

# JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

## As transformações do Jornalismo como instituição nas sociedades complexas no capitalismo contemporâneo

### Elias Machado

Jornalista e Doutor em Jornalismo. Professor no Departamento de Jornalismo da UFSC e coordenador do Grupo de Pesquisas Aplicadas em Jornalismo (LAPJOR) – (<http://www.lapjor.cce.ufsc.br>). Fundador em 1995, com Marcos Palacios, do GJOL – (<http://www.gjol.net>)

### Resumo:

Ao longo dos últimos 20 anos, entre 1995, quando da abertura da internet para uso privado entre os brasileiros e 2015, quando da deflagração de uma campanha pelas principais organizações jornalísticas do País em defesa da derrubada a presidenta eleita, Dilma Roussef, o ecossistema comunicativo sofreu uma transformação radical, com milhões de pessoas migrando para as redes sociais como Facebook e Twitter. No momento do ápice deste processo, em agosto deste ano, e que culminou com o afastamento da presidenta Dilma Roussef e na sequência, durante a cassação do ex-presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, registrou-se um fato até bem pouco tempo impensável: a velha imprensa, que oligopolizava as comunicações convencionais havia perdido o comando das interações nas redes sociais para os meios alternativos, mais adaptados aos ambientes descentralizados de produção de informações como Mídia Ninja e JornalistasLivres. Neste artigo partimos de duas hipóteses. A primeira que o jornalismo de campanha praticado pela velha imprensa comprometeu a sua credibilidade como instituição constituidora da esfera pública democrática e que a sua função está sendo substituída, ao menos em parte, por estes novos atores, menos atrelados ideologicamente com uma agenda vinculada a interesses minoritários da sociedade e mais apropriados às características existentes nas redes sociais. A segunda hipótese é que a tendência é que quanto mais assumam o controle dos fluxos de informações e funcionem como epicentro das interações nas redes sociais coletivos como Mídia Ninja e JornalistasLivres se institucionalizarão, desenvolverão modelos de financiamento diferenciados e adotarão padrões deontológicos mínimos para garantir a sua legitimação como mediadores sociais.

**Palavras-chave:** Ciberjornalismo; Redes Sociais; Mídia Ninja; JornalistasLivres;

Ciberativismo

### Introdução

Ao longo dos últimos 20 anos, entre 1995, quando da abertura da internet para uso privado entre os brasileiros e 2015, quando da deflagração de uma campanha pelas principais organizações jornalísticas do País em defesa da derrubada a presidenta eleita, Dilma Roussef,

# JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

o ecossistema comunicativo em termos mundiais sofreu uma transformação radical, com milhões de pessoas migrando para as redes sociais como Facebook e Twitter ao mesmo tempo em que se constatava o progressivo declínio dos modelos de jornalismo consagrados após o fim da Segunda Guerra Mundial: empresarial nos países capitalistas e estatal nos países do bloco socialista. No Brasil, o momento de ápice deste processo de migração para as redes sociais, ocorreu em agosto de 2016, período em que se votou o afastamento da presidenta Dilma Rousseff e, na sequência, durante a cassação do ex-presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, quando se registrou um fato até bem pouco tempo impensável: a velha imprensa, que oligopolizava as comunicações convencionais havia perdido o comando das interações nas redes sociais para os meios alternativos, mais adaptados aos ambientes descentralizados de produção de informações como Mídia Ninja e JornalistasLivres.

## **Metodologia**

Neste artigo, em que avaliamos a bibliografia de referência sobre a prática jornalística e aspectos centrais como jornalismo como profissão, jornalismo como forma de conhecimento da realidade e ciberespaço como espaço de produção descentralizada de informações, partimos de duas hipóteses. A primeira que o jornalismo de campanha praticado pela velha imprensa e que desconsidera os padrões clássicos de objetividade definidos pelo jornalismo como profissão no século XX, comprometeu a sua credibilidade como instituição responsável pela constituição de uma esfera pública democrática e que a sua função está sendo substituída, ao menos em parte, por estes novos atores, menos atrelados ideologicamente a uma agenda vinculada a interesses minoritários da sociedade e mais apropriados às características existentes nas redes sociais. A segunda hipótese é que a tendência é que quanto mais assumam o controle dos fluxos de informações e funcionem como epicentro das interações nas redes sociais coletivos como Mídia Ninja e JornalistasLivres se institucionalizarão, desenvolverão modelos de financiamento diferenciados e adotarão padrões deontológicos mínimos para garantir a sua legitimação como mediadores sociais.

## **Discussão/Conclusões**

O artigo está dividido em três partes, mais conclusões e referências. Na primeira, “O Jornalismo como paradigma da esfera pública”, discutimos como o Jornalismo se constituiu

# JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

como esfera pública por excelência durante a Modernidade. Até então, nas sociedades feudais e de poderes absolutos dos soberanos de turno, sequer havia sido manifestada a necessidade de constituição de um espaço público democrático para o debate dos diferentes projetos políticos existentes para as sociedades. Na segunda, “A emergência de novos atores nas redes sociais”, trata-se das mudanças profundas provocadas nas sociedades contemporâneas, cada vez mais complexas, pela reestruturação da economia mundial, pelas inovações tecnológicas, técnicas, sociais, políticas, culturais e profissionais e seus impactos para as organizações jornalísticas e o aparecimento de novos atores sociais no processo descentralizado de produção de informações jornalísticas. E, por fim, na terceira, “O desafio da institucionalização do jornalismo nas redes sociais”, refletimos sobre o paradoxo que paira sobre as práticas jornalísticas emergentes nas redes sociais: edificado contra os padrões canônicos do profissionalismo jornalístico consolidado, em particular, na maioria dos países pelo modelo empresarial de jornalismo ao longo dos últimos 150 anos, o novo tipo de jornalismo que emerge, como acontece com todos os movimentos sociais, necessita instituir parâmetros mínimos de ‘conduta profissional’ como forma de legitimação social. E, como toda forma de jornalismo, maior será sua legitimidade quanto mais tiver capacidade de produzir informações que possibilitem a compreensão do mundo-realidade na atualidade.

## Referências

- ANDERSON, Bonni. **News Flash: Journalism, Infotainment and the Bottom-Line Business of Broadcast News**. San Francisco: Jossey-Bass, 2004.
- BELUZZO, Luiz Gonzaga. **O capital e suas metamorfoses**. São Paulo: EdutiraUnesp, 2012.
- BROCK, David; Rabin-Havt, Ari. **The Fox Effect: How Roger Ailes Turned a Network into a Propaganda Machine**. New York: Anchor Publisher, 2012.
- CASSINO, Dan. **Fox News and American Politics: How One Channel Shapes American Politics and Society**. London. Routledge, 2016
- CASTELLS, Manuel. **La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 1 La Sociedad Red**. Madrid: Alianza Editorial, 1996.
- CASTELSS, Manuel. **La era de la información. Economía, Sociedad y Cyltura. Vol. 3. Fin de Milénio**. Madrid: Alianza Editorial, 1998.
- GUILLMOR, Dan. **We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People**. O’ Reilly Media, 2006.

# JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

HABERMAS, JÜRGEN. **A mudança estrutural na esfera pública.** Tradução de Flávio Köthe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. (Biblioteca Tempo Universitário, 76 – Série Estudos Alemães).

HARTLEY, John (2007) **The "uses of literacy" revisited in the multimedia age.** QUT Digital Repository. Disponível em <http://eprints.qut.edu.au> Acesso 13.10.2016

HEIRICH, Ansgard. **Network Journalism. Journalistic Practice in Interactive Spheres.** London: Routledge, 2011.

JARVIS, Jeff. **What would Google Do. Reverse- Engineering the Fastest-Growing Company in the History of the World.** New York: Harper, 2011.

LEVY, Pierre. **L'Intelligence collective : Pour une anthropologie du cyberspace.** Paris: La Découverte, 1994.

MACHADO, Elias. **O Jornalismo Digital em Bases de Dados.** Florianópolis: Calndra, 2006.

MACHADO, Elias. Folhaleaks, Jornalismo e Wikileaks: Contribuições para a definição de novas práticas no Jornalismo. In **Actas del VIII Encuentro Internacional de Investigadores de Estudiosos Y Investigadores de la Información y de la Comunicación.** La Habana. Universidad de La Habana, 2015.

McLUHAN, Marshall. **The Gutenberg Galaxy: The making of typographic man.** Toronto: University of Toronto Press, 1962.

McLUHAN, Marshall; POWERS, Bruce. **The Global Village: Transformations in world life and media in the 21st century.** New York: Oxford University Press, 1989.

MORACCI, Federico. **Riconfigurazioni post televisive dell'infotainment: Verso una ridefinizione del genere nelle web tv di stampo giornalistico.** Roma: Edizioni Accademiche Italiane 2016.

PARK, Robert Ezra. **The Collected Papers of Robert Ezra Park. Vol III. Society. Collective Behavior, News and opinion. Sociology and Modern Society.** HUGUES, Everett et all. Glencoe: The Free Press, 1955.

PARK, Robert Ezra. **The Crown and Public.** Chicago: Chicago University Press, 1972.

PATTERSON, Thomas. **Informing the news. The need for knowledge based journalism.** New York: Vintage Books, 2013.

PRADO, Magaly. **Ciberativismo e Noticiário: Da mídia torpedista às redes sociais.** São Paulo: Alta Books, 2015.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo.** São Paulo: Paulinas, 2012.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço. Técnica e Tempo. Razão e Emoção.** São Paulo: Edusp, 2006.

PLAZA, Mónica. **Wikileaks. La era de los soplones.** Barcelona: Atanor Ediciones, 2011.

SIMONDON, Gilbert. **Du mode d'existence des objets techniques.** Nouvelle edition revue et corrigée. 5ª ed. Paris: Aubier, 2012.

II SIMPÓSIO INTERNACIONAL

---

# JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

---

SORRENTINO, Carlo (Org.). **Il campo giornalistico. I nuovi orizzonti dell'informazione.** Roma: Carocci, 2006.

THUSSU, Daya. **News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment.** London: Sage, 2008.

VIEIRA PINTO, Álvaro. **O conceito de Tecnologia.** Vol. 1 e 2. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.