

Novos diálogos para atuação profissional: desafios do jornalismo frente às demandas da atualidade

New dialogues for professional performance: the current challenges of journalism

https://doi.org/10.14195/2183-6019_11_6

Resumo:

O artigo parte da hipótese de que o ambiente econômico, social e político no Brasil contribui para colocar em xeque a independência dos jornalistas. Propõe uma abordagem focalizada nas relações neoliberais do trabalho, relacionadas aos conceitos de objetividade e de independência, e na responsabilidade individual na produção e disseminação de informações considerando os impactos da tecnologia na reconfiguração da prática jornalística. A discussão é uma reflexão aberta sobre as lacunas nas bases deontológicas para o exercício profissional, considerando as imperfeições da sociedade e, portanto, do próprio jornalismo — novos diálogos para atuação e formação profissional, num convite ao pensar conjunto entre academia, mercado e profissionais, em fortalecimento à atuação política e simbiótica em relação à informação na e para a democracia.

Palavras-chave: Jornalismo; imprensa; comunicação; política; democracia; prática profissional.

Abstract:

The article starts from the hypothesis that the economic, social and political environment in Brazil contributes to put the independence of journalists in check. It proposes an approach focused on neoliberal labor relations, related to the concepts of objectivity and independence, and on individual responsibility in the production and dissemination of information considering the impacts of technology on the reconfiguration of journalistic practice. The discussion is an open reflection on the gaps in the deontological bases for professional practice, considering the imperfections of society and, therefore, of journalism itself — new dialogues for professional performance, in an invitation to think together between academia, the market and professionals, in strengthening political and symbiotic action in relation to information in and for democracy.

Keywords: Journalism; press; communication; politics; democracy; professional practice.

Introdução

Dois mil e dezanove chega ao fim com o jornalismo brasileiro acordado para a gravidade do contexto que cerca o exercício profissional. Ataques do presidente Jair Bolsonaro motivaram a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) a monitorá-los e divulgá-los mensalmente. Foram 111 entre 1 de janeiro e 30 de novembro de 2019, uma centena categorizados como descredibilização da imprensa e 11 ataques a jornalistas (Fenaj, 2019), exemplos de questões mais profundas, que motivam o presente trabalho a contribuir a partir da discussão de duas vertentes: o exercício profissional ante formas de financiamento da imprensa e o jornalismo para além da atuação na produção de notícias, e a responsabilidade individual no consumo, propagação e produção de informações. Juntas, as duas compõem a hipótese de que o ambiente econômico, social e também o político no país contribuem para colocar em xeque a independência dos jornalistas, corroborando para a descredibilização da imprensa como parte da estratégia de poder do atual governo (Empoli, 2020).

A sensação de que vivemos tempos estranhos, “um pouco como se estivéssemos em suspenso entre duas histórias” (Stengers, 2015, p. 7) pode ser aplicada aos contextos político, econômico e social brasileiros desde a redemocratização. Cito alguns acontecimentos recentes, escolhidos com base na inter-relação entre economia, política, democracia e o exercício do jornalismo: a volta das eleições presidenciais diretas, com a ascensão de Fernando Collor e o discurso de caça aos marajás¹, depois afastado por *impeachment*, em 1992; estabilidade econômica após inflação em patamares superiores a 1.000% ao ano e o exercício da democracia no amadurecimento das instituições; a alternância de poder entre os presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luís Inácio Lula da Silva, em 2003; as manifestações iniciadas em 2014, juntamente com uma segunda Copa do Mundo no país,

¹ Expressão âncora da campanha eleitoral do candidato. Retirado de <http://memoria.oglobo.globo.com/jornalismo/primeiras-paginas/o-caccedilador-de-marajacutes-8952245>

A sensação de que vivemos tempos estranhos, “um pouco como se estivéssemos em suspenso entre duas histórias” (Stengers, 2015, p. 7) pode ser aplicada aos contextos político, econômico e social brasileiros desde a redemocratização

configurando a polarização à brasileira entre coxinhas e mortadelas²; o golpe sofrido pela presidenta Dilma Rousseff, em 2016, ano em que o Rio de Janeiro sediava os Jogos Olímpicos; a derrocada econômica do país que, em 2009, era capa da revista *The Economist*, com o Cristo Redentor a decolar; a eleição de Jair Messias Bolsonaro como presidente, em 2018, e, com ele, um cenário inédito para a atuação de jornalistas nos últimos 35 anos de redemocratização, completados em 2020.

Ao longo desse mesmo período, o neoliberalismo avançou na economia, nas relações de trabalho e na vida cotidiana, com a morte da rotina trazendo uma “nova linguagem da flexibilidade” (Sennett, 2012). Esta característica não é um privilégio deste tempo. Marx afirmou a incompatibilidade do capitalismo com formações sociais estáveis ou duradouras desde meados do século XIX. Assim, essa nova linguagem não só corrói a

ligação das pessoas ao tempo natural, como demanda dedicação em tempo integral ao trabalho, numa afronta às formas de organização sobre as quais até outrora foram estabelecidas as relações entre as pessoas e as coisas. Nesse contexto, tempo passa a ser algo vinculado cada vez mais somente à noção de presente: um “tempo sem tempo” (Crary, 2016).

Trata-se de uma nova razão do mundo (Dardot et al., 2016), na qual a lógica econômica de derivativos financeiros passa a ser a lógica social (Martin, 2013). Nela, as relações de confiança migram das pessoas às ciências exatas, especificamente para a matemática por trás dos algoritmos que nos aliviam a pressão pela tomada de decisões, com o Estado cada vez mais ausente do bem-estar social, austero, em busca de eficiência.

Esse é o contexto no qual se encontram os jornalistas — como pessoas, profissionais e todas as demais fragmentações. Esses profissionais atuam em redações tradicionais, em agências de comunicação — a serviço do interesse nem sempre explícito de clientes —, em empresas, ou mesmo

nas mídias independentes³. Assim, encontram-se em meio à parte significativa dos processos de comunicação que internalizam e naturalizam essa subjetividade.

Este artigo propõe a discussão sobre os jornalistas serem parte de uma dinâmica que, enquanto construção social, precisa dialogar sobre bases que vão além da objetividade e do interesse público, a partir da hipótese de que economia e política são indissociáveis do trabalho jornalístico.

Nesse sentido, verdade factual e defesa da democracia como argumentos para o papel do jornalismo coexistem em uma sociedade que valoriza informações de caráter ideológico como fator atenuante para *fake news*, em detrimento aos fatos. Também, com as reconfigurações no processo de produção de notícias a partir do ambiente digital. Estas permitem aplicar a lógica da comunicação de massa individualmente (Zelizer, 2017), alterando papéis e fazendo com que informação produzida por cidadãos obtenha alcance e audiência outrora

2 Coxinha foi o termo pejorativo utilizado para caracterizar os simpatizantes tidos como de direita nas manifestações, em contraponto a Mortadela, como eram chamados os manifestantes caracterizados como de esquerda.

3 Entende-se como mídia independente os veículos jornalísticos não ligados a grandes empresas de mídia.

reservados somente aos grandes conglomerados de mídia.

Jornalistas, blogueiros e outros entusiastas do mundo cyber celebram o uso de sites como Twitter, Facebook e Youtube por pessoas protestando no mundo islâmico e seus apoiadores no Ocidente como um sinal decisivo de que comunicadores autênticos poderiam ser capazes de seguir um trajeto esquivando-se da censura governamental e de que os cidadãos jornalistas poderiam ser capazes de impor questões internacionais na pauta da mídia noticiosa internacional. (Jenkins et al., 2014, p. 69)

Por isso, a discussão sobre as lacunas éticas existentes no fazer jornalístico deve considerar as bases econômicas e políticas sobre as quais se dá o fazer profissional. Ainda, a responsabilidade individual dos cidadãos perante a informação, em contribuição a novos diálogos para a atuação profissional face aos desafios para a democracia e a democratização da sociedade para além das esferas

estatais. Também, para a melhor formação de jornalistas.

O diálogo divide-se em três etapas: referenciais teóricos sobre as relações neoliberais do trabalho; discussões sobre a aplicação prática dos conceitos de objetividade e de independência importados para o jornalismo brasileiro a partir da imprensa americana; e a responsabilidade individual na produção e disseminação de informações⁴. A conclusão aponta para novos diálogos para atuação e formação profissional, em contribuição aos debates sobre produção e consumo de informação — um convite ao pensar conjunto entre academia, mercado e profissionais em fortalecimento à atuação política e simbiótica em relação à informação na e para a democracia.

Performance, interesse público e independência

Tempo de vida e tempo de trabalho não são mais indissociáveis

⁴ A educação midiática tem sido cada vez mais discutida no país, tendo sido incluída na Base Nacional Comum Curricular brasileira, de 2017.

desde a década de 1970, impondo uma reorganização em quantidade e qualidade de horas dedicadas ao trabalho que passam a estar baseadas na subjetividade do trabalhador. Esse processo veio minando as composições até então compreendidas como de classe, instituindo novas formas de fluxos comunicacionais; por sua vez, formas de reprodução da própria vida em sociedade (Lazzarato & Negri, 2013). O empreendedorismo passou a reinar como característica dominante. É preciso mais do que trabalhar: “vestir a camisa”, ter olhar e postura de dono, gerir sua própria carreira, ou, então, empreender em negócios próprios. A lógica é de que o sucesso está ao alcance do esforço individual de cada um, por mérito, seja qual for o destino escolhido⁵, e o entendimento de que o controle sobre o próprio tempo está nas mãos do trabalhador desempenha um papel crucial no que se entende sobre

⁵ Refiro-me à escolha na perspectiva neoliberal, produto de uma aparente liberdade, entretanto travestida de elementos subjetivos que não deixam ao indivíduo outra alternativa a não ser render-se à fragmentação e financeirização total, empresário de si próprio.

qualidade de vida, ainda que uma falácia (Huws, 2017).

As indústrias também são afetadas. Por um lado, por vantagens advindas de trabalhadores dispostos a negociar com bases que mesclam o valor do tempo de trabalho ao *status*; por outro, pela convergência entre áreas, catalisada pela tecnologia. No campo da comunicação, jornalistas acompanharam o alastramento dessas transformações um tanto quanto maravilhados pelos casos de empreendedorismo, você S/A e similares, enquanto cobravam eficiência e *performance* do Estado via reformas e privatizações, e comemoravam altas do mercado financeiro. Importante observar que eficiência e *performance* configuram a sociedade de desempenho, uma sociedade de autoexploração, que unifica o sentido de liberdade com coação, pobre em alteridade e em resistência (Han, 2017), uma vez que a luta não se dá mais entre as classes, mas entre o indivíduo e si mesmo, compreendendo.

A transparência passa, então, a ser um valor nesse contexto: é preciso dar ao outro acesso total à

informação, o que significa simplificá-la, suavizar arestas para que não haja qualquer espaço para o questionamento. A demanda é por uma comunicação positiva, condição para que as coisas possam se encaixar sem resistência ao curso do capital, da comunicação e da informação. Assim, o que não é positivo é eliminado, porque o que é resistente, do outro, atrapalha a comunicação do igual (Han, 2017). Esta é resultante não mais dos mecanismos da sociedade de massas, cujas teorias julgavam criar indivíduos semelhantes, mas sim da redução e eliminação de diferenças e do estreitamento dos espectros comportamentais (Crary, 2016). Política e democracia sofrem, pois são conceitos estratégicos e dialógicos, o que significa que transparência não é uma característica contributiva. A transparência é incorporada à subjetividade atual como característica exógena, de mercado.

A deterioração do trabalho também atinge as redações, como consequência das transformações tecnológicas, de consumo e produção de informação, e da própria mídia enquanto negócio — a empresa

jornalística. Esta não chega a ser pauta, talvez porque a capacidade de organização e militância seja inversamente proporcional aos próprios interesses econômicos (Huws, 2017). Nesse contexto, o jornalista é um cidadão imerso na atual subjetividade, uma pessoa também fragmentada, financeirizada, idealizadora e reprodutora dos seus elementos como ideal de sociedade.

O jornalismo, portanto, é parte integrante desse processo, na medida em que é uma construção social. A imprensa brasileira explicita esse contexto por meio da ausência de crítica, exemplificada em dois episódios ocorridos em 2019: a Vaza Jato⁶, que trouxe à tona a uniformidade e as versões institucionais com que a mídia em geral divulgou os passos da Operação Lava Jato, e o lançamento

⁶ Série de reportagens publicada pelo site The Intercept Brasil a partir da obtenção de arquivos do aplicativo Telegram com troca de mensagens entre o Juiz Sérgio Moro, quando à frente dos processos da força-tarefa da Operação Lava Jato, e o Procurador Deltan Dalagnol, coordenador da força-tarefa, sobre as investigações que culminaram com a prisão do ex-presidente Lula. Retirado de <https://theintercept.com/2019/06/09/editorial-chats-telegram-lava-jato-moro/>

do programa Future-se⁷, destinado às universidades federais. Os dois acirraram as críticas entre a imprensa tradicional e a independente, como evidenciado nas palavras da jornalista Marina Amaral, codiretora da Agência Pública:

A reforma das universidades federais, de autoria de um ministro que já pregou sua extinção, rendeu manchetes acrílicas, a maior parte delas destacando a economia de que isso representaria para o Estado. Os reitores - críticos às propostas - pouco foram ouvidos e os bons resultados das universidades federais, ignorados [...].

Se a imprensa quer contribuir com a qualificação do debate democrático, há de ser crítica e investigativa antes de se curvar automaticamente diante de qualquer oferta ao deus Mercado (Agência Pública, 2019).

Os exemplos acima podem ser explicados pela dependência cada vez maior de informações provenientes das áreas de comunicação institucional e assessorias de imprensa, as quais, no Brasil, têm se tornado opção de trabalho para jornalistas a partir das reengenharias nas redações. Cabe ressaltar que o jornalismo na função institucional pressupõe uma atuação em bases que não se restringem ao que é o interesse público. Assim, este artigo trata de um esforço exploratório que busca contribuir para novos diálogos promotores de credibilidade para a atuação do jornalista na sociedade. O ponto de partida é a necessidade de autocrítica para todas as coisas que o jornalismo pode ser, “um tipo de negócio ou indústria, um conjunto de normas e de valores, uma série de rotinas e de rituais, uma linguagem e um discurso, um ideal elevado ou uma prática servil” (Deuze & Witschge, 2020), e suas respectivas inter-relações com política e democracia.

Nesse sentido, abdica da perspectiva romantizada e um tanto quanto hipócrita de que somos representantes da sociedade e carregamos o bastião da verdade e da independência

em defesa da democracia, observando o que aponta Afonso de Albuquerque (2000, p. 23) sobre a “tentação grande de julgar o jornalismo brasileiro pelo modelo americano”. É dele que importamos para o Brasil os conceitos de objetividade e independência que moldaram o posicionamento do jornalista, ainda que não sejam totalmente aplicáveis ao contexto.

A proposta, portanto, é uma reflexão aberta sobre quais devem ser as novas bases deontológicas para o exercício profissional, em consideração às imperfeições da sociedade e, portanto, do próprio jornalismo, uma vez que são escassos os trabalhos brasileiros sobre o que pensam os profissionais sobre suas próprias profissões, objeto de estudo dessa pesquisadora. “Uma pergunta permanente é precisamente até que ponto um jornalista é livre e são livres os jornalistas” (Traquina, 2005, p. 25).

A pergunta endossa a necessidade de discutir como exercer o papel de vigilância do poder público, e de interlocução entre este e a sociedade, se as grandes corporações de mídia interferem na forma como as notícias são produzidas e chegam

⁷ Programa lançado em 17 de julho de 2019 pelo Ministério da Educação brasileiro, definido como criado para dar maior autonomia financeira a universidades e institutos por meio do fomento à captação de recursos próprios e ao empreendedorismo.

às pessoas⁸. Como considerar no agendamento diário de pautas (*agenda setting*) temas que realmente representem os anseios da sociedade, a observar a diversidade brasileira em todos os seus espectros? São temas que a mídia independente tem trazido à tona, seja na cobertura diária de pautas até então invisíveis, seja questionando abertamente a postura da imprensa tradicional, seguindo a tendência de fortalecimento do jornalismo local e de nicho como caminho para maior penetração de informação na sociedade.

Ainda assim, as mídias independentes possuem circulação restrita se comparadas à penetração dos grandes grupos, como Globo e Record, em todo o país, e às possibilidades de engajamento a partir das plataformas. A atuação de jornalistas em assessorias de imprensa e áreas

de comunicação institucional de empresas públicas, privadas e do terceiro setor também não pode ser ignorada, visto que, no Brasil, elas têm sido campo crescente de trabalho para egressos de redações. Essas são descendentes diretas das relações públicas americanas, que “produziram um impacto de longo alcance sobre a ideologia e as relações sociais cotidianas do jornalismo norte-americano” (Schudson, 2010, p. 157) e também, brasileiro, guardadas as diferenças culturais, sociais, econômicas e políticas entre os dois países.

Cabe-se ressaltar alguns dilemas e desafios das novas (ou nem tanto) formas de exercício do jornalismo em relação às bases éticas e deontológicas profissionais. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros versa sobre duas diretrizes, dentre outras, relevantes para compreensão de parte das dificuldades que rondam a aplicabilidade dos limites éticos à nova lógica de mercado:

Art.9º - É dever do jornalista:

- Divulgar todos os fatos que sejam de interesse público [...]

*Quais devem ser
as novas bases
deontológicas
em considerar as
imperfeições da
sociedade e do
próprio jornalismo*

8 Como exemplo, no dia 23 de maio o SBT, rede nacional de televisão brasileira, não levou ao ar a edição de seu principal telejornal, pois o interesse público levaria a exibir a repercussão negativa do vídeo da reunião de 22 de abril do presidente Jair Bolsonaro e seus ministros. Retirado de <https://objethos.wordpress.com/2020/06/01/o-descompasso-entre-a-etica-jornalistica-e-a-etica-da-empresa/>

Art. 13º - O jornalista deve evitar a divulgação dos fatos:
– Com interesse de favorecimento pessoal ou vantagens econômicas [...] (Associação Brasileira de Imprensa - ABI).

Assim, como equilibrar interesse público e interesse da empresa jornalística? Como equilibrar interesses dos públicos de cada organização, da empresa e da própria mídia no agendamento de pautas que contribuam para a inserção de fontes calcadas em estratégias de formação de imagem e fortalecimento da reputação de marcas? Como não divulgar informações de interesse público que ferem interesses privados e podem resultar em crises de imagem institucional? Trata-se de discussões relevantes para credibilidade das informações produzidas e circuladas a partir do trabalho de jornalistas. Também, igualmente fundamentais se pensarmos sobre os bacharelados em jornalismo no país, ainda pautados por uma visão restrita de prática profissional baseada na produção.

Voltar ao conceito de independência é necessário para um diálogo

em bases do possível. No Brasil, ele é fortemente atrelado às questões econômicas. Nesse sentido, a mídia independente tem se apoiado em mecanismos que mesclam doações de pessoas físicas, leis de financiamento público, linhas internacionais, entre outros. A diversidade de fontes de recursos tem permitido furos de reportagem a partir da independência editorial, e até mesmo a pautar algumas das mídias tradicionais e a reacender a busca por informação fora do ciclo redações - instituições - assessorias de imprensa, a considerar os assessores de imprensa como “criadores de notícias” (Schudson, 2010, p. 162).

O ciclo acima acabaria forçando as assessorias de imprensa a trabalhar em maior equilíbrio entre os conceitos de *marketing* e de notícia, em destaque à contribuição do jornalista como profissional mais aderente à função⁹, por exemplo. Torna-se

⁹ No Brasil, em 1969, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) entrou em acordo com o Conselho Nacional de Relações Públicas e garantiu que, legalmente, a função de assessor de imprensa fosse exercida exclusivamente por jornalista profissional diplomado. O Decreto-Lei nº 972/69 garante que a atividade seja atribuição do jornalista.

*É necessário voltar
ao conceito de
independência
para um diálogo
em bases do
possível*

importante voltar à subjetividade do trabalho abordada anteriormente para destacar a dependência das assessorias de imprensa no processo de produção de notícias enquanto parte de um conjunto de fatores diretamente conectados à subjetividade neoliberal. Nesse sentido, veículos assolados por crises econômicas e necessidade de reengenharias constantes resultam em redações cada vez mais enxutas, repórteres cada vez mais novos (e mais baratos), que precisam se adequar à nova *performance* da notícia, para além de conteúdos multimídia, produzindo histórias que gerem engajamento e se sobressaiam na lógica algorítmica.

Já numa transição para a segunda e terceira etapas da discussão proposta, Seth Lewis (2015) acredita que na medida em que o jornalismo quantitativo se torna mais central para os profissionais, e como técnicas computacionais e algorítmicas também se entrelaçam com os modelos de negócio sobre os quais o jornalismo é apoiado, questões críticas continuarão a surgir sobre a relação sociomaterial do *big data*, jornalismo e trabalho de mídia em geral:

Até que ponto a autoridade cultural e as práticas tecnológicas do jornalismo mudam no contexto de (embora não necessariamente por causa de) big data? E como tais mudanças podem ser conectadas com o público das notícias, histórias, acordos, canais de distribuição, valores e ética de notícias, entre muitas outras coisas? (Lewis, 2015, p. 330, tradução minha)

Por isso, é preciso observar que o ambiente tecnológico é determinante na relação entre jornalismo, política e democracia, uma vez que propicia múltiplas dinâmicas de produção e consumo de informação e conteúdo, relevantes na relação entre política e democracia. As manifestações citadas na página três da introdução, por exemplo, trouxeram à tona a radicalização das opiniões, típica do momento político pelo qual passa o Brasil, e que culminou na eleição do presidente Jair Bolsonaro. Rouvroy e Berns (2015) abordam o desaparecimento da experiência comum, no lugar da contribuição para o debate democrático e interesse geral, característica

que é parte do que Levitsky e Ziblatt chamam do posicionamento da “política como guerra” (2018, p. 144). Valendo-se da tecnologia e em busca do engajamento, os articuladores das estratégias dos líderes populistas — e eles próprios, a exemplo do presidente brasileiro — agem:

Cultivando a cólera de cada um sem se preocupar com a coerência do coletivo, o algoritmo dos engenheiros do caos dilui as antigas barreiras ideológicas e rearticula o conflito político tendo como base uma simples oposição entre “o povo” e as “elites”. (Empoli, 2020, p. 21).

Conhecer para criticar

Há pouco vimos o que Han (2017) define como sociedade da transparência. Nela, não há mais qualquer acontecimento, pois a positividade das informações para que atendam os fluxos comunicacionais das múltiplas temporalidades determina que não haja espaço para a alteridade. Esse processo se espalha pela sociedade como uma malha cuja trama se entrelaça a todas

as esferas que a compõem: a morte do acontecimento político, juntamente com todos os demais, faz com o que os assuntos sejam equivalentes, tornando-se “questão de gosto ou preferência” (Chauí, 2006, p. 7).

É importante ressaltar que a relação da imprensa e a sociedade — ou a história da imprensa enquanto parte da sociedade — se retroalimentou da expansão dos direitos fundamentais, como as liberdades, à medida em que se expandiam os governos democráticos, cabendo a ela o poder, ou contra poder, de mediação das relações políticas e sociais (Traquina, 2005). Os jornalistas eram aqueles que tinham acesso a informações as quais a maioria das pessoas não tinha, e cuja função seria informar a população sobre o que ocorre no âmbito das instituições, de forma a permitir que a sociedade pudesse, uma vez de posse de informações relevantes e necessárias, tomar suas próprias decisões. “A opinião pública era um juízo emitido em público sobre uma questão relativa à vida política, era uma reflexão feita em público e por isso definia-se como uso público da razão e como direito à liberdade de pensamento e expressão” (Chauí, 2006, p. 10).

O papel de mediação da imprensa torna-se percebido como menos necessário com o desenvolvimento da tecnologia e as novas formas de interação e informação social, que diluem o papel entre produtor e consumidor de informação, pervertendo a lógica do que é ser, hoje, jornalista. Isto porque os mesmos processos mentais de ativação e conexão entre estruturas narrativas outrora exclusivos da imprensa passaram a coexistir em plataformas como *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*, que facilitam a circulação de recursos comunicativos simplificados do discurso, como os *memes*¹⁰, e, ainda, têm nos cidadãos comuns, e não mais em profissionais da notícia e da comunicação, a premissa da produção, dispersando o que conhecemos como opinião pública. Ao mesmo tempo, contradições entre interesses público e econômico (das empresas jornalísticas) colocam em xeque a credibilidade, num ambiente em que descredibilizar a imprensa é parte do vetor de coesão em torno dos descontentes. A opinião pública

¹⁰ Termo derivado de *mimesis*, grego, que significa imitação e que, na internet, é usado para se referir aquilo que viraliza.

é substituída pela “manifestação pública de sentimentos” (Chauí, 2006, p.10), consequência do arrombamento da vida privada e da unificação de códigos baseados em sentimento entre ela e a vida pública:

Assim, os jornalistas (cidadãos) não têm sido tão eficazes como poderiam ser ao comunicar ao mundo o que fazer com o jornalismo.

[...] o fracasso do jornalismo em fazer seu trabalho permite que outros — políticos, lobistas, cidadãos preocupados, pais enlutados, até mesmo membros de milícias — entrem em ação no seu lugar (Zelizer, 2014, p.16 e 17).

A autora discute o jornalismo, como profissão e como instituição, ao ressaltar que não estão totalmente adequadas às complexidades do ambiente atual. Dentre suas contribuições, observa-se a perspectiva sobre o ensino, que ainda se estrutura sob a lógica da produção — rádio, TV, jornal, digital —, ao afirmar que “[...] temos um corpo de conhecimento que prega para os convertidos, mas

pouco faz para criar um quadro de referência comum sobre como o jornalismo funciona, ou para que serve o jornalismo [...]” (Zelizer, 2016, p. 16). Neste sentido, o presente trabalho dialoga com as contribuições para mudanças, num contexto em que cresce a relevância de iniciativas em educação midiática — conhecer para criticar e, nesse processo, assumir a responsabilidade individual na disseminação de informações como recurso à disseminação e ao impacto das *fake news*.

Essas, no entanto, não são um fenômeno recente. Bakir e McStay (2017, p. 157) citam sua lógica na atualidade a partir de cinco características:

- 1) o declínio de notícias com legado;
- 2) maior necessidade de imediatismo no processo de produção de notícias;
- 3) a rápida circulação de informação enganosa e desinformação via produtores de conteúdo e anunciantes;
- 4) o aumento do discurso emocional no ambiente *on-line*; e

5) o grande número de pessoas capitalizando financeiramente algoritmos usados por plataformas de redes sociais e mecanismos de busca na internet.

Para os autores, as *fake news* são social e democraticamente problemáticas em três frentes: a) produzem cidadãos mal informados, que b) provavelmente seguirão mal informados em suas bolhas e c) perpetuarão a indignação emocional, dado o caráter afetivo e provocativo da maioria dessas notícias (Bakir & McStay, 2017, p. 162).

As eleições brasileiras de 2018 mostraram o alto custo a ser cobrado de sociedades que, dependentes de plataformas digitais e pouco cientes do poder que elas exercem, relutam a pensar as redes como agentes políticos. [...] deixa de ser relevante se as mensagens disseminadas são verdadeiras ou falsas. Tudo o que importa é se elas viralizam (ou seja, se geram números recorde de cliques e curtidas), uma vez que é pela análise de nossos cliques e

curtidas, depurados em retratos sintéticos de nossa personalidade, que essas empresas (as big techs) produzem seus enormes lucros (Morozov, 2018, p.11).

Isto significa que a parcela de pessoas que não estaria atendida pela informação circulante nos meios de comunicação tradicionais, que Alessandra Aldé (2017) classifica como frustrados, encontraram na *Internet* a solução para suas demandas, marcadas pela desconfiança e ceticismo em relação à informação e à política:

No limite, o que permite reconhecer o internauta frustrado é uma atitude generalizada de desconfiança em relação aos conteúdos políticos circulantes, alimentada pela negatividade dos quadros de referência dominantes. De forma circular, essa perspectiva pessimista o leva a identificar e acompanhar as versões e conteúdos mais negativos, que confirmam sua predisposição crítica — e reforçam a tendência da Internet a insuflar escândalos. (Aldé, 2017, p. 178)

Assim, as *fake news* se unem à midiaticização da sociedade e aos recursos tecnológicos das plataformas, que ampliam as conexões antes restritas às redes pessoais e, juntas, potencializam um ambiente hostil para a prática profissional do jornalista, ele próprio parte do processo de desdemocratização expressa nas respostas de elites e governantes em relação às crises do regime (Tilly, 2007).

Diálogo sob múltiplas perspectivas

Importante observar o impacto eufemístico da adoção do termo *fake News* pelos jornalistas na relação entre prática profissional, política e democracia e, da mesma forma, da pós-verdade, como parte das discussões propostas. Manuel Castells (2015, p. 211), ao se referir a Cohen em relação à mídia de massa, diz que os processos de agendamento, ou seja, a definição das pautas da imprensa (*agenda setting*), o interesse público (*priming*) e o enquadramento (*framing*) fazem com que, ainda que a mídia não seja capaz de dizer às pessoas como pensar, pode ter “um papel

importante ao influenciar aquilo sobre o que elas pensam”. Assim, ao aceitar que notícias podem também ser falsas (*fake news*), estariam contribuindo para a subjetividade que favorece o contexto de adversidade para a prática profissional, potencializado pelos ataques frequentes proferidos pela mais alta liderança política nacional.

Une-se a isso o papel da imprensa na dinâmica de uma nova forma política, moldada pela internet e pelas novas tecnologias, na qual a chegada do *big data* permite enviar uma mensagem personalizada (não importando se baseada ou não em fatos) com base nos anseios e nos medos de cada um — “uma versão do mundo que cada um de nós vê é literalmente invisível aos olhos de outros” (Empoli, 2020, p. 175). Assim, a discussão sobre os jornalistas serem parte de uma dinâmica, que enquanto construção social precisa dialogar sobre bases que vão além da objetividade e do interesse público, a partir da hipótese de que economia e política são indissociáveis do trabalho jornalístico, tem na tecnologia e na economia um obstáculo à verdade, e este ponto é fundamental para o estudo da credibilidade jornalística (Benetti & Lisboa, 2015).

Aldé (2005, p. 189) explica que os jornalistas, “desde os mais engajados até os mais céticos, se sentem na posição de críticos e denunciadores das injustiças da sociedade e encabeçam uma missão de esclarecimento público que deseja estar acima das vontades e interesses da empresa jornalística”, e que a seleção e o enquadramento de notícias combinam tanto a prática do jornalista, quanto os interesses das empresas, num claro conflito em relação ao que diz o Código de Ética.

Assim, a tecnologia só faz potencializar o que é uma crise constante do exercício do jornalismo, potencializada pela fluidez entre os diversos novos atores que convivem no ambiente midiático. Além disso: o que é ser jornalista na atualidade passa pelos novos paradigmas da comunicação de *marketing*, que se dá em uma nova lógica de consumo, baseada no capitalismo cognitivo, no qual ativos intangíveis¹¹

11 Segundo Arvidsson e Peitersen (2013, p.19, tradução minha), uma definição para ativos intangíveis é um ativo que nós suspeitamos acrescentar valor, mas que não podemos medir com certeza”. Retirado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0263276416658104>

como marca, inovação, flexibilidade e o comportamento passam a ser mensurados, em vez da acumulação de capital somente em ativos tangíveis.

Apesar das desigualdades, o momento é de mudanças no fluxo de informações e no *agenda-setting*. Mas o que dizer de um contexto em que todo esse processo é mediado por algoritmos, pela lógica matemática que não expõe suas regras para determinar o acesso a que cada um tem ou não tem? E quanto às marcas, que pouco detêm a disseminação de seus conteúdos distribuídos via agregadores de anúncios, que utilizam lógicas algorítmicas, acabando por patrocinar o desconhecido com seus conteúdos publicitários¹²? Cabe voltar o olhar para formas de repensar a relação entre conteúdo e tecnologia, entre ética profissional e impactos, também o quanto estamos contribuindo para que a sociedade compreenda que o

processo de produção de notícias e informações jornalísticas passa por mais etapas do que relatar um fato¹³ sob risco de não haver mais caminhos para furarmos a bolha, simplesmente porque, enquanto profissionais, nós, jornalistas, só teremos uma vida — secundária — dentro dela.

Referências bibliográficas

Agência Pública (2019). *Newsletter #115*. Consultado a 2 de setembro de 2020, em <https://mailchi.mp/apublica/agncia-pblica-autoctrica-que-a-imprensa-aindano-fez?e=380f965cd3>

Albuquerque, A. (2000). Um outro “quarto poder”: Imprensa e compromisso político no Brasil. *Contracampo*, 12, 23-57.

Aldé, A., Xavier, G., Barretos, D., & Chagas, V. (2005). Critérios jornalísticos de noticiabilidade: discurso

ético e rotina produtiva. *Alceu*, 5(10), 186-200.

Aldé, A. (2017). *A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política*. In F. M. Borba & A. Aldé (org.), *Eleições, opinião pública e comunicação política no Brasil contemporâneo: homenagem a Marcus Figueiredo* (pp. 155-183). Rio de Janeiro: EdUERJ.

Associação Brasileira de Imprensa. *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*. Consultado a 2 de setembro de 2020, em <http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>

Bakir, V., & McStay, A. (2017). Fake news and the economy of emotions: problems, cause, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>

Benetti, M., & Lisboa, S. (2015). O jornalismo como crença verdadeira justificada. *Brazilian Journalism Research*, 2(2), 11-29. <https://doi.org/10.25200/BJR.v11n2.2015.664>

Castells, M. (2015). *O poder da comunicação*. São Paulo: Paz e Terra.

Chaufí, M. (2006). *Simulacro e poder: Uma análise da mídia*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

¹² Em maio de 2020 começou a operar no Brasil o *Sleeping Giants*, inspirado no movimento de mesmo nome criado nos Estados Unidos, em 2016. Trata-se de uma conta na plataforma *Twitter* que alerta as empresas cujas publicidades aparecem em mídias de conteúdo duvidoso, para impedir que *sites* preconceituosos ou de *fake News* monetizem através da publicidade.

¹³ Refiro-me indiretamente à praxe brasileira do leitor repórter, configurada pela participação do público na produção da notícia que, se por um lado diminui a distância entre jornalista e sociedade, por outro simplifica o fazer notícia, credenciando em alguma medida qualquer cidadão para fazer um trabalho que precisa recuperar seu valor para a sociedade.

- Crary, J. (2016). *24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono*. São Paulo: Ubu.
- Dardot, P., & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo: Ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2020). Da suspeita ao encanto na pesquisa em jornalismo. *Esferas*, 17, 1-17. <http://dx.doi.org/10.31501/esf.v0i17.11715>
- Empoli, G. (2020). *Os engenheiros do caos*. São Paulo: Vestígio.
- Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) (2019). *Ataques de Bolsonaro à imprensa já somam 111 ocorrências*. Consultado a 2 de setembro de 2020, em <https://fenaj.org.br/ataques-de-bolsonaro-a-imprensa-ja-somam-111-ocorrencias/>
- Han, B.C. (2017). *Sociedade da transparência*. Petrópolis: Vozes.
- Huws, U. (2017). *A formação do cibertariado: Trabalho virtual em um mundo real*. Campinas: Editora Unicamp.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2014). *Cultura da conexão – Criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Editora Aleph.
- Lazzarato, M. & Negri, A. (2013). *Trabalho imaterial: Formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: Lamparina.
- Levitsky, S., & Ziblat, D. (2018). *Como as democracias morrem*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Lewis, S. (2015). Journalism in an era of big data: Cases, concepts and critiques. *Digital Journalism*, 3(3), 321-330. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976399>
- Martin, R. (2013). After economy? Social logics of derivatives. *Social Text*, 113(1), 83-106. <https://doi.org/10.1215/01642472-1958908>
- Morozov, E. (2018). *Big tech: A ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu.
- Rouvroy, A. & Berns, T. (2015). Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: O *díspar como condição de individuação pela relação?* *Eco-Pós*, 18(2), 36-56. <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v18i2.2662>
- Schudson, M. (2010). *Descobrimo a notícia: Uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Petrópolis: Vozes.
- Sennett, R. (2012). *A corrosão do caráter: As consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record.
- Stengers, I. (2015). *No tempo das catástrofes: Resistir às catástrofes que se aproximam*. São Paulo: Cosac Naify.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo: Por que as notícias são como são*. Florianópolis: Insular.
- Tilly, C. (2013). *Democracia*. Petrópolis: Vozes.
- Zelizer, B. (2014). O que fazer com o jornalismo? *Brazilian Journalism Research*, 2(2), 12-27. <https://doi.org/10.25200/BJR.v10n2.2014.737>
- Zelizer, B. (2017). *What journalism could be*. Malden: Polity Press.

Recensões

