Com transmissão dos fatos em tempo real, interação pelas redes sociais digitais e a promessa de uma pauta diferente da mídia hegemônica, a Mídia Ninja tem hoje um forte posicionamento político. Os protestos realizados nos últimos anos no Brasil, antes e após o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff (processo que foi de 2 de dezembro de 2015 a 31 de agosto de 2016), turbinaram a audiência do grupo deram visibilidade. Com relação à sua linha editorial, eles posicionam-se:

A Mídia NINJA tem lado. Acreditamos que imparcialidade não existe, e por isso assumimos nosso lugar de fala a partir da defesa da democracia, da diversidade cultural e de um posicionamento editorial transparente e direto. Nossa editoria é coletiva e defende o interesse público, o direito à informação e ampla visibilidade de pautas e movimentos sociais ligados aos direitos humanos, comunicação, cultura, moradia, política, economia, meio ambiente, à causa indígena e outras agendas que dialogam com os desafios do século XXI (MÍDIA NINJA, 2017a, p. 01).

O coletivo é formado por jornalistas, políticos, ativistas sociais e pessoas de diversos segmentos da sociedade que atuam como colaboradores e colunistas, postando artigos no *site*, *Twitter* e *Facebook* (até o dia 11/07/2017 havia em sua página geral no Facebook mais de 1,5 milhão de seguidores), além da equipe editorial fixa, e está presente em centenas de cidades brasileiras e até fora do país. O trabalho é sem fins lucrativos, e com relação ao financiamento do projeto, que tem custos com equipamentos e estruturas físicas, eles definem-se autossustentáveis

a partir da estrutura do movimento Fora do Eixo e de doações de pessoas físicas e organizações nacionais e internacionais.

Mas como a Mídia Ninja se encaixa na esfera jornalística? O grupo representa um modelo alternativo liderado por uma nova geração de comunicadores autônomos que já não confiam nas notícias da mídia hegemônica. Para alguns, Mídia Ninja é também um jornalismo ativista, militante, capaz de romper o conformismo dos meios tradicionais, sendo o coletivo de mídia apto a revitalizar o jornalismo brasileiro.

O grupo se utiliza principalmente de *smartphones* para produzir suas transmissões, que são muitas vezes improvisadas, sem roteiros. Os "ninjas" compartilham seu conteúdo pelas redes sociais digitais e recebem respostas do seu público quase que instantaneamente. A visibilidade e o interesse que o grupo gerou também são evidentes nas reuniões abertas do coletivo, que atraem centenas de pessoas dispostas a colaborar e se juntar ao time.

O coletivo trabalha dentro da agitação e do desejo de participação social, o que se configura como um ponto fora da curva do jornalismo tradicional, que muitas vezes busca seguir os fatos de domínios privados. Em muitas das transmissões da Mídia Ninja, o espectador pode correr com as multidões e testemunhar as reações dos ninjas aos confrontos entre policiais e manifestantes, quase como se fosse um filme de ação em tempo real.

Para Maia (2016), a Mídia Ninja configura-se como mídia alternativa e mídia livre. A narrativa experimental do grupo se aproxima também ao que entendemos por jornalismo cidadão *online*. Na página no Facebook, eles se definem como propulsores dos "cidadãos multimídia":

Somos a Mídia NINJA - Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação. Uma rede de comunicadores que produzem e distribuem informação em movimento, agindo e comunicando. Apostamos na lógica colaborativa de criação e compartilhamento de conteúdos, característica da sociedade em rede, para realizar reportagens, documentários e investigações no Brasil e no mundo. Nossa pauta está onde a luta social e a articulação das transformações culturais, políticas, econômicas e ambientais se expressa. A Internet mudou o jornalismo e nós fazemos parte dessa transformação. Vivemos uma cultura *peer-to-peer* (P2P), que permite a troca de informações diretas entre as pessoas, sem a presença dos velhos intermediários. Novas tecnologias e

novas aplicações têm permitido o surgimento de novos espaços para trocas, nos quais as pessoas não só recebem, mas também produzem informações. Neste novo tempo, de redes conectadas às ruas, emergem os "cidadãos multimídia", com capacidade de construir sua opinião e compartilhá-la no ambiente virtual. Articulados, esses novos narradores fazem a Mídia NINJA (MÍDIA NINJA, 2017b, p. 01).

Um dos principais conceitos por trás do jornalismo cidadão é que os principais repórteres e produtores de mídia não são o centro exclusivo de conhecimento sobre um determinado assunto: o público conhece mais coletivamente do que o repórter sozinho (GLASER, 2006). Às vezes, o termo é usado de forma bastante ampla para incluir atividades como republicação, vinculação, marcação (rotulagem com palavras-chave), avaliação, modificação ou comentários sobre materiais de notícias postados por outros usuários ou por boletins de notícias profissionais, pelo qual os cidadãos participam do processo de notícias sem agir necessariamente como "criadores de conteúdo" (GOODE, 2009).

Em outras palavras, a definição de jornalismo cidadão não possui limites completamente estabelecidos (LASICA, 2003). É possível adotar uma definição relativamente estreita ou "estrita" de jornalismo cidadão ou uma definição mais ampla ou "mais frouxa". É verdade que quanto mais amplo é o alcance da definição, mais nebulosa e potencialmente pesada o termo "jornalismo cidadão" se torna. No entanto, também se pode argumentar que uma concepção mais restrita cria distinções artificiais dentro de uma rede complexa de práticas participativas

O conceito de mídia alternativa, apesar de ser bastante conhecido nos meios de comunicação tradicionais, teve seu crescimento impulsionado graças à web, reforçando o poder do cidadão e do jornalista no meio comunicacional. Woitowicz (2009, p. 13) relembra:

Desde os pasquins que circulavam no Brasil Colônia, os jornais operários do fim do século XIX e a imprensa alternativa do período da ditadura militar, até o movimento de rádios e TVs comunitárias e as iniciativas recentes de uso da mídia (imprensa, rádio, TV e *online*) nos movimentos e grupos sociais, a comunicação alternativa sempre participou ativamente de diversas lutas e contribuiu para o fortalecimento dos espaços de resistência, em meio ao processo de construção histórica.

Embora o jornalismo cidadão seja geralmente associado à internet, o mesmo não começa e termina *online*. Dado que o jornalismo cidadão é visto como um desafio à mídia corporativa, é tentador concebê-lo como um "movimento" com características intrinsecamente opostas.

Considerações finais

Com a tela *multiscreen* portátil, conectada e multifuncional, a mídia se reconfigura com novas possibilidades de fazer jornalismo. A mídia tradicional permanece em seus ambientes nativos, mas também está presente nas plataformas digitais, onde podem adicionar outros recursos, como áudio, vídeo, imagem e texto de forma integrada. Com a possibilidade de migração para diferentes canais e plataformas, os conteúdos criados nesses espaços foram adaptados e tornaram-se onipresentes. Essa ubiquidade estimulou a produção de conteúdos informativos - que nem sempre jornalísticos.

Podemos dizer que esse contexto facilitou a produção e divulgação de conteúdos fora da mídia hegemônica, sejam eles oriundos do jornalismo independente, alternativo ou cidadão. O jornalismo digital requer uma mentalidade inteiramente diferente, que reconheça a multiplicidade de novas opções disponíveis para os consumidores. Os consumidores certamente se beneficiaram - eles têm mais opções, entrega mais rápida de notícias e mais plataformas. Esses novos produtores de conteúdo alcançam impressionantes resultados, mas muitos deles esbarram em problemas de estabilidade financeira. Nesse quesito, a Mídia Ninja se sobressai por ter tido acesso a uma estrutura já existente do Circuito Fora do Eixo.

Além de ser fruto do mundo digital, a Mídia Ninja nasce e se populariza em um complexo contexto do mercado de trabalho jornalístico, do qual destacamos três principais aspectos:

1) Surgiu na atual fase da profissionalização do jornalismo no país, na qual não há exigência de diploma para atuação, mudança que pode ter desordenado algumas lógicas do mercado e na qual há muita indefinição sobre quem é jornalista ou não. Inclusive, o coletivo tem diversos colaboradores que apesar de produzirem conteúdo jornalístico, não são jornalistas por formação.

2) Em meio à crescente precarização da profissão de jornalista, cujas condições de trabalho são cada vez mais degradantes física e mentalmente.

3) Em meio às manifestações de 2013 e no entorno do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff em 2016, visto por muitos como um golpe parlamentar (GERALDES et al., 2016), período marcado por perdas em termos de democracia e de liberdade de imprensa no Brasil, situação na qual a mídia hegemônica teve bastante interferência e, como aponta o Relatório "Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil" com dados de 2016 da FENAJ (2017), houve uma espécie de lei do silêncio.

Para os jornalistas que atuam na Mídia Ninja, muitos deles empregados em empresas de mídia hegemônica, o trabalho voluntário realizado para o coletivo pode ser uma via de escape às linhas editoriais pré-determinadas nas empresas. De certa forma, na Mídia Ninja o trabalho jornalístico retoma alguns moldes do início da profissionalização da profissão no país: os comunicadores buscam, mesmo que sem remuneração, dar vozes às lutas políticas e sociais que são silenciadas pelo poder político-midiático hegemônico.

Assim, a Mídia Ninja pratica não só um jornalismo cidadão *online*, como propomos, mas também um jornalismo ativista, militante e capaz de romper o conformismo dos meios tradicionais usando plataformas *online*. Sobre os próximos passos da profissionalização do jornalismo no país, não podemos fazer previsões, mas sabemos que a atual fase terá reverberações definitivas nas próximas que virão.

Referências

BBC. **Brasil é 1º em mortes de jornalistas nas Américas, diz ONG.**

2014. Disponível em:

<http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/02/140212_jornalistas_brasil_df_dg>. Acesso em: 28 abr. 2016.

BITTENCOURT, M. C. A narrativa Mídia Ninja sobre o impacto nos camponeses da indicação de Kátia Abreu ao Ministério da Agricultura.

Parágrafo, v. 1, n. 3, 2015.

BRASIL ESCOLA. **Governos militares.** 2017. Disponível em:

<<http://brasilescola.uol.com.br/historiab/governos-militares.htm>>. Acesso em: 7 jan. 2017.

CASTRO, A. **Teorias do Jornalismo, Universidade e**

Profissionalização: Desenvolvimento Internacional e Impasses Brasileiros. Covilhã: BOCC, 2013.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 65.912, de 19 de dezembro de 1969.**

Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-65912-19-dezembro-1969-407422-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 07 jan. 2017.

DIAS, R. Ora, sim; ora, não: o diploma de Jornalismo em várias fases do processo de profissionalização da atividade jornalística no Brasil.

Mediação, Belo Horizonte, v. 15, n. 17, 2013.

DRUCK, G. Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios?

Caderno CRH, Salvador, v. 24, n. 1, pp. 37-57, 2011.

DUARTE, J. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FENAJ. **Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil: relatório 2016**. Brasília: Fenaj, 2017.

FENAJ. **História do Conselho Federal dos Jornalistas**. 2017.

Disponível em: <<http://fenaj.org.br/historia-do-conselho-federal-dos-jornalis.tas>>. Acesso em: 07 jan. 2017.

GERALDES, E.; RAMOS, T.; SILVA, J.; MACHADO, L.; NEGRINI, V. (Orgs.).

Mídia, misoginia e golpe. Brasília: FAC Livros, 2016.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Atlas: São Paulo, 2008.

GLASER, M. **What is citizen journalism?** 2006. Disponível em: <<http://mediashift.org/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

GOODE, L. Social news, citizen journalism and democracy. **New Media and Society**, v. 11, n. 8, p. 1287-1305, 2009.

HIME, G. Na fundação da primeira escola de jornalismo do Brasil Cásper Líbero gera o conceito de jornalismo moderno. **PJ:BR**, n. 3, v. 1, 2004.

HOHLFELDT, A. Correio e Gazeta: comparações e influências. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, ano 5, n. 2, 2008.

LASICA, J.D. **What is Participatory Journalism?** Online Journalism Review. 2003. Disponível em: <<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

LOPES, F. **Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica**. São Paulo: Paulus, 2013.

MAIA, F. J. **Mídia à luz do desejo: cartografias dos processos da mídia livre contemporânea brasileira (dissertação de mestrado)**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2016.

MALINI, F.; CALMON, P.; MEDEIROS, J.; REIS, N.; ABOUDIB, L. Mapeamento do Mídia Ninja: uma análise sobre as coletividades

emergentes territorializantes no Facebook. In: **Anais do VIII Simpósio Nacional da ABCiber**, São Paulo, 2014.

Martinez, M.; Persichetti, S. Mídia Ninja: a narrativa fotojornalística brasileira na era digital. **Líbero**, v. 18, n. 35, p. 55-64, 2015.

MELO, C.; COUTINHO, C. Um olhar à Lei de Imprensa: perspectiva histórica, social e constitucional da mídia e da Lei 5.250/67. **Revista do CAAP**, v. 1, n. 1, 2009.

MÍDIA NINJA. **Página Mídia Ninja no Facebook**. 2017b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/MidiaNINJA>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

MÍDIA NINJA. **Site Mídia Ninja**. 2017. Disponível em: <<http://midianinja.org/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

MOTTA, Luiz Gonzaga. A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In: LAGO, C; BENETTI, M. (org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, p.143-167, 2007.

MOURA, C. **O curso de Comunicação Social no Brasil**: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2002.

OLIVEIRA, M. R. A profissionalização do jornalista via ensino: argumentos mobilizados em defesa da formação escolar específica. In: **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2009.

OTHON, R.; BOLSHAW, M. A Mídia Ninja e o Incentivo ao Jornalismo Cidadão no Cenário das Manifestações Sociais Brasileiras. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Foz do Iguaçu, 2014.

PETRARCA, F. Jornalismo no Brasil: a gênese de uma profissão. In: **Anais do XII Congresso Brasileiro de Sociologia**, Belo Horizonte, 2005.

PETRARCA, F. Construção do estado, esfera política e profissionalização do jornalismo no Brasil. **Sociologia Política**, Curitiba, v. 18, n. 35, p. 81-94, 2010.

SENADO. **Projeto de Lei do Senado nº 114, de 2014**. Disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/116763>>. Acesso em: 8 jan. 2017.

RENÓ, D. P. Jornalismo transmídia: uma realidade. In: Squirra, S.C.M. (Org.). **Cibercoms**: tecnologias ubíquas, mídias pervasivas. Porto Alegre: Editora Buqui, 2012.

SILVEIRA, J. R. **O jornalista na comunicação das organizações**: cultura profissional e autopercepção (Tese de Doutorado). Universidade de Brasília, 2010.

VIEIRA, T. Mídia Ninja entre a tecnologia, a política e a prática profissional. **Razón y Palabra**, n. 85, 2014.

WALTZ, I. Mídia Ninja e o ethos profissional dos jornalistas: a ascensão da mídia livre sob a ótica da redação dos veículos de massa. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo, 2016.

WOITOWICZ, K. **Recortes da mídia alternativa**: histórias e memórias da comunicação no Brasil. Ponta Grossa: Editora da UEPG, 2009.



O JORNALISMO E AS NARRATIVAS DE CONFLITO: desafios, atravessamentos e processos

JOURNALISM AND THE NARRATIVES OF CONFLICT: challenges, crossings and processes

ENTREVISTA | INTERVIEW | ENTREVISTA

Fernando RESENDE | Universidade Federal Fluminense | Brasil

Resumo

Professor e pesquisador sobre jornalismo, narrativas e conflitos, Fernando Resende carrega em sua trajetória a experiência de aprofundar perguntas, buscando sempre outras questões e outros caminhos para repensar a prática e o fazer jornalísticos. Nesta entrevista para Âncora, Resende discute de que modos o jornalismo se mostra mediador de conflitos geopolíticos. Enquanto prática cultural-discursiva, cujo propósito é dar a ver fatos e histórias de um tempo em processo, a função do jornalismo é entrelaçar e problematizar desejos e interesses. Na conversa com Ana Lúcia Medeiros, o professor da Universidade Federal Fluminense atribui ao jornalismo o papel de interpelar o cotidiano, criar fricções e trazer à tona os jogos de poder. São esses alguns dos desafios que o jornalismo precisa enfrentar na produção de narrativas no complexo cenário midiático no qual está inserido. Acompanhe e confira os detalhes nesta entrevista.

Abstract

Professor and researcher on journalism, narratives and conflicts, Fernando Resende carries in his trajectory the experience of deepening questions, and always seeking other forms of rethinking the practice and the making of journalism. In this interview for Âncora, Resende discusses ways in which journalism is seen as fulfilling the function of mediating geopolitical conflicts. As a cultural-discursive practice, journalism, for him, can only be understood as the act of presenting facts and stories of a time in process, if it is able to interweave and problematize desires and interests. In his talk with Ana Lúcia Medeiros, the professor at the Fluminense Federal University attributes to journalism the role of questioning daily life, creating frictions and bringing up power games. These are some of the challenges journalism needs to face when producing narratives in the complex media scenario it is nowadays inscribed. See more details in the interview.

Palavras-chave:

Jornalismo; Narrativas; Conflitos; Desafios; Cenário Midiático; Atravessamentos.

Mots Clés:

Journalism; Narratives, Conflicts, Challenges, Media Scenario; Crossings.

ENTREVISTA

ENTREVISTA REALIZADA EM 10 DE MAIO DE 2018
APROVADA EM 01 DE JUNHO DE 2018



1. No cenário de enfrentamentos geopolíticos, religiosos e territoriais que se intensificam com os avanços tecnológicos e o fluxo global de informações, que papéis são designados ao jornalismo? É possível pensar, no contexto atual, em um jornalismo que preserve o princípio do compromisso social?

Fernando RESENDE - Em reflexões minhas sobre o jornalismo, a partir de enfrentamentos geopolíticos, busco pensar que o seu lugar (o seu papel) em um cenário midiático marcado essencialmente pela diversidade de meios através dos quais narrar as histórias do presente é essencialmente o de colocar em cena os conflitos que os enfrentamentos suscitam. Nesse sentido, o jornalismo, além de buscar investigar possíveis encaminhamentos para os conflitos, seria um “mediador”, uma instância de enunciação cuja função primordial seria colocar em cena as derivações, as projeções, as contradições e os paradoxos que todo enfrentamento geopolítico suscita. É preciso entender que neste aspecto eu já aponto para uma definição de jornalismo que requer a concepção de que ele é, antes de tudo, uma atividade cujo propósito é dar a ver fatos e histórias de um tempo em processo. Isso nos distancia da concepção de um jornalismo marcado pelo princípio da transmissão de informação. O jornalismo de que falo, particularmente a partir do final do século XX, requer de nós, pesquisadores e/ou jornalistas, uma compreensão mais estendida que abarcaria o jornalismo na sua dimensão enunciatória. O jornalismo, conforme disse em reflexões anteriores, é uma atividade de linguagem, marcado por tensões, conflitos, interesses e disputas de poderes, cujo propósito é narrar as histórias que vivemos. É certo que essas histórias apontam sempre para experiências do passado e para projeções de um futuro, o que complexifica ainda mais a sua função. No meu entender, ela é sempre eminentemente social, cultural e política, para dizermos o mínimo, pois ao jornalismo cumpre entrelaçar e complexificar desejos e interesses (que em linhas gerais eu chamaria de “jogos de poder”); fatos que marcam as nossas experiências no tempo presente. Nesse sentido, pensar os enfrentamentos geopolíticos, religiosos e territoriais tem sido bastante produtivo, já que eles colocam em cena fenômenos político-culturais essenciais para a compreensão e a experiência do tempo presente; um desafio para o jornalismo pensado como instância de enunciação que primordialmente deveria zelar para efetivamente contribuir para a compreensão social e política das dinâmicas de poder que se inscrevem no

mundo de hoje. Não se trata, no meu entender, de uma atividade pedagógica, cujo preceito seria “esclarecer os fatos”, mas de interpelar o cotidiano, criando fricções e trazendo à tona os jogos de poder, antes mesmo de revelar suas consequências e resultados. Toda minha pesquisa sobre a narração do conflito Israel/Palestina, por exemplo, foi (e ainda é) essencial para eu mesmo entender o lugar redutor e simplista em que o jornalismo chamado “hegemônico” se instala quando ele se resume a contar os números de israelenses mortos e/ou dizer das pedras atiradas pelos palestinos. Claro que estou aqui sendo “caricatural”, vez ou outra há mais do isso nos nossos jornais, mas eles basicamente se resumem a mostrar (via palavras e/ou imagens) as cenas do conflito, rendendo-se, muitas vezes, ao incompreensível que ali estaria dado. Há muitos conflitos dentro do conflito, cada vez mais nas minhas pesquisas isso se mostra relevante, ao mesmo tempo em que é notório o fato de que quanto menos esses conflitos são complexificados em jornais, mais eles estão em documentários e/ou quadrinhos, por exemplo. Gosto muito do que diz Irit Rogoff acerca do lugar que ocupamos e do desafio que nos cabe frente aos conflitos de longa duração que hoje enfrentamos: estamos vivendo uma “geografia exaurida”, dirá a autora, o que nos obriga a encontrar formas de pensar e atuar absolutamente distintas daquelas de que nos fizemos valer no século XX. Se esta é uma reflexão precisa, no meu entender, em relação ao que diz respeito à ocupação do território palestino, penso, do mesmo modo, que ela é contundente para pensarmos e avaliarmos nossas práticas midiáticas e narrativas nos dias atuais. O jornalismo é uma história, o que significa dizer que seus preceitos e princípios podem e devem ser sempre ressignificados. Há nele valores essenciais, por exemplo zelar pelo interesse público, princípios e ideais democráticos, mas ele também é, ao mesmo tempo, um campo aberto; se não repensarmos suas formas de ser e dizer nos dias de hoje, ele está fadado a ocupar um lugar irrelevante diante de outras muitas formas que hoje temos de narrar o tempo presente. E, pior do que notar sua irrelevância, é vê-lo como uma instância de enunciação que nada mais faz do que ser parte constitutiva do poder dominante.



2. No atual cenário de complexidade da comunicação, do jornalismo e da sociedade, é possível produzir uma narrativa jornalística humanizada na qual, de fato, se fale com “o outro”, numa escuta atenta àquele “a quem” e “de quem” se fala?

Fernando RESENDE - Nada me parece mais produtivo para reavaliarmos a produção da narrativa jornalística do que o “atual cenário de complexidade da comunicação, do jornalismo e da sociedade”. Gosto muito de pensar, por exemplo, que a própria discussão sobre “narrativa”, como lugar de problema no jornalismo, só se tornou relevante na medida em que avançamos do ponto de vista tecnológico, social e cultural. Em outras palavras, foi no bojo da complexificação dos sistemas midiáticos e da sociedade, que o termo “narrativa”, antes próprio do campo dos Estudos Literários, migrou para o campo da comunicação e se tornou efetivamente um objeto e um problema de pesquisa. Cremilda Medina, sabemos todos, foi pontual, bastante sensível e precursora ao colocar este termo em cena já no final dos anos 1970, problematizando não só as formas de narrar, mas também a entrevista e a própria epistemologia e a atividade jornalísticas. Outros pesquisadores, também essenciais, vieram em seguida, me refiro por exemplo a Luiz Gonzaga Motta, mas não foi até o final do século XX que o termo “narrativa” se fez presente e se espalhou para a pesquisa sobre outros tantos problemas relacionados ao jornalismo e outras práticas midiáticas. Sob esta perspectiva, no campo do jornalismo a discussão se tornou mais proeminente na mesma medida em que avançamos social e tecnologicamente. Ressalto este aspecto, pois ele me parece central para entendermos o que significa sermos atravessados pelos meios no mesmo instante em que os produzimos. O olhar precursor e atento de Medina já acenava para a narrativa como fenômeno essencial: haveríamos de pensar o jornalismo como forma de narrar, muito mais do que instância de transmissão de informação. Nesse sentido, falar “com o outro” se tornou também um problema relevante na medida em que viemos compreendendo o significado de narrar para a prática jornalística. Para entendermos a complexidade deste momento como essencial para a produção e a diversificação de narrativas que chamamos “jornalísticas”, eu gosto de pensar em termos de quadros histórico-culturais nos quais estamos todos inscritos. Numa perspectiva de um quadro histórico-cultural cujo valor (ou paradigma) é o informativo, ou a mera “transmissão de informação”, o outro – este de quem e para quem o jornalismo sempre falou – estava invariavelmente relegado ao papel de ouvinte/leitor/receptor, na sua forma mais reduzida possível. Já o quadro histórico-cultural cuja marca é o próprio avanço tecnológico, os trânsitos globais e a complexificação do fenômeno comunicacional inexoravelmente, e felizmente, dispõe os sujeitos em lugares de protagonistas. Me lembro muito da pergunta que Medina já faz há tempos: como o jornalismo lida

com os protagonismos do presente? Esta é uma questão que sempre me acompanha, é nela, penso eu, que está colocado o problema do outro, da relação com aquele de quem e para quem se fala no âmbito da enunciação. Por isso digo sempre que, afetiva e intelectualmente, devo a Cremilda Medina toda minha pesquisa em relação ao problema da alteridade no jornalismo. O que estou querendo salientar é que o quadro histórico-cultural no qual hoje estamos inscritos, cujo paradigma, no meu entender, é o “relacional”, não nos permite fugir deste dilema. Basta olharmos para o avanço das pesquisas no jornalismo, do final do século XX para cá, em relação às questões de gênero, cor, identidade, presença e papel do leitor. Tudo isso só se torna importante, no meu entender, em razão dos avanços e dos problemas que temos enfrentado desde então. Esta trajetória do pensamento e da pesquisa no campo do jornalismo, que me parece muito precisa, entretanto, tem se debatido com o atraso em relação às práticas, no âmbito do que conhecemos como jornalismo hegemônico ou tradicional. Este me parece um grande desafio em termos práticos e epistemológicos. Precisamos sempre buscar colocar outras perguntas de pesquisa, sem abrir mão das que já nos amparam, ao mesmo tempo em que é preciso repensar as práticas e o fazer jornalísticos. Com esses princípios – e sabemos que eles não são simples e nem imediatos – acredito sim que o quadro atual de complexificação do cenário midiático, no qual se inclui o jornalismo, é exatamente o que nos permite experimentar e produzir narrativas jornalísticas mais implicadas com a necessidade de falar “com” o outro. Há muitas pesquisas sendo feitas nesta direção e muitas práticas – a do chamado jornalismo de teor testemunhal, por exemplo – já sendo reconhecidas como desejosas desta condição fundamentalmente dialógica.



3. Diante de um quadro de retrocesso que a produção jornalística enfrenta, seria possível emitirmos uma reação inteligente? Modelos alternativos como o jornal online Mediapart (cuja proposta é garantir um produto independente com investigação jornalística); blogs de jornalistas críticos e alguns programas de debates poderiam ser uma solução para o problema?

Fernando RESENDE - Primeiro eu diria que não sei bem se a produção jornalística enfrenta um “quadro de retrocesso”. Talvez pudéssemos falar de uma estagnação, se pensarmos em outros momentos, já históricos, nos quais o jornalismo parecia se lançar a experimentações que, de forma proativa, ainda que às vezes ingênua, colocava em questão o próprio fazer

jornalístico. Falo, por exemplo, do “*New Journalism*” que, nos anos 1960, foi um forte movimento que questionava o papel do leitor e almejava uma certa ruptura nos modos de narrar as histórias do presente. Ele teve sua relevância, trouxe reflexões e produziu efeitos importantes (a nossa Revista Realidade, por exemplo), e sim, me parece que daquele tempo para cá, as experimentações são ainda escassas. De novo, o avanço tecnológico seria aí um fator importante? Teríamos nos sucumbido aos fetiches da mídia, atribuindo mais valor à tecnologia e aos meios do que aos nossos modos de usá-los? Há aí, me parece, um delineamento histórico – e eu diria, político-cultural – importante que devemos compreender melhor para falarmos desta possível estagnação, exclusivamente em relação a um “jornalismo tradicional”. Contudo, em contrapartida à estagnação – e é o mesmo avanço tecnológico que nos nutre – o que você chama de “modelos alternativos” cresce e se avoluma incrivelmente. Eles são fundamentais, há muitos jornais, em formas digitais, efetivamente se fazendo valer de narrativas transmidiáticas para experimentar formas muito interessantes de contar as histórias do presente. Além disso, as experiências com os blogs, e mais recentemente as experiências da Mídia Ninja, por exemplo já nos trouxeram reflexões muito importantes. Porém, eu não acredito que eles sejam “solução” para um problema que estaria no modelo tradicional, pelo menos enquanto forem pensados e mantidos como “alternativos”. Acredito então que parte do nosso desafio é refletir sobre o que eles provocam e evocam em termos narrativos, o que eles nos ensinam, inclusive pensando criticamente sobre o que os mantém neste lugar de “alternativos”. Acredito que temos muito o que aprender com as histórias em quadrinhos e os documentários, por exemplo, e acho que é fundamental nos deixarmos ser interpelados por essas outras formas de narrar o cotidiano e as histórias do presente.



4. Neste grave momento que o Brasil enfrenta, a mídia tradicional assume um papel político-social tendencioso. Como você analisa a articulação de estratégias traçadas pelos grandes conglomerados de comunicação brasileiros, que apresentam informações truncadas, ignorando o direito às diferenças, os princípios democráticos?

Fernando RESENDE - Quando falo, em resposta a uma pergunta anterior, sobre quão fundamental é entender o jornalismo como um “campo aberto”

“A elite jurídica e os parlamentares deram um golpe no país, o que veio ao encontro dos interesses dos jornais”.

Fernando RESENDE
Universidade Federal Fluminense | Brasil

sem que com isso tenhamos que abrir mão dos seus preceitos e princípios mais primordiais (o zelo pelo interesse público e pelos princípios democráticos), estou também, de forma subentendida, dizendo que há determinadas estratégias que se tornaram retóricas e fundamentalmente inoperantes no estágio atual das nossas sociedades. Minha crítica à tríade

objetividade/imparcialidade/neutralidade, por exemplo, deve-se principalmente ao fato de que ela tenha se tornado uma retórica travestida de “modos de pensar” o jornalismo. Isso me parece um grande equívoco (e penso que Gaye Tuchman já nota isso quando fala da objetividade como estratégia), pois enquanto forma de pensamento, esses significantes desconsideram o aspecto central desta prática que é eminentemente tomada pelo viés da linguagem. Qualquer um que estuda linguagem sabe que não há objetividade e nem imparcialidade quando se trata de narrar o presente, o passado, ou seja lá o que for. A antropologia e a história se debruçam sobre este problema há tempos, indagam e duvidam acerca do lugar do antropólogo e do historiador, e a mim me parece que no jornalismo este ainda é um caminho tortuoso, quando não “proibido”. Há formas de ser mais ou menos objetivo – e isso não tem exclusiva relação com usar aspas ou fingir que não se está presente na narrativa – e são essas formas que dotam os textos de sentidos. No momento em que a narrativa nos aparece como problema é preciso veementemente não só contestar o uso retórico desses recursos, mas também apontar para as diferenças que existem entre um narrar e outro. Nesse sentido, do ponto de vista de um fazer jornalístico tradicional, eu não vejo qualquer novidade na mídia assumindo um papel político-social tendencioso; sempre foi assim. Em uma pesquisa que realizei acerca das narrativas sobre o conflito afro-muçulmano no Brasil, particularmente a Revolta dos Malês, em 1835, na Bahia, é evidente a execração do jornalismo da época em relação ao movimento dos escravos, alegando que aquele era um ato bárbaro provocado por muçulmanos, o que então denotaria uma luta religiosa. O horror da escravidão em momento algum é levantado como problema nos jornais, quando outras disciplinas – de novo, a história e a antropologia – já nos ensinam que o Levante dos Malês era mais um dos outros tantos provocados por escravos insatisfeitos com as condições desumanas que viviam. Em outras palavras, todos os jornais da época aos quais eu tive acesso na pesquisa fazem nada mais do que reforçar a lógica do poder

colonialista que estava sempre buscando motivos para justificar e legitimar a crueldade que impingiam aos colonizados. Sob essa ótica, o direito às diferenças e o princípio democrático que você cita são desde sempre uma questão para a escrita e a prática jornalísticas. No jornalismo brasileiro, então, essencialmente colonizado e por conseguinte colonialista, este é desde sempre um dos grandes dilemas. Neste momento gravíssimo que o Brasil enfrenta, quando o próprio projeto democrático se esfacela, o que me parece acontecer é o exacerbamento das lógicas de mercado e das relações promíscuas entre os grandes conglomerados midiáticos e os poderes políticos e jurídicos. A elite jurídica e os parlamentares deram golpe no país, o que veio ao encontro dos interesses dos jornais. Assim, talvez tenha ficado mais evidente que a regra é ser tendencioso, ainda que sob a retórica da objetividade e da imparcialidade. Estas retóricas, também já disse antes, sustentam os autoritarismos, pois reforçam o lugar das autoridades, na medida em que são também contrárias do ponto de vista da linguagem, aos princípios da alteridade. É preciso enfrentar este fato.

ÂNCORA

5. Existiria alguma possibilidade de o jornalista, em sua rotina cotidiana, enfrentar dilemas como contundência e imediatez e contribuir para a manutenção de um jornalismo sério e crível?

Fernando RESENDE - Contundência e imediatez são dilemas, é exatamente isso, não são condições que deveriam justificar uma narrativa autoritária. E enquanto dilemas, para uma atividade cuja base é a linguagem, devem ser enfrentados à luz das práticas narrativas. Eu não acredito que o tempo para a produção de uma boa narrativa, que seja contundente, concisa e plural, possa ser medido único e exclusivamente no momento em que se escreve.

“Nossos currículos ainda dão muito pouca ênfase à linguagem como problema. Ela aparece como técnica e isso é absolutamente redutor”.

Fernando RESENDE

Universidade Federal Fluminense | Brasil

Há um saber no uso da linguagem que é fundamental, há modos distintos de narrar e se é esta a sua atividade-fim, no caso, narrar histórias do presente, é preciso (re)conhecer as muitas formas possíveis. Nossas escolas de jornalismo se limitaram a ensinar técnicas de escrita, sempre pautadas pelo que se acredita ser demandado pelo mercado, um sujeito (sic) que tem vida própria e

que nos comanda a todos. Assim, para pensar os problemas de uma rotina cotidiana da atividade jornalística é também preciso pensar a formação do jornalista. Nossos currículos ainda dão muito pouca ênfase à linguagem como problema. Ela aparece como técnica e isso é absolutamente redutor.



Professor Fernando RESENDE vinculado ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Linha de Pesquisa: Mídia, Cultura e Produção de Sentido.

E quando ela aparece, ou seja, quando na grade curricular também se propõe que o(a) aluno(a) discuta/conheça filmes, literatura, livros-reportagem, por exemplo, a questão aparece sempre como um adendo. A prática do que seria uma “escrita jornalística” propriamente dita segue livre, sem dilemas, a não ser a questão do tempo, do imediato e da necessária velocidade da informação. Narrar com e contra os fatos, que é o que me parece essencial, requer aprendizagem e

conhecimento de que a linguagem, jornalística ou não, é meio. Ela não é fim.



6. Em um de seus trabalhos você observa como, no século XX, agências de notícias controlavam informações internacionais. De acordo com sua análise, as notícias publicadas reiteravam, de forma substancial, os contextos hegemônicos, tanto políticos como econômicos da época. Será que hoje, com o fluxo de informações possibilitado pelas tecnologias, haveria margem para uma pluralidade maior de informações que deem voz a povos e grupos menos favorecidos?

Fernando RESENDE - A diversidade de meios através dos quais narrar as histórias e, por conseguinte, o reconhecimento da coexistência de vários modos de narrar as mesmas histórias são fenômenos primordiais que, no meu entender, tornam possíveis a coexistência de vozes e a pluralidade de informações. Não era este o mesmo quadro histórico-cultural que vivíamos no início do século XX, quando, neste trabalho que você menciona, fiz notar a presença ostensiva da “voz das agências internacionais”. Naquele trabalho, quando discuto a representação do conflito Israel/Palestina nos jornais da primeira metade do século XX, a voz – e até podemos pensar o

poder – das agências pairava nos jornais quase que isoladamente, pois pouco ou nada mais tínhamos além das fontes oficiais que falavam através destas mesmas agências. No quadro histórico-cultural que hoje experimentamos, a questão se coloca de outro modo. A voz das agências, teríamos que considerar, é mais uma a coabitar o espaço ocupado, por exemplo, pela voz dos palestinos e dos israelenses contrários ao sistema impetrado pelo Estado de Israel, apenas para ficarmos em torno do mesmo exemplo que você suscita. Neste contexto de pluralidade de vozes, a pesquisadora palestina Tawil-Souri, por exemplo, que pensa aquele território a partir das mídias, da cultura e da política, entende este momento como determinante para o palestino que vive dentro e fora do território ocupado e para o modo que o mundo, em linhas gerais, compreende o conflito. Não há dúvida, e isso eu também percebo em minhas próprias pesquisas acerca da representação da luta palestina ao longo dos séculos XX e XXI, que as narrativas em jornais hegemônicos da metade do século passado sofrem muito menos interpelações do que essas às quais temos acesso nos dias atuais. Nesse sentido a presença autoritária das agências internacionais nos jornais dos anos 1940/1960, por exemplo, não tem o mesmo efeito da presença desta mesma voz nos dias atuais, quando muitos filmes, documentários, weblogs e outras tantas vozes ativam outros vários sentidos em torno do mesmo conflito. O que deve nos intrigar, porém, é o fato de que o jornalismo tradicional faça tão pouco uso da condição de existência desta pluralidade de vozes. A ainda constante estratégia de acessar as fontes oficiais como regra de credibilidade, por exemplo, exclui muitas das outras vozes. E novamente, o uso do recurso à produção de narrativas que coloquem em cena os paradoxos e as contradições que essas vozes díspares suscitam é ainda extremamente escasso, para não dizer nulo, sabemos todos, na prática jornalística atual.



7. Em âmbito global, intensas disputas nos campos sócio-econômico-políticos e das religiões (que também se instalam no Brasil de hoje), colocam em evidência um jornalismo que põe em xeque o seu capital simbólico, a credibilidade. Haveria possibilidade de se pensar um jornalismo que se relacione eticamente com esses conflitos para além dos interesses dos grandes conglomerados de comunicação, inclusive cenário brasileiro atual?

Fernando RESENDE - A credibilidade é sem dúvida um dos mais importantes capitais simbólicos não só do jornalismo, mas de qualquer outra prática narrativa, já que se tratam invariavelmente de práticas que sobrevivem dos pactos estabelecidos com seus leitores. No caso específico de um jornal, cujo discurso de ordem é devedor do real (ou de um acontecimento do mundo vivido, se quisermos assim pensar), este pacto é ainda mais sensível, pois requer constantemente um exercício de checagem. Ninguém procura um jornal para ouvir/ler mentiras. Alguns ainda ali buscam a verdade absoluta, o que é uma outra questão, mas a credibilidade, no caso do jornalismo, está inevitavelmente enlaçada ao fato de que ali deve haver uma verdade. Com isso em mente, remonto um pouco à minha própria pesquisa para entendermos como este pacto parece se romper no âmbito da representação dos conflitos. O estudo que tenho feito em torno de conflitos político-culturais, que obviamente são também socioeconômicos, seja no caso da luta palestina ou a dos afro-muçulmanos, me mostram que antes até de não dizerem verdades, os jornais, de modo geral, forjam relações de poder, dirimindo a desigualdade de forças e reiterando o status quo, os preconceitos e os valores que prevalecem hegemonicamente na sociedade. Ao agirem deste modo, eles não só se atrelam ao poder dominante, deixando de lado o que deveria ser sua função de zelar pelos princípios democráticos, como também deixam de cumprir, com o seu leitor, o pacto de produzir verdades. Em outras palavras, ao omitir a existência de contradições e paradoxos, sempre presentes em qualquer conflito, os jornais entram no jogo perigoso de falar para um só leitor, aquele que também se atrela ao poder reiterado pelo jornal. No cenário brasileiro atual, este mesmo percurso me parece bastante pertinente. A crise dos jornais, portanto, não é somente econômica, mas também de ordem e natureza simbólicas e epistemológicas. Para quem ler/ver/ouvir uma parte da história – e sempre a parte atrelada ao poder que oprime – se nos é possível recorrer a outros narradores que mais fundamentalmente zelam pela complexidade dos fatos? Só existiria uma relação minimamente ética em relação à representação desses conflitos caso nessas narrativas jornalísticas nos fossem dispostas a pluralidade de vozes que apontam para as presenças díspares e contraditórias de atores que pensam e experimentam os conflitos. Em outras palavras, e isso fica muito claro diante dos conflitos que vivemos no Brasil nos dias atuais, a ética não está no que se diz, mas no(s) modo(s) de dizer o que se diz. A ética não se restringe ao lugar que se ocupa, e nesse

sentido, à luz das práticas narrativas midiáticas, ela é invariavelmente uma questão de linguagem.



8. As tecnologias proporcionam transformações importantes no jornalismo brasileiro atual. Mídia tradicional e mídias alternativas estabelecem vínculos na geração de circuitos interacionais, nos quais internautas assumem um protagonismo como coprodutor da informação. Na sua opinião, esse diálogo pode compor a rotina produtiva jornalística contemporânea, na constituição de um trabalho honesto e confiável?

Fernando RESENDE - No que diz respeito ao jornalismo brasileiro, não vejo, em linhas gerais, a rotina jornalística contemporânea interessada na incorporação de circuitos interacionais que promovam diálogos entre internautas e jornalistas, ou entre as mídias alternativas e as tradicionais, como sugere sua pergunta. Há sim uma espécie de apologia ao jogo interativo, bastante precário no meu entender, que alude à ideia de que o jornalismo estaria se colocando em relação com este "internauta". Práticas como "mande sua foto" ou "faça sua própria reportagem no bairro que você mora", no meu entender, são muito mais modos de forjar uma relação do que propriamente promover interações. Mesmo quando não são tomadas pelos determinantes técnicos que as próprias emissoras e jornais delimitam (a imagem deve ser na horizontal, por exemplo), a inclusão de pequenos trechos de reportagens feitas por não-jornalistas ou as pequenas notas que seriam a "visão do leitor", não interpelam o que já é consagrado no fazer jornalístico. Eu entendo que a constituição de um trabalho honesto e confiável, como você diz, está na compreensão de que o fazer jornalístico atravessa um quadro histórico-cultural que impõe ressignificações, tanto em termos práticos quanto teóricos. O internauta, assim como o leitor ou o telespectador, é também o outro de quem e para quem o jornalismo fala. A pergunta sobre como falar "com" este outro, a mim me parece, mesmo à luz do jogo interativo que as tecnologias em princípio promovem, ainda persiste. E ela é, também e antes de tudo, um problema relacionado à linguagem. Como, na sua remodelagem, caberia a "entrada" do internauta ou do leitor? Esta me parece uma pergunta interessante que poderia sim ajudar a recompor a rotina produtiva jornalística.



9. Que efeitos de sentido é possível identificar que estão sendo gerados na narrativa jornalística do presente?

Fernando RESENDE - Se for verdade que sob a luz, pouco se vê, me parece difícil dizer dos efeitos de sentido na narrativa jornalística do presente. O que eu tento fazer, nesses termos, é pensar a partir das representações da luta afro-muçulmana no século XIX, o mesmo caso que citei anteriormente. Ali especificamente, me parece interessante perceber não só o quanto os jornais da época reproduziram a lógica colonialista, como também contribuíram, de certo modo, para a produção de um certo imaginário em torno de quem é o muçulmano. As narrativas inventam geografias, esta é uma reflexão que tento fazer em um dos meus artigos, parte central da abordagem teórica que tenho feito mais recentemente, quando discuto mídia, narrativas e questões geopolíticas. Por este viés, os estudos das representações do Levante dos Malês demonstram fortemente o processo que chamo de “invenção de geografias”. Os jornais (e o jornalismo) da época, ao se coadunarem com a lógica do poder dominante, produzem o que eu chamo de uma “geografia do poder”, passando a ser um ator fundamental na veiculação e produção de imaginários que rompem o domínio da experiência temporal, expandindo-se e provocando uma distensão espacial, o que também é determinante em toda narrativa. Como exemplo, reporto-me à compreensão do que é ser muçulmano, ao longo da história, como devedora deste jogo de poder do qual o jornalismo é constitutivo. Se, na época do levante dos escravos muçulmanos no Brasil, interessava à lógica colonialista, eminentemente católica, associá-los à ideia de uma religião descabida – o Islã – os jornais, ao se referirem aos protagonistas do levante como bárbaros que agiam em nome de suas crenças, nada mais faziam do que contribuir para a concepção de que aqueles eram os inimigos da ordem. Foi também muito interessante perceber, em uma pesquisa que realizei durante o meu pós-doutoramento na Inglaterra, que os jornais ingleses, naquele mesmo período, faziam a mesma coisa, ou seja, atribuíam sentidos únicos aos escravos e ao Levante dos Malês, ocorrido no Bahia em 1835. Em outras palavras, os jornais do século XIX, que eu pesquisei no Brasil e na Inglaterra, falavam a mesma língua, organizando sentidos em torno de uma mesma geografia do poder, que era estritamente colonialista. No caso específico de questões relacionadas às religiões, por exemplo, ao refletirmos, em termos globais, sobre a relação direta que hoje se faz entre o muçulmano e o terrorista, percebemos um nítido amálgama de sentidos, um deslize de significantes que vem sendo construído, pelo menos, desde o século XIX, acerca de ideia de que o Islã seria uma fábrica de terroristas. Não se trata de dizer que

isoladamente os jornais brasileiros ou ingleses do século XIX seriam responsáveis diretos pela produção de sentidos redutores acerca do que é ser muçulmano, mas de pensar que, em linhas gerais, sim, os jornais daquele século, no que diz respeito a este episódio específico e a este grupo de sujeitos – os afro-muçulmanos no Brasil – estavam em total consonância com a produção de um imaginário coletivo em torno da ideia do muçulmano como bárbaro. Esses são efeitos de sentido que me parecem muito relevantes e que talvez joguem luz sobre um certo horizonte de expectativas que também hoje estaria sendo esboçado no Brasil. São conjecturas, mas a mim me parece possível considerar que, imersa em uma perspectiva política neoliberal e conservadora, a narrativa jornalística do presente, quando reitera e reverbera as lógicas dos centros de poder, estaria contribuindo imensamente para a sedimentação de um imaginário e de uma geografia do poder neoliberal e conservador.

ÂNCORA

10. A junção de elementos do jornalismo e do documentário adotadas por Eduardo Coutinho em *Cabra Marcado para Morrer*, ou na mostra de bastidores do programa *Profissão Repórter*, dirigido por Caco Barcellos, são exemplos da diluição de fronteiras observáveis em muitas produções jornalísticas atuais. Esse processo de hibridização também se manifesta nas relações que se estabelecem entre narrativas fílmicas, na literatura e na imprensa (interesses claramente manifestos em sua trajetória de jornalista e pesquisador). Que grandes desafios você identifica na fusão dessas linguagens, no que diz respeito ao protagonismo do sujeito, tendência da experiência jornalística contemporânea?

Fernando RESENDE - O meu interesse por pensar a partir do que você chama de uma "narrativa humanizada" nasceu basicamente da minha desconfiança, já na época da minha graduação em jornalismo, de que a narrativa das histórias do presente, nos jornais, padecia de um excesso de tecnicização da linguagem. Eu decerto não entendia nada do que me incomodava, mas a ideia de que seria possível pensar e produzir uma comunicação sem ruídos me era sempre estranha. Eu então busquei fugir da escrita jornalística, me tornei repórter fotográfico e foi exatamente no trabalho com a fotografia que descobri, para minha tristeza na época, que havia ali também um problema relacionado ao jogo de produção de

sentidos. Por esta razão, a ficção surgiu para mim como um caminho, em princípio fora do campo da comunicação, em que o processo de subjetivação dos sentidos seria totalmente libertário. Novamente um engano, mas desta vez mais libertador que antes, pois foi dali que surgiram para mim os problemas e os desafios relacionados aos atravessamentos entre os discursos literário e jornalístico. A descoberta, à época, de que a ficção não é sinônimo de mentira foi fundamental. Havia (e há) no discurso que almeja ser ficcional um resto de factualidade, assim como há no discurso que projeta o factual, um traço de ficção. Não se trata portanto de separar ficção de fato, mas de entender que no âmbito da linguagem, toda produção de sentido é devedora do cruzamento dessas duas formas de abordar o mundo; foram essencialmente Ricardo Piglia e, mais tarde, Paul

Ricoeur, que me trouxeram esta dimensão produtiva do problema que me atravessava desde a graduação. Daí todo o meu trabalho de pesquisa se pautou no princípio de que o cruzamento dos discursos literários, documentais e jornalísticos (e eu gosto mais de

Onde é que nas retóricas da objetividade, da neutralidade e da imparcialidade se esconde o poder?

Fernando RESENDE
Universidade Federal Fluminense | Brasil

falar em atravessamentos do que hibridizações) seria bastante efetivo para pensarmos as potências de uma dada narrativa jornalística. Eduardo Coutinho, por exemplo, traça toda sua obra a partir de uma angústia que lhe era central: como estar com o outro, sendo ele mesmo, o diretor Eduardo Coutinho, aquele que detinha o poder de apontar a câmera para este de quem ele falava? Coutinho, que também veio do jornalismo, é propulsor de um avanço importante, no caso do Brasil, daquilo que se refere à discussão teórica e à prática do documentário. Nesse sentido, os seus documentários, do meu ponto de vista, exatamente porque cruzam fato e ficção sem o temor de perder credibilidades, são essenciais para entendermos as várias experiências possíveis de produção de uma narrativa na qual o outro é um potencial protagonista. Assim, sem jamais esquecer os pactos próprios do jornalismo, mas essencialmente lembrando-se dos princípios que antes ressaltai, acredito que de uma perspectiva metodológica, e eu diria também epistemológica, os documentários, e em especial os do Coutinho, são fundamentais para indagarmos nós mesmos acerca dos dilemas que o jornalismo, enquanto prática cultural discursiva, se lhe impõe. Qual é o lugar do repórter, quando desacreditamos da

retórica da neutralidade? Se é verdade que “não se filma nem se lê impunemente”, como diz Jean Louis Comolli, onde é que nas retóricas da objetividade, da neutralidade e da imparcialidade se esconde o poder? É por este viés, exemplificado aqui de forma breve, que eu acredito ser importante, e bastante desafiador, nos deixarmos valer de outras práticas discursivas para suspeitar, indagar e refletir acerca do jornalismo que tanto prezamos. O “Profissão Repórter”, ainda que uma experiência problemática, já que não basta estar nos bastidores para que se coloque em questão os lugares de poder, é fundamental e essencial, como também procuro pensar em um dos meus artigos, para nos fazer ver que o problema da linguagem no jornalismo não é de natureza técnica, mas de criação e potencialização de afetos, proximidades e distanciamentos. Dito isto, eu pensaria que o desafio, ao notarmos e darmos valor ao atravessamento das linguagens que você cita, em parte está em buscar entender que ele não necessariamente dilui fronteiras. Pode haver atravessamentos em uma narrativa jornalística – por exemplo, deixar aparecer as marcas de um narrador – e o jornalismo continuar sendo jornalismo e não um documentário ou um romance. A questão, me parece, é que para isso é preciso abrir mão da ideia de que uma narrativa jornalística é primordialmente aquela que esconde as marcas da enunciação. Isso não só é impossível, como também, do ponto de vista da linguagem, é redutor e pode se configurar como um modo autoritário de narrar o presente.

ÂNCORA

11. Sob a perspectiva de que o jornalismo seria uma prática cultural discursiva, que elementos caracterizam os modos de produção daquilo que se entende como acontecimento jornalístico?

Fernando RESENDE - Ricoeur diz que “narrar é criar acontecimentos”. Esta é uma linha de pensamento muito relevante, mas que não pode destituir outras de igual relevância que pensam o acontecimento como algo que irrompe no cotidiano; uma perspectiva que é também fundamental para problematizarmos acerca de como o jornalismo reage em relação ao que se constitui como fato. Trabalhos muito importantes, realizados por grupos de pesquisadores da UFRGS, UFMG e UFSC, encaminham essas questões de forma brilhante. Contudo, havemos também de pensar que a concepção de Ricoeur está totalmente atrelada à ideia de que a narrativa também produz fatos. Por ser parte do mundo, a narrativa tanto o representa, no sentido

estrito do termo, quanto o cria. Pelo viés da narrativa, conforme a concebe Ricoeur e de acordo com o que este autor entende como sendo o círculo hermenêutico no e a partir do qual a narrativa se inscreve, o acontecimento é também aquilo que ela produz. No artigo em que busco discutir a luta palestina como um acontecimento jornalístico, meu esforço é entender de que maneira e por quais estratégias aquela luta territorial, em princípio, vai se transformando em uma luta religiosa de judeus contra árabes. Em outras palavras, o conflito, que está muito fortemente vinculado aos jogos de poder e à fundação do Estado de Israel, aspectos que visam à tomada e ocupação do território palestino, emerge nas narrativas jornalísticas da primeira metade do século XX como uma luta pela Terra Prometida. Esta é a disputa que, neste caso específico, se configura como um acontecimento jornalístico. A difícil separação entre o que é o Estado de Israel e o judeu, e entre o que é o árabe e o muçulmano, é radicalmente derivada da lógica deste “acontecimento” que foi produzido, e eu diria criado, pelas narrativas dos jornais absolutamente alinhadas às lógicas do poder britânico, norte-americano e, em medida mais ampla, à geografia do poder “ocidental”. Naquele caso especificamente é muito relevante tratarmos o problema nesta perspectiva, pois ela também nos ajuda a entender através de quais recursos aquele território em particular se vincula ao que compreendemos como “oriente”. A ocupação do território palestino segue de forma brutal e ela é hoje, mais do que nunca, muito discutida em fóruns acadêmicos. É muito interessante notar que parte significativa desta discussão gira em torno de “acontecimento jornalístico” produzido pelas narrativas que circularam e ainda circulam no mundo. E este acontecimento jornalístico serve muitas vezes não só para justificar nossos distanciamentos em relação ao que nós, no Brasil, entendemos como “oriente” – aquilo não nos diz respeito, não faz parte do nosso mundo – e justificam, ao mesmo tempo, a própria ocupação. Dito de outro modo, este acontecimento jornalístico produz discursos (podemos também dizer “outras narrativas”) contra e a favor da ocupação, discursos muitas vezes pautados na perspectiva exclusivamente religiosa, o que, de modo contraditório, minimiza o aspecto político-cultural próprio daquele conflito. Talvez possamos assim dizer que os elementos que caracterizam a produção do acontecimento jornalístico, neste modo específico de pensá-lo, é exatamente o amálgama (a colagem?) que se processa entre o poder dominante e as narrativas dos jornais. A pesquisa extensa que fiz nos jornais do século XX acerca da luta palestina demonstra o quanto este acontecimento muda de forma na medida em os poderes se realinham.

Quem é o terrorista, quem usurpa o território de quem, quais identidades estão em jogo e quais características específicas se atrelam a quais sujeitos é resultado de um deslizamento de sentidos nos próprios jornais, que é, por sua vez, proveniente do jogo impetrado por quem, em momentos distintos, detém o poder de dizer o que é aquele conflito. É assim que os jornais seguem a reboque dos poderes dominantes.

Algumas produções de Fernando RESENDE

Capítulos de Livros

- RESENDE, Fernando. "Reporting Pre-1948 Palestine in Brazil: the journalistic narrative and the British Empire". In: Harb, Zahera (org.). Reporting the Middle East: the practice of news in the 21st Century. London (UK): IB Tauris, 2017.
- RESENDE, Fernando. "Imprensa e Conflito: narrativas de uma geografia violentada". In: Peixinho, Ana Tereza; Araújo, Bruno. (orgs). Narrativa e Media: Géneros, Figuras e Contextos. Coimbra (Portugal): Imprensa da Universidade de Coimbra, 2017.
- RESENDE, Fernando. Falar para as massas, falar com o outro: valores e desafios do jornalismo. In: França, Vera & Vaz, Paulo Bernardo (orgs.). Comunicação midiática: instituições, valores, cultura. Belo Horizonte, Brasil: Autêntica, 2012.
- RESENDE, Fernando. Para um jornalismo audiovisual de fricção: a delicadeza de não ter o que dizer. In: SOARES, Rosana. GOMES, Maira. Profissão Repórter: São Paulo, Brasil: Alameda, 2012.
- RESENDE, Fernando. "Às desordens e aos sentidos: a narrativa como problema de pesquisa". In: Jornalismo Contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas. SILVA, Gislene. & KÜNSCH, Dimas. & BERGER, Christa. & ALBUQUERQUE, Afonso. (orgs.). Salvador, Brasil: EDUFBA/Compós, 2011.
- RESENDE, Fernando. Espaços parciais, espaços de resistência - relatos e conflito no cenário contemporâneo. In: GOMES, Renato; MORGATO, Izabel (Orgs.). Espécies de espaços: territorialidades, literatura, mídia. Belo Horizonte, Brazil: UFMG, 2008.

Artigos recentes publicados em Periódicos

- RESENDE, Fernando; THIES, Sebastian. "Temporalidades enredadas no Sul Global" (part I). (*Entangled temporalities in the Global South*). CONTRACAMPO – Brazilian Journal of Communication (UFF), v. 36, n.3, 2017. Disponível em: <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/1095>>
- RESENDE, Fernando; PERES, Ana Cláudia. "Nós, as testemunhas: notas sobre um jornalismo de teor testemunhal". *Dispositiva* - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas, v. 5, p. 121-137, 2016. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/12694>>.
- RESENDE, Fernando. ROSSIGNOLI, Leticia. "O conflito Israel/Palestina como

acontecimento jornalístico: análise de narrativas do Jornal Folha, da Manhã (1936/1946)". Revista GALÁXIA (PUC-SP), n 30, p. 86-98, 2015. Disponível em <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/23289>>.

RESENDE, Fernando. The Global South: conflicting narratives and the invention of geographies. IBRAAZ, London, 2014. Disponível em: <<http://www.ibraaz.org/essays/111>>.

RESENDE, Fernando. ROBALINHO, Roberto. Eu, na fronteira dos teus olhos - sujeitos, territórios e resistência no conflito Israel/Palestina a partir de um filme de Avi Mograbi. Revista ECO-PÓS, Rio de Janeiro, v. 17, 2014. Disponível em: <http://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1277>.

RESENDE, Fernando. Inventing Muslims as the Other in Nineteenth-century Brazil. Middle East Journal of Culture and Communication, vol. 6, London, 2013. Disponível em: <<http://booksandjournals.brillonline.com/content/journals/10.1163/18739865-00602001;jsessionid=1iwdrp495ggf.x-brill-live-03>>.

RESENDE, Fernando. (Est)ética da praça: rua, mídia e partilha. Revista Intexto, Porto Alegre, v. 1, 2013. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/41159>>.

Livros

RESENDE Fernando. Textuações: Ficção e fato no Novo Jornalismo de Tom Wolfe. São Paulo: Annablume, 2002.

RESENDE, Fernando; IQANI, Mehita (Orgs.). Media and the Global South: narrative territorialities, cross-cultural flow. New York, Routledge, 2018 (prelo).

RESENDE, Fernando; ROBALINHO, Roberto; AMARAL, Diego. (Orgs.). Modos de Ser Sul: territorialidades, afetos e poderes. (Org.). Rio de Janeiro: e-papers, 2018 (prelo).

“ANELKA É DO GALO”: Alexandre Kalil e a produção de ciberacontecimentos no *twitter*

“ANELKA É DO GALO”: Alexandre Kalil and the production of cyberevents on twitter

Thiago Pereira ALBERTO¹
Universidade Federal Fluminense | Brasil

Resumo

No presente artigo propomos analisar, através da performance midiática do ex-presidente do Clube Atlético Mineiro e atual prefeito de Belo Horizonte, Alexandre Kalil, no *Twitter*, as potencialidades que as redes sociais possuem na transformação do campo jornalístico contemporâneo. Para operacionalizar a proposta, utiliza-se como método o estudo de caso uma postagem realizada pelo dirigente em seu *Twitter*, onde ele confirmava a contratação de um notório jogador de futebol (o francês Anelka); uma transação que não se concretizou posteriormente. A partir deste acontecimento, adota-se observação e análise de seus posteriores desdobramentos na Internet, onde ancoramos este processo no conceito de ciberacontecimento. Pensamos aqui nas possibilidades que ele nos oferece, no sentido de pensar as novas lógicas de transmissão da informação e em como elas trazem indícios de que a prática noticiosa atual também configura-se amplamente na circulação em rede de diversas narrativas e na participação dos usuários interagentes nesta esfera comunicacional.

Palavras-chave

Jornalismo Esportivo; Alexandre Kalil; Ciberacontecimentos; Twitter.

Abstract

In the present article we propose to analyze, through the media performance of the former president of Clube Atlético Mineiro and current mayor of Belo Horizonte, Alexandre Kalil, on Twitter, the potential that social networks have in the transformation of the contemporary journalistic field. In order to operationalize the proposal, we apply as a case study a post shared by him on his Twitter, where he confirmed the contraction of a notorious soccer player (the French Anelka); a transaction that did not materialize later. From this event, we adopt the observation and analysis of its later unfoldings in the Internet, anchoring this process in the concept of cyberevents. We are thinking here of the possibilities it offers us, in the sense of thinking about the new logics of information transmission and how they bring indications that the current news practice is also broadly configured in the network circulation of several narratives and in the participation of the interacting users on web.

Keywords

Sports Journalism; Alexandre Kalil; Cyberevents; Twitter.

RECEBIDO EM 20 DE JANEIRO DE 2018
ACEITO EM 25 DE MARÇO DE 2018

¹JORNALISTA. Doutorando em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense. Possui Mestrado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (2013). Professor do Centro Universitário Promove. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em jornalismo, atuando principalmente nos seguintes temas: cultura pop, música, literatura, cinema e artes visuais.

Uma breve Introdução

A atual prefeito de Belo Horizonte, o empresário Alexandre Kalil se notabilizou publicamente ao presidir um dos clubes de futebol mais populares da cidade, o Clube Atlético Mineiro, entre os anos de 2008 e 2014. Profundamente identificado com a agremiação -conexão amplificada pelo fato de seu pai, Elias Kalil, ter sido, na década de 1980, também presidente da agremiação- a construção de sua persona pública, para além da importância do cargo que então assumia (uma posição já enquadrada habitualmente em critérios de noticiabilidade jornalísticos) se deu também através de suas performances midiáticas. Em diversas aparições ao longo dos anos de atuação social, ele colecionou declarações polêmicas, gestuais marcadamente irônicos e posturas incisivas, por vezes agressivas, em participações em programas de televisão e entrevistas em veículos impressos, digitais, ou em rádios, que de alguma forma cimentaram sua representação no imaginário popular. Em diversos episódios nestes contextos, Kalil expressou sem filtros temas como a rivalidade com o Cruzeiro Esporte Clube, as atuações do escrete que 1confederações; expressões que muitas vezes estavam alocadas na chave do humor, da provocação ou de uma objetividade apontada vulgarmente como "sem meias palavras"². Assim, estabilizou em si uma imagem usualmente associada ao sujeito "aficionado", "destemperado" ou ao "apaixonado"; termos conexos ao torcedor comum, ou seja, o sujeito sem vínculos administrativos com determinado clube.

Nesta direção, Kalil era frequentemente apoiado (principalmente pelos torcedores atleticanos) ou criticado (pelos rivais cruzeirenses e por parte da própria imprensa), recebendo assim chancelas tão díspares como as de "*dirigente exemplar*" ou de "*gestor irresponsável*", dependendo, naturalmente do ponto de vista de quem o caracterizava. É importante sublinhar o fato de que, em diversas destas notações à seu respeito, alinhavam-se aos adjetivos ("*louco*", "*destemperado*", em clave negativa, e "*verdadeiro*", "*real*", positivamente) substantivos relacionados com o cargo que então assumia, o que, em algumas situações, realçava o choque entre os previsíveis lugares de fala de um sujeito que possuía tal

²Uma breve seleção pode ser vista em: <<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/alfinetadas-piadas-e-chacotas-confira-frases-epicas-de-kalil-no-atletico-mg,f1bccd68e2a2a410VgnCLD200000b2bf46d0RCRD.html>>. Acesso em 14 de julho de 2017.

condição profissional. Assim, frequentemente, a controvérsia na construção de sua fachada (GOFFMAN, 1985) advinha da tensão entre o profissional que se comportava em ambientes públicos (aí incluso os espaços da mídia) de forma que seria permitido ou aceitável apenas ao amador atuar privadamente- ou em contextos específicos, como nas arquibancadas.

Em ambos os casos em que Kalil foi frequentemente visualizado, coincide uma espécie de publicização excessiva de sua figura, onde sua presença era comumente requerida pelos meios de informação, o que de alguma forma ajuda a explicar posteriormente o notório processo de celebração (TURCKE, 2010) e do estatuto da fama do dirigente do clube mineiro. Figura que nem sempre é central nas narrativas sobre o futebol - onde as luzes da atenção se destinam principalmente aos jogadores- Kalil se filiou como mais um caso exemplar em uma galeria relevante, mas não muito extensa, nos quais se perfilham nomes como os de Vicente Matheus (ex-presidente do Corinthians) ou Eurico Miranda (atual presidente do Vasco da Gama); personagens do “mundo da bola” que alcançaram um certo *status* entre o folclórico e o caricatural.

No caso do dirigente mineiro, a oportunidade do clube que presidia ter conquistado um título de relevo, a Taça Libertadores da América, após um dos maiores jejuns da história do futebol nacional³, durante sua gestão, de alguma forma proporcionou positivamente para ele o encontro de ambas as percepções como sinônimo de uma projeção pública bem sucedida, onde as fronteiras de distinção, antes nítidas, poderiam ser vistas com mais frequência como uma espécie de mérito comportamental, na direção de uma vinculação imediata com a audiência (independentemente das camisas que vestiam) e da configuração de um carisma reconhecido que ultrapassava as fronteiras especializadas no ambiente futebolístico. Um capital social que, para aposta de muitos, foi determinante na eleição para o cargo que ocupa hoje, por mais que sondagens⁴ anteriores à sua vitória rastreassem uma possível rejeição.

Um detalhe que nos parece de grande relevo na construção da persona midiática de Kalil, ou que pelo menos somou consideravelmente à

³Antes da conquista do torneio intercontinental, o Atlético Mineiro contava no currículo como título considerado de primeira grandeza nas hordas futebolísticas apenas o Campeonato Brasileiro de 1971.

⁴Disponível em: <<https://eleicoes.uol.com.br/2016/noticias/2016/09/21/possibilidade-de-prefeito-do-galo-vira-pesadelo-para-cruzeirenses-em-bh.html>>. Acesso em 14 de julho de 2017.

força sua presença no tecido social, especialmente em Belo Horizonte, foi sua vinculação às redes sociais, como o Facebook, e particularmente, o *Twitter*. Suas performances em ambientes de redes digitais como os citados de alguma forma parecem ter estendido e cristalizado com ainda mais nitidez as chancelas aplicadas anteriormente a ele. Em constantes (e marcantes) aparições no *Twitter*, a performance do mandatário alvinegro evocava o que Recuero (2005) aponta como sentimento de pertencimento, próprio dos laços de identidade ou de identificação, que modula o ponto de convergência entre sujeitos que se unem virtualmente em torno de uma causa ou de objetivos comuns. Neste caso, o próprio atrelamento a uma pluripresença midiática, através de perfis ou avatares em redes sociais, traduzido, neste caso, na percepção de que Kalil era um cidadão comum, como todos.

Com suas frases “curtas e grossas”, modeladas adequadamente às configurações de postagem do microblog (que permite aos usuários enviar ou receber atualizações que contenham, no máximo, 140 caracteres), a expressividade direta de Kalil parece ter encontrado no *Twitter* seu palanque ideal. Assim como para sua audiência, (previamente verificada nos meios massivos) e que agora poderiam ser percebidos no papel de usuários e interagentes, assumindo um papel central na construção do que tomamos aqui como a lógica da conversação (LEMONS, 2009), a aproximação, via dispositivos de mídia, que possibilita a interação entre o considerado célebre e o cidadão comum; dinâmica que assume cada vez mais um lugar destacado no processo de mediação que, historicamente, passava hegemonicamente pelo papel assumido pela chamada grande imprensa, e seus veículos de referência. Diante dessa condição, Kalil passa, em termos grosseiros, da condição de pauta para pauteiro, no que tange o material que ele fornece continuamente para a mídia e as executivas típicas de recolhimento dos acontecimentos jornalísticos, possibilitando a assunção do fenômeno avaliado como ciberacontecimentos por autores como Henn (2010; 2015), de onde

Os modos de construção desse acontecimento (captação e distribuição textual e audiovisual, formatação de narrativa transmidiática e hipertextual e métodos próprios de repercussão, tudo isso sem a necessária mediação do jornalismo tradicional) sinalizam para transformações que o jornalismo vive hoje e que possuem características de crise. Os processos de produção do acontecimento jornalístico e suas narrativas não

atentem mais à lógica linear e desencadeiam-se de forma sincrônica com a presença significativa de novos atores. As lógicas de produção se alteram na medida em que é a própria rede, em um primeiro momento, que abastece os jornalistas de informação sobre o que relatar. E o próprio relato amplia-se em cadeia interpretante rizomática, hipertextual e multimidiática trazendo complexidade maior à relação acontecimento/narrativa. O irromper do acontecimento neste ambiente pode produzir uma semiose explosiva, de imediata repercussão e de desafios instigantes para o exercício do jornalismo. (HENN, 2012, p.114).

A partir de um estudo de caso de um *tweet* específico (o anúncio da contratação de um jogador de primeira grandeza no futebol mundial, uma negociação que não se confirmou) tratamos de um acontecimento que não se configurou como proposta inicial (já que a transação deu errado) mas que garantiu sua estatura como acontecimento a partir de sua repercussão e demais modulações lançadas nas redes digitais e replicadas por diversos veículos de mídia.

Assim, partimos de duas premissas iniciais no presente artigo: a primeira, de que as postagens possuem um “cunho próprio”, ou seja, são assinadas por Alexandre Kalil, e não recorrem a assessorias de imprensa, de imagem, ou a textos autorizados previamente por outrem. Nesse sentido, pensamos (e acreditamos, fundamentalmente) no nosso objeto sob a ótica do eu protagonista, como proposto por Sibilía (2012), o sujeito que recorre aos ambientes midiáticos pessoais, como as redes sociais ou os blogs, para sensibilizar algum tipo de atenção. Diante desse cenário de embaçamento das fronteiras do público e do privado, do real e do ficcional, do narrador e do personagem, oportunizado pela comunicação digital e em rede, a lógica (em permanente transformação, reforçamos) de uma alfabetização midiática (SIBILIA, 2012), ou seja, os procedimentos de leitura e escrita adotados diante da assunção destas novas possibilidades de registro pessoal, é também um traço marcante na trajetória que analisamos aqui.

Nossa segunda questão, na esteira desta inaugural, é a de que as dimensões *performativas* de Kalil não apenas amplificam a propagação de sua *persona* pública e as esferas comunicativas, conversacionais e interacionais que a cimentam, mas possibilita também a construção de outras narrativas, que se espriam por diversos outros ambientes- como

os chamados meios de referência de produção jornalística: jornais, canais de televisão, internet ou rádio. Nesta direção, tomamos aqui como estudo de caso o *tweet* “*Anelka é do Galo*” para ancorar a *performance* midiática de Kalil no conceito de ciberacontecimento, pensados aqui tanto na ordem da produção de acontecimentos e seus desdobramentos em narrativas jornalísticas sobre eles, quanto no corte e configurações dos mesmos como acontecimentos que contém marcas do ambiente digital.

Kalil e *Twitter*: feitos um para o outro

Operacionalizamos tal percepção, portanto, a partir de um episódio que envolveu o dirigente, nesta primeira fase de sua trajetória célebre e pública, e em como ele repercutiu com intensidade no tecido social. No dia 5 de abril de 2014, então presidente do Clube Atlético Mineiro, Kalil publicou aquela que é uma das postagens mais emblemáticas de todo seu histórico de *performances* nas redes sociais. A postagem “*Anelka é do Galo.*”, onde anunciava a contratação do francês (um nome de relevo suficiente para justificar a empolgação do gestor, já que durante anos o atacante se destacou com a camisa do Real Madrid, da Juventus e da seleção de seu país) seria mais um acontecimento acrescentado na então extensa galeria de material noticioso que se acumulava no perfil do dirigente nesta plataforma. Nesta altura, os usuários de redes sociais-especialmente da torcida atleticana e da imprensa- já tinham como hábito monitorar as postagens de Kalil, que notadamente reservava ao *Twitter* o anúncio, em primeira mão, de grandes contratações (outras postagens frequentes diziam respeito a provocações aos times rivais e comentários belicosos pós-partidas de seu clube, especialmente referentes à arbitragem).

Antes de entrar na cizânia que foi esta postagem, da qual pretendemos ancorar como um ciberacontecimento, se faz necessária uma breve contextualização da performance de Kalil nesta plataforma. Inscrito no *Twitter* desde maio de 2009, na data da postagem “*Anelka é do Galo.*” ele já se notabilizara como um dos atores (dos bastidores) mais visados no recorte do futebol brasileiro em ambientes digitais. Uma das possíveis justificativas para este alcance função está em uma característica então particular de sua atuação até ali: anunciar muitas das novas contratações, primeiramente, pela rede social, o que se tornou uma tradição em sua gestão, logo adotada por outras figuras do mundo esportivo.

Para além do pioneirismo, este procedimento de Kalil se revelaria uma importante estratégia de comunicação e interação, no sentido de visibilizar tanto sua atuação para si e a construção de sua chancela de

dirigente ousado, de modos arrojados e em sintonia com as novas formas de conversação; quanto para o clube, num gesto que poderia ser avaliado como no limiar entre a ação de marketing e a promulgação de informações. Geralmente precedido por um chamado irônico, mas afetivo, - para “a torcida mais chata do Brasil”- Kalil anunciou uma série de reforços significativos para o Atlético-MG via *Twitter*, como o goleiro Victor (2012) e o atacante Diego Tardelli (2013), atraindo para si, primeiramente, a condição de mensageiro das boas novas negociações do time.

Situamos que a confirmação de novos negócios no mundo do futebol é uma notícia extremamente qualificada e “quente” no meio jornalístico especializado no esporte, de significativo e histórico eco perante a audiência, desde sempre. De acordo com diversos autores (TRAQUINA, 2004; SODRÉ, 2009) a construção da notícia, e seu caráter valorativo (o chamado valor-notícia), ganha ainda relevo maior de acordo com os critérios na qual ela se enquadra. Neste contexto, quanto mais notórios forem os personagens envolvidos na história, aumentam-se as chances da contratação de um atleta. Ou seja: um acontecimento usual e rotineiro tanto para o sistema de funcionamento de uma agremiação esportiva, quanto para a cobertura de imprensa, pode se transformar em um acontecimento jornalístico de grande impacto.

A esta questão, aloca-se uma tensão inicial do que propomos com este estudo de caso, relativo à categorização do jornalismo como um mediador social, que transforma o acontecimento em narrativas inscritas em códigos historicamente constituídos. Como apontam autores como Kunkzic (2001), a *práxis* jornalística tem a prerrogativa de organizar, selecionar e hierarquizar os acontecimentos do mundo a partir de enquadramentos vinculados à conexões do próprio sistema jornalístico (tempo, demandas organizacionais, agendamentos). A partir da percepção de um acontecimento factual, inscrito na realidade histórica, portanto passível de confirmação- o popular *baseado em fatos reais* - a notícia se configura como estas micronarrativas do real (SODRÉ, 2009) e o jornalista, nestes termos, tem como prática principal reunir, detectar, avaliar e difundir as notícias ou fatos do momento (KUNKZIC, 2001).

Conforma sinalizam Henn e Moura (2015) a semiose da notícia, sob estes diapasões, se estabelece como um processo relativamente estável e linear. Trata-se de um processo estabelecido historicamente onde a circulação midiática estava restrita para quem detinha a posse de

concessões e dos meios de produção. Esta paisagem se altera drasticamente com o imaginário e a prática da cibercultura, através de aspectos como a vulgarização dos meios e das formas de comunicação, do conteúdo gerado por infindáveis atores, da ultrapassagem do modelo de produção noticiosa em série, e da força das redes digitais como ambientes de interação e agenciamentos particulares (LEMOS, 2009, PRIMO, 2007). Assim, as configurações dos acontecimentos, com as mudanças consolidadas pelas redes digitais de comunicação, dão a semiose da notícia outros pontos de propulsão.

Tal dinâmica interacional se configura como marca significativa dos meios pós-massivos. Redes sociais como o *Twitter*, nesta direção, são os espaços de conformação dessa heterogeneidade, de disputas de sentidos entre diferentes sistemas que se dedicam a interpretar o mundo conforme diferentes repertórios e interesses. Como aponta Tarde (*apud* Lemos, 2009, p.14) se foi o jornalismo, enquanto imprensa massiva, que produziu as condições para a formulação da opinião compartilhada não mais pela multidão, mas pelo que se passa a chamar de público, a partir da invenção da imprensa no século XVI, os novos dispositivos de mídia e suas ambiências, possibilitam por vezes a inversão dessa hierarquia cristalizada por séculos: o veículo de mediação pessoal (como as páginas e perfis de redes sociais) pauta continuamente a imprensa de referência.

Como acenado por Lemos (2009, p.75) podemos levantar a tese de que a internet, em suas diversas práticas sociais, tem criado e ampliado a relação entre “a conversação (no “mundo da vida”) e a opinião (no debate público e político), dinamizando, ao mesmo tempo, uma esfera conversacional do prazer, da distração e da polidez” e com isso, modificando as percepções da formação de uma opinião pública e de uma esfera política. Nesse sentido, a notação de Tarde soa premonitória certas questões no contexto atual, relativas à crise da imprensa ou ao enfraquecimento de seu lugar hegemônico na comunicação atual:

Se não se conversasse, ainda que os jornais surgissem – e não se concebe nessa hipótese sua publicação – não exerceriam sobre os espíritos nenhuma ação duradoura e profunda, seriam como uma corda vibrante sem base de harmonia; ao contrário, na ausência de jornais e mesmo de discursos, a conversação, se conseguisse progredir sem esses alimentos, o que também é difícil conceber, poderia, a longo prazo, suprir numa certa medida o papel social da tribuna e da imprensa como formadora de opinião. (TARDE, *apud* LEMOS 2009, p. 76).

Nesse contexto, a prática desta narratividade espalhada (JENKINS, 2009) - de onde o dirigente atleticano e seu perfil no *Twitter* se registram como mais um dos atores a performar nesta rede- possibilita a formação de focos de tensão que envolvem não apenas o jornalismo, mas todo o sistema midiático contemporâneo. Certos registros narrativos noticiosos, antes confinados à mídias de referência, agora se espriam com maior fluidez, onde o que poderíamos notar como práticas jornalísticas são cometidas por, por exemplo, não profissionais. E, para além do exercício da tessitura de notícias, é válido pensar que as dimensões de poder (referentes aos “donos” da informação, a imprensa) que envolvem estes agenciamentos também podem ser alterados.

Assim, analogamente, Kalil estabeleceu em seu *Twitter*, a partir da expectativa gerada pelos usuários da rede que acompanhavam seu perfil, uma situação relacional semelhante aos fiéis aguardando a fumaça subir do Vaticano, no anúncio de um novo pontífice. Através do gesto do eu protagonista, deslocou para si o ponto focal de um dos momentos mais caros à prática jornalística: o anúncio de um fato inédito (*the news*), que por vezes se conformam no chamado furo, a notícia exclusiva e surpreendente dada por um veículo de mídia. Ao reservar o *Twitter* para, por vezes confirmar, por outras anunciar inesperadamente, fatos importantes envolvendo seu clube, Kalil frequentemente “furava” os chamados dispositivos do jornalismo de referência: bastava segui-lo na rede social que o consumidor de informações estaria abastecido de novidades, relegando aos veículos tradicionais o papel de repercutir o acontecimento- e não dar forma a ele, papel que cumpria tradicionalmente.

Nesta direção, reside, portanto, um gesto de apagamento da intermediação jornalística, quando a fonte primária da informação, portador da legitimidade que sempre foi um código diferencial e mantenedor da mídia como condição de interpretante social do signo notícia, se comunica diretamente com os usuários. Sob essas condições, os modos de dar a ver os acontecimentos na esfera pública se alteram drasticamente. Como sublinham Henn e Moura (2015), o jornalismo só existe na interação com outros sistemas, e, com a ascensão das redes sociais, essa afetação é potencializada, gerando ambiente de crise.

Neste sentido, a performance do eu protagonizada por Kalil- suas postagens “privadas” como potentes afetações no público, que se atravessam e modificam formas de mediação- pode ser pensada como

geradora de cibercontecimentos constantes, por se inscrever nas novas arquiteturas narrativas amplificadas pelas redes digitais e, para além, por jogar luz nos modos como o jornalismo tem de lidar com isso e torná-los visíveis. São assim, complexificadores de semioses, deflagradores da diversidade e das abordagens mais plurais em curso nas redes sócio técnicas que caracterizam os processos comunicacionais da contemporaneidade, possibilitando a visibilidade de fenômenos como os cibercontecimentos (HENN, 2010).

“Anelka é do Galo.”: “a ascensão e queda” de Kalil nas redes sociais

Nesta direção, destacamos o *tweet* “Anelka é do Galo.” pela potencialidade de sentidos que ele esprou a partir do momento em que foi postado, gerando afetações espessas no tecido social, passando pelo que categorizamos aqui como três fases de análise possíveis para este cibercontecimento: a surpresa, controlada pelo portador da notícia e geradora de expectativas para os demais interagentes (donde destacamos o lugar da imprensa e da torcida); a decepção, o *fail*, diante dos desdobramentos que se seguiram a partir da postagem (aonde a imprensa, o dirigente e o jogador atuam como mediadores que se afetam constantemente), e a repercussão cômica, os desdobramentos “fora de controle” típicos da ambiência das redes sociais, e seguramente um eixo importante de garantia que este acontecimento ecoará por muito tempo ainda. Nos debruçaremos a elas agora.

Surpresa

Imagem 1 - Reprodução *Twitter*



Tomamos como surpresa aqui, o eclodir do(s) acontecimento(s), ou seja, o *tweet* fundante de toda a rede de significações estabelecida *à posteriori*. Se as sondagens sobre a compra do jogador pelo clube mineiro ainda pertenciam, dias antes, ao campo das especulações, coube à Kalil, como habitualmente fazia, moldar o que era predisposição em ser factível se transformar em notícia (*habemus nuntium!*): “Anelka é do Galo.”. Até então, ele vinha rejeitando a possibilidade de negócio sob o argumento de que o clube não teria condição de bancar o veterano jogador de 35 anos, mas, curiosamente, postou na madrugada -pouco depois das duas da manhã, horário em que tanto as prensas como boa parte dos plantonistas da comunicação possivelmente não estavam suficientemente alertas- do dia 06 de abril, que o negócio estava confirmado. Fato, aliás, que teria a dimensão de um “furo” jornalístico, se moldado pelos padrões de referência de atuação dos meios de comunicação, mas que, como pontuamos anteriormente, faz parte da dinâmica estabelecida por Kalil em relação às notícias do clube que então presidia.

Destacamos postagens aqui que ocorreram como reação inicial- ou seja, nas primeiras horas após o anúncio e que se reúnem em diversos tipos. Muitas são celebratórias (como as de um perfil de uma torcida organizada famosa do clube, a Galoucura: @TOGdiretoria: “*Eu sabia que você não iria me decepcionar. Galo!*”; ou a de @GaloDoidopanpage: “*Bom domingo CAMbada!*”); outro grupo de postagens investe na dúvida a respeito do investimento naquele jogador, (@joaopraetzel: “*Tenho dúvidas se ainda pode render, vamos aguardar*”) ou em uma espécie de choque (@felipelobo: “*Rapaz, olha só, o mundo virou mesmo*”). São notáveis também as replicagens que surgem como referências o exterior, como que dimensionando o valor-notícia do *tweet* de Kalil, (como as de @nicolas_vilas informam que “*acabou de ser desmentido aqui na França...é oficial mesmo?*”. @juanpablocoronado: “*Presidente de Atlético mineiro acaba de informar que Anelka assinou com o clube*”).

Destacamos aqui especialmente os perfis que se vinculam à imprensa, e que representam espécies apurações iniciais, (como a de @Munaier, setorista do time no jornal Estado de Minas: “*É oficial ou extraoficial?*”, ou do blog futebolístico @Senhorgol: “*Fechado? Quando tempo de contrato? Galo vai bancar salário todo ou tem parceiros?*”). Neste caso específico, impressiona a presença do *tweet* de um representante da imprensa de referência, Milton Neves (@Miltonneves: “*Vai conhecer o galo de verdade, não o genérico da França*”), que puxa o fio estatístico de percepção ao *tweet* (imagem 02) que, com o passar dos anos, chegaria a 1,9 mil

compartilhamentos, 37.149 *retweets* e 13.939 curtidas⁵. A atuação de Neves aí marca a dimensão imediata dos desdobramentos do *tweet* de Kalil para diversos outros veículos de mídia e afere o monitoramento necessário (e, pela hierarquia da postagem de Neves, a primeira após o anúncio de Kalil, a precisão) da imprensa tradicional diante deste novo cenário dos processos de informação.

Imagem 2 - Reprodução *Twitter*



Decepção (*fail*)

Pensamos aqui que os rebatimentos da notícia, nos dias posteriores ao anúncio de Kalil, atuam como aparelhos de validação para a configuração do ciberacontecimento; para além, qualificamos este caso específico como a fase de “decepção”, no que tange à negociação em si, e a posição em que Kalil, como portador de uma (não?) notícia se estabeleceu, tanto nos dias posteriores, quanto na rememoração deste episódio. Se, de alguma maneira, o *tweet* “Anelka é do Galo” se pretendia um ponto alto neste posicionamento de protagonista do dirigente (tratava-se do anúncio de uma estrela internacional) através das redes digitais, o desdobrar deste acontecimento fica como uma “queda” simbólica de seu poderio; ou, para usar o jargão das redes sociais, um momento “*fail*”- mesmo que momentâneo, como os acontecimentos posteriores iriam provar (nos debruçaremos brevemente sobre isso à frente).

No decorrer do dia após a postagem que confirmava o negócio, o assunto era a pauta principal da editoria de esportes de alguns dos maiores portais⁶ de jornalismo do país. Veículos como Globo.com⁷, R7⁸, e

⁵Disponível em: <<https://twitter.com/alexandrekalil/status/452673081027616768>>. Acesso em 14 de julho de 2017.

⁶Tomamos a referência do jornalismo online como escopo aqui pelo fator velocidade da informação, e cientes da ampliação da notícia também nos formatos impressos.

Bandeirantes⁹, entre muitos outros, anunciaram a negociação como uma notícia de grande relevo para o futebol nacional. Em alguns casos, a repercussão da mídia já estendia a notícia de Kalil, apontando que o atacante francês, que viria de Londres para Belo Horizonte, já teria um pré-contrato acertado até dezembro de 2015 e que sua chegada estava marcada para alguns dias, entre outros detalhes. É notável o cuidado tomado por alguns deles, ressaltando a fonte da declaração- o *tweet* de Kalil.

Nos dias seguintes, a cizânia se iniciou, e foi fartamente documentada pelos meios de comunicação, ocupando também as *timelines* de variadas redes digitais. Inicialmente, o jogador alegou problemas no embarque e disse que chegaria ao Brasil apenas nas próximas semanas. Ainda assim, o empresário do jogador e o irmão do atacante chegaram à capital mineira. Eles visitaram as acomodações do clube e foram a Lagoa Santa, local em que o jogador ficaria se acertasse com o Atlético-MG. Mesmo assim, nada se confirmou oficialmente- o que já levantava suspeitas a respeito do caráter “apressado” (e talvez equivocado, apostavam alguns) do anúncio de Kalil.

Durante este período de dias, o *tweet* de Kalil já ganhará o status de suíte jornalística nos veículos de referência, como desdobramento e complementaridade ao que já foi publicado anteriormente, sempre com novas informações e adendos. Em paralelo, o gestor continuava a se manifestar de tempos em tempos no *Twitter*. Depois de mais imbróglios, Anelka recebeu um ultimato do Atlético-MG: a apresentação deveria ocorrer até o dia 14 de abril; o jogador enviou um *e-mail* ao clube avisando que não poderia se apresentar no prazo estabelecido. A situação não ocorreu e, no dia seguinte, o clube alvinegro anunciou a desistência do negócio, informando que não haveria acordo por Anelka não cumprir os prazos estabelecidos. O ponto final na transação se deu quando o jogador francês respondeu por intermédio de um vídeo¹⁰ (o que de alguma forma solidificou ainda mais o modo de ciberacontecimento de todo o episódio, diga-se, já que o vídeo serviu como outro interagente

⁷Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/atletico-mg/noticia/2014/04/kalil-anuncia-contratacao-de-anelka-em-rede-social.html>

⁸Disponível em: <http://noticias.r7.com/fala-brasil/videos/atleticanos-esperam-ansiosamente-pela-chegada-de-anelka-17102015>

⁹Disponível em: <http://videos.band.uol.com.br/programa.asp?e=esporte&pr=os-donos-da-bola&v=14987304&t=Neto-Anelka-vem-para-substituir-Ronaldinho>

¹⁰ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=M8Fijwj1bRk>>

expansor da postagem original de Kalil¹¹) onde afirmou que nenhum acerto foi fechado e houve apenas uma proposta realizada pelo clube alvinegro.

Kalil rebateu e disse que houve um acordo entre as partes, ironizando a situação via *Twitter* (imagem 03) e ameaçando recorrer à FIFA. Depois da postagem, Kalil compareceu a uma cerimônia pública e voltou a falar sobre o caso¹², em tom conclusivo, carregado de termos fortes (“*Nós chutamos a bunda dele*”; “*Mandamos plantar batata*”), ameaçadores (“*Ele vai ter que provar que é fantasia porque vamos a FIFA*”), tipicamente de sua *performance* midiática, e, nos chama a atenção, declarações na chave da autoproteção e da credibilidade (“*Vou tuitar se não estivesse assinado?!*”).

A partir desta data, já seria possível acompanhar, no *tweet* do dirigente, postagens irônicas e comemorativas a respeito da decepção envolvendo o acontecimento, tanto de torcedores rivais (como @Cruzeiroweb: “*UIA*”), quanto de representantes atleticanos (@guicoacci_galo: “*Vai tuitar na puta que pariu presidente!*”). Sintomas de que o desdobramento de todos estes acontecimentos parecia estar apenas no início.

Imagem 3 - Reprodução *Twitter*



Repercussão cômica

Para “azar” do dirigente, as marcas fragmentárias, fluídas e difusas do ciberacontecimento carregam também como distinção uma alteração significativa na temporalidade da notícia- que não mais serve, depois de publicada, apenas para “embrulhar peixe”, como sinalizava o velho jargão

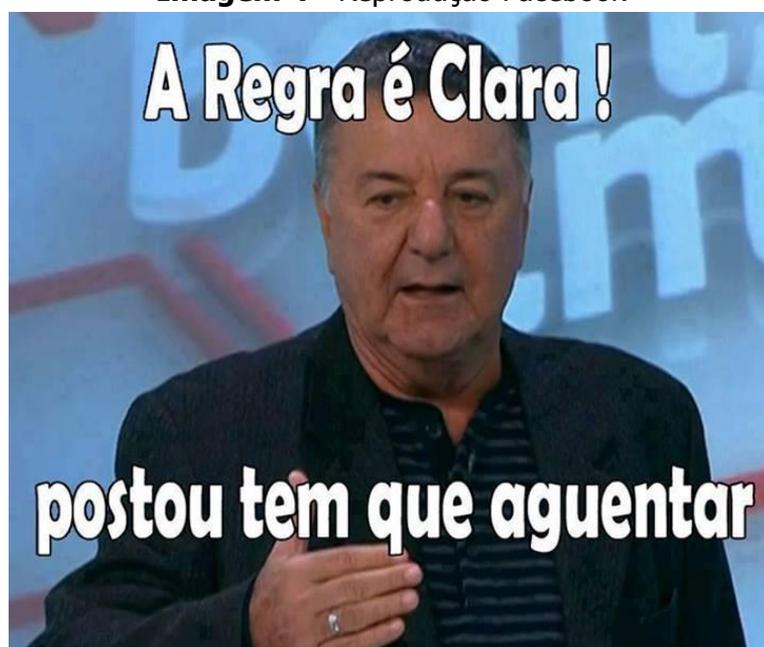
¹¹Tal vídeo rapidamente também ganharia releituras cômicas, como em <<https://www.youtube.com/watch?v=eXZ0HfyB4CA>>.

¹²Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/atletico-mg/noticia/2014/04/atletico-mg-revela-documentos-do-caso-anelka-e-desmente-atacante.html>>.

jornalístico. São parte também de sua nova dinâmica a propagação e a permanência, aspectos que vão permitir, por exemplo, a apropriação através do humor, como destacamos aqui- de seu conteúdo. *Memes*, *trollagens*, reapropriações múltiplas de um signo inicial que parecem não cessar e seguem rebatendo novas contratações do clube e lembrando continuamente, o aspecto *fail* da negociação e especialmente, da postagem do dirigente.

Nesta direção, uma infinidade de releituras do episódio são rastreáveis nas redes digitais, sob a retransmissão da replicação *memética*. Se os *memes* de internet são criados por interagentes que ressignificam assuntos cotidianos, conteúdos midiáticos e discursos sociopolíticos por meio do humor, e este, como tema contemporâneo, parece ter se tornado cada vez mais necessário para se compreender as manifestações individuais ou coletivas nos sites de rede social (AMARAL, BARBOSA; POLIVANOV, 2015, p.6), o *tweet* “Anelka é do Galo” se tornou exemplar desse gesto, na retransmissão do futebol brasileiro.

Imagem 4 - Reprodução Facebook



Assim, o não acontecimento da contratação de Anelka se tornou no acontecimento da falha de Kalil, uma oportunidade ímpar para seus detratores que o viam, como apontamos no início do artigo, como o torcedor sem pudores, travestido de gestor. Desta maneira, o *Twitter* do então presidente do Atlético Mineiro, como palanque democrático pouco

disposto a filtragens específicas, se inundou de torcedores de outros clubes- especialmente os cruzeirenses- que parecem marcar presença apenas para provocar, como a postagem de @wesley_CEC, que indicou link para a imagem seguinte.

Outro movimento digno de grifo são as re-postagens ou os comentários relativamente atualizados no *tweet*, com o passar dos anos, como que para lembrar do momento de decepção que aquilo significou para o Clube Atlético Mineiro, casos da postagem de @tozzaFla, no dia 19 de dezembro de 2016 (a mensagem era apenas um “R\$”) e mais explicitamente, de @horroshow, em 4 de janeiro de 2015 (“*ahahahahaha, isso nunca vai perder a graça!*”). Outro ponto que historiciza com precisão o fator cômico que o episódio carrega, é o fato de ter se tornado um *case* exemplar para negociações fracassadas no futebol nacional, que poderiam tomar o mesmo rumo do que aconteceu com o excrete mineiro- como o Corinthians e o jogador da Costa do Marfim, Drogba, em 2017 (figura 05). Ciberacontecimentos também se transfiguram em *deadlines* perpétuos¹³ sob o diapasão da comicidade ou, mais diretamente: a *zoeira never ends*.

Imagem 5 - Reprodução Twitter



¹³Disponível em <<http://www.otempo.com.br/superfc/com-memes-mico-da-contrata%C3%A7%C3%A3o-de-anelka-pelo-galo-completa-um-ano-1.1020025>>.

Imagem 6 - Reprodução Facebook



Conclusões finais

Na presente proposta de artigo, tomamos como objeto de análise um *tweet* postado em abril de 2014 pelo então presidente do Clube Atlético Mineiro, Alexandre Kalil, anunciando a contratação de um jogador francês, o atacante Anelka. Notamos que, diante do fracasso da negociação, e de todos os agenciamentos posteriores envolvendo este acontecimento, a mensagem ganha uma espécie de caráter inaugural para uma sequência de semioses que ajudam a compor um inspirador complexo semântico marcado por tensões, acoplagens narrativas e discussões em torno da prática noticiosa na contemporaneidade.

Inicialmente, notamos acontecimento aqui como força propulsora de possibilidades sógnicas, no rumo de inaugurar processos ou a emergência de sentidos, e assim, como instaurador de um campo problemático, no sentido de constituir novos mundos e desencadear discontinuidades que se comportam em diversas dimensões (temporais, históricas, narrativas). Assim, em sua ocorrência no contexto da comunicação, conversação e interação em redes digitais, percebe-se a aparição de marcas próprias, que parecem consagrar novos aspectos de reconstituição, propagação e reconfiguração de fatos noticiosos.

Neste sentido desvelam também questões como surpresa, interatividade, replicação *memética*, entre demais processos em rede, que por vezes são narrados de forma independente da mediação do jornalismo, especialmente no contexto de espalhamento midiático (JENKINS, 2009), onde é aferido que tal *práxis* se situa como apenas mais uma forma de mediação. Assim, considerarmos este episódio como um campo interessante de assunção do ciberacontecimento e os rebatimentos típicos que marcam esse processo, onde uma série de atores -o dirigente, os seguidores na internet, a imprensa- se apresenta como pontos de conexão fundamentais para o entendimento das particularidades de um quadro mais amplo de um acontecimento, além de deflagrar as latentes possibilidades da eclosão de uma notícia na ambiência das redes digitais.

Neste trajeto, partindo do objeto de análise escolhido, pensamos inicialmente a *performance* de si de Kalil na rede digital *Twitter* tanto como uma espécie de *continuum* quanto como a expansão de aspectos já observáveis anteriormente em sua presença nos ambientes de jornalismo de referência; e em como isso é fundamental para a construção de sua *persona* midiática, como constituição e acúmulo de capital social dentro do enquadramento da lógica de redes digitais. Seu uso das redes sociais e a subsequente aderência de uma audiência expressiva o *seguindo*, o *compartilhando*, o *comentando*, como um tipo de âncora solitário em sua plataforma de comunicação, parece reforçar seu agenciamento, como ator de destaque, no sentido de “dispensar”, pelo menos inicialmente, os meios tradicionais de mediação da informação pública.

Atesta-se assim, que os movimentos sociais no *Twitter* se caracterizam por “relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada do relacionamento, afetando-se mutuamente” (PRIMO, 2007, p. 57). No jogo contemporâneo da interação social, o entendimento deste mecanismo pode se oferecer como uma ferramenta útil de visibilidade, e conseqüentemente, capital social. Como aponta Lemos (2009), em muitos casos, é isso que está acontecendo nas redes sociais *on-line*. A conversação, “direta”, *peer to peer*, se configura como um processo cotidiano, verdadeira instituição social e o aumento da conversação pode ampliar a circulação da opinião social.

A conversação aqui, o modo de falar com o interlocutor, e todas as suas dinâmicas (linguagem e uso de termos que possibilitam o entendimento mais completo), se apresenta como aspecto fundamental para o caráter interacional; e Kalil, nesta direção, se apresenta como um

objeto rico de análise, especialmente quando pensamos em como o entendimento destas novas configurações comunicacionais parecem ter pavimentado o caminho para seu status atual, como prefeito de Belo Horizonte. O caso “Anelka é do Galo”, analisado aqui, pode ser notado como um momento fail em um arquivo de performances midiáticas em redes digitais muito bem sucedidas.

Quando Alexandre Kalil recorre performaticamente às redes sociais não apenas como lócus (no sentido de apenas dar continuidade a um exercício informacional que seria registrado em meios mais oficiosos) mas, principalmente, como pathos- através de um discurso direto e objetivo, “sem meias palavras”, a conversação aproximada para com o outro; ele parece colocar em prática- e ter ciência- da dimensão interacional deste novo cenário. Comprovando essa condição, talvez possamos apontar um episódio bastante recente no qual ele novamente protagonizou, ao realizar um live (recurso de vídeo oferecido pela plataforma), desta vez em sua página do Facebook, e afirmar que governar (a prefeitura de Belo Horizonte) “está foda”. Rapidamente essa declaração se alastrou pelas redes e, novamente, ele pautou grandes veículos como a Folha de S. Paulo¹⁴.

Nessa direção, como aponta Lemos (2009), talvez resida a ideia de pensar na centralidade e importância do ciberespaço como uma nova esfera pública de conversação onde o “mundo da vida” amplia o capital social, recriando formas comunitárias (a torcida de futebol), identitárias (o público mais amplo que Kalil consegue atingir, através de recursos como a linguagem mais direta, por vezes chula, “chutando para escanteio” os jargões da gramática polida típica de gestores), como uma possibilidade de ampliação da visibilidade midiática.

Assim, se pensarmos que o signo representa e produz interpretações, a *performance* do eu de Kalil, relativamente estabilizada nas redes digitais, é constituída de um montante de signos e interpretantes, que ajudam a consolidar certas referências à sua atuação dentro desta nova conjuntura: o situa, o diferencia o garante distinção midiática. É uma baliza que vetoriza, atraentemente, diríamos, o usuário, interagente, à sua direção. Nesta perspectiva, o episódio “Anelka é do Galo” parece exemplar, diante de tudo que impactou. Tais vetores, em conjunto, talvez nos possibilitem o posicionar como sujeito atento aos

¹⁴Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/07/1900932-prefeito-de-bh-diz-que-cumprir-promessas-esta-foda-e-xinga-internet.shtml>>

contextos e aos seus interlocutores e se mostrariam fundamentais na transição que fez de gestor de um clube para, três anos depois, ter conquistado o posto mais alto da representatividade política municipal de Belo Horizonte.

Referências

- AMARAL, Adriana; BARBOSA, Camila Cornutti; POLIVANOV, Beatriz. Subculturas, re(a)apresentação e autoironia em sites de rede social: o caso da fanpage "Gótica Desanimada" no Facebook. In: **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: INTERCOM, 2015.
- GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. São Paulo: Vozes, 1985
- HENN, R. C.; OLIVEIRA, F. M. Jornalismo e movimentos em rede: a emergência de uma crise sistêmica. **Revista FAMECOS** (Online). , v.22, p.1 - 19, 2015.
- HENN, Ronaldo. O acontecimento em sua dimensão semiótica. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia (Orgs). **Jornalismo e Acontecimento**. Mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, p. 77-92, 2010.
- HENN, Ronaldo; HOHR, Transformações do acontecimento nas redes sociais: das mobilizações contra à homofobia a crise da dupla sertaneja. **Brazilian Journalism Research**. Volume 8, número 1, 2012.
- JENKINS, H.; FORD, S. e GREEN, J., **Spreadable Media, Creatin, Value and Meaning in a Networked Culture**. Nova York: New York University Press, 2013.
- KUNCZIK, Michel. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul-Manual de Comunicação** - São Paulo: Edusp, 1997.
- LEMONS, A. (2009), «Nova esfera conversacional». In D. Künsch *et al.* (Eds.), **Esfera Pública, Redes e Jornalismo**. Rio de Janeiro: E-papers, pp. 9-30.
- PRIMO, A. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- RECUERO, Raquel. **Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: Uma proposta de estudo**. E-Compós, Internet, v. 4, n. Dez 2005.
- SIBILIA, Paula. A construção de si como um personagem real: autenticidade intimista e declínio da ficção na cultura contemporânea. In: **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 3, p. 22-46, 2012
- SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. Volume 1. Florianópolis: Insular, 2004.

“ANELKA É DO GALO”: Alexandre Kalil e a produção de cibercontecimentos no twitter

TURCKE, Christoph. **Sociedade excitada**: a filosofia da sensação.
Campinas: Ed.Unicamp, 2010.

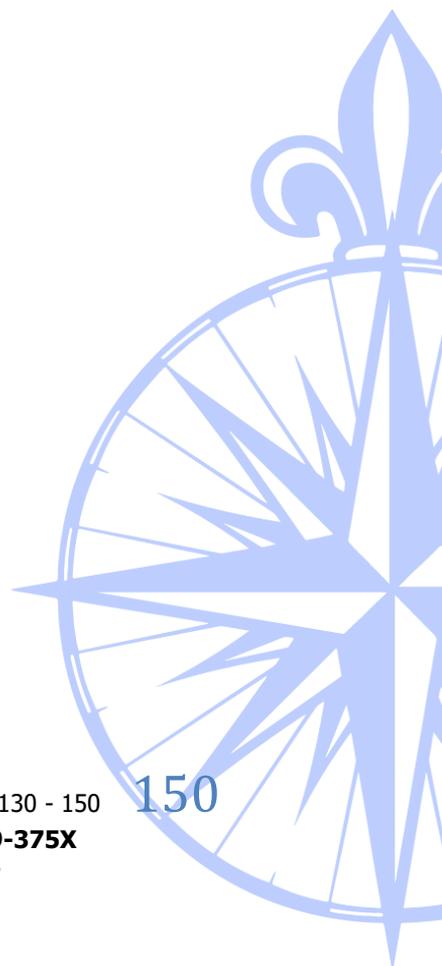


João Pessoa – Brasil | **ANO 5 VOL.5 N.1** | JAN./JUL. 2018 | p. 130 - 150

Revista Latino-americana de Jornalismo | ISSN **2359-375X**
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo – UFPB

DOI: 10.22478/ancora.v5n1 p13-28

ÂNCORA



150