

Da redação para o *blog*: uma experiência de trabalho com os números¹

Olivia Bulla²

Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP

Resumo

O presente artigo relata uma experiência pessoal (e profissional) que contribui para a discussão sobre as condições de produção do trabalho jornalístico em arranjos econômicos alternativos, diante da constatação da influência das rotinas produtivas na construção da notícia - muita vezes apoiada na objetividade do número para sustentar um discurso. Como exemplo, propõem-se mostrar como os *blogs* e as ferramentas das redes sociais são vistos como inovações na forma de produzir Jornalismo, sendo encarados como possibilidade de mudanças nas rotinas produtivas e incorporados como alternativos ao trabalho jornalístico tradicional na grande imprensa. Nesse ambiente da Internet, a problemática elucidada como os números podem significar o seu real valor e como as prescrições formuladas para o trabalho jornalístico resultam em um compromisso maior com a informação.

Palavras-chave: Jornalismo; jornalista; comunicação e trabalho; mundo do trabalho; *blog*

Introdução

A dissertação de Mestrado "*A evidência dos números no discurso jornalístico através das relações de Comunicação e Trabalho*" (BULLA, 2015) serviu para responder a alguns anseios pessoais que surgiram no dia-a-dia da prática profissional em um ambiente de Redação de uma empresa jornalística, ligada a um veículo tradicional de comunicação. A pesquisa buscava realizar um trabalho científico capaz de libertar das aflições e angústias que surgem em meio às mudanças no modo de organização do trabalho.

Posto isto, é preciso observar que o objeto de estudo esquivou-se de uma reiteração *naïve* dos interesses particulares. Ao buscar compreender como os números são usados para simular um sentido de verdade no texto, servindo como argumento para construção da objetividade e sustentando um discurso (e sua ideologia), Bulla (2015) mostrou que a quantificação da informação através dos números ajuda a construir a versão que se quer do fato com o consentimento dos processos produtivos do Jornalismo, uma vez que as rotinas de trabalho permitem - e até incentivam - ao profissional usar esse recurso na interpretação dos fatos sociais e na veiculação de notícias.

¹ Trabalho apresentado para o GP Teoria do Jornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) e pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT). Jornalista, especializada em Economia e Mercado Financeiro. Email: olviabulla@gmail.com.

A partir da análise empírica foi-se capaz de confirmar que os números são tratados como signos que são apropriados para a produção de sentidos, construindo argumentos conforme convém. Esse material associado ao âmbito teórico da pesquisa demonstra que o uso dos números potencializa o valor da notícia, através da quantificação da informação, e que o mundo do trabalho permite ao emissor da notícia “torturar” os fatos. (BULLA, 2015, p. 150)

Ao final do estudo, propôs-se a criação de categorias, apresentadas no artigo da XXXVIII edição deste Congresso (BULLA, 2015a), que tratam da possibilidade de se aplicar uma ferramenta teórico-metodológica nos estudos da linguagem e da análise do discurso, com base no uso dos números. Por meio de três categorias, foi possível mostrar como os números e as rotinas produtivas podem ser determinantes na construção da notícia e do olhar do jornalista. Mais que isso, pode-se reconhecer essas falsidades numéricas no Jornalismo e facilitar a identificação de distorções no discurso por meio da forma como o número é apresentado na notícia.

A partir daí, é que se torna possível desenvolver o tema a ser exposto neste artigo, que pretende discutir as alternativas ao fazer jornalístico das empresas tradicionais, que usam de estratégias persuasivas desviantes, como a construção de um discurso que reafirma *o status quo* a partir dos números, para silenciar vozes e versões dissidentes sobre um fato noticioso. Tem-se, assim, os *blogs* de jornalistas, que buscam o exercício de um Jornalismo alternativo à grande imprensa, visando maior autonomia, independência, liberdade de expressão e realização profissional.

Tratam-se de novos arranjos econômicos, que possibilitam o pleno exercício do jornalista profissional. Porém, conforme a tese de Doutorado "*Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão*" (LIMA, 2015), essa discussão passa pelo papel da pressão econômica e da censura, que freiam a possibilidade de iniciativas que poderiam ser significativas para a renovação do Jornalismo.

Segundo a autora, "os *blogs* trouxeram uma sensação de liberdade e revitalização do Jornalismo, tanto pela mudança na produção, quanto na plataforma discursiva" (NONATO, BULLA, 2015, p.15).

No novo meio, o jornalista escreve sobre o que gosta, assume integralmente o papel de formador de opinião, com a possibilidade de aprofundar a notícia; ele também pode simplesmente compartilhar um texto com outras pessoas; tem a instantaneidade e rapidez da Internet a seu favor e ainda conta com o feedback do leitor/receptor. (*ibid*)

É importante salientar que o referencial teórico de ambas as pesquisas citadas, pertencentes ao Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), conceitua o trabalho e a comunicação como atividade humana, no sentido ontológico do ser social, destacando como os processos produtivos foram transformados pela organização das rotinas produtivas. Nesse sentido, denota-se que, do ponto de vista do ser social, não se deve pensar a comunicação sem pensar o trabalho.

Marx e Engels ([1932]2010) afirmam que o trabalho é o que diferencia o homem dos outros animais, sendo que “o trabalho produtivo se determina a partir do ponto de vista da produção capitalista” (p. 151). Assim, o mundo é produto do trabalho humano. Juntamente com o trabalho, tem-se a linguagem enquanto outro elemento constitutivo do ser humano. Lado a lado, linguagem e trabalho permitem entender melhor os processos comunicacionais, a fim de compreender o lugar da comunicação na sociedade e a forma como uma define a outra.

Portanto, ao se compreender como os elementos linguísticos e extralinguísticos - aspectos históricos, sociais, culturais, ideológicos - se relacionam na produção de sentido da notícia, é possível enxergar a comunicação como um processo em que a estrutura simbólica é mediada pelo próprio contexto social, permeado pelas contradições e conflitos relativos ao momento histórico vivido.

Mas, como lembram Marx e Engels ([1932]2010), “as ideias da classe dominante são as ideias dominantes” (p. 113) e a comunicação se vê acorrentada à ordem social reinante. Nesse embate, os representantes da cultura dominante impõem seus valores, desmotivando o diferente.

A partir dessa definição ontológica, o eixo apresentado por Bulla (2015) mostra os números como uma forma eficaz de apreender argumentos enganadores, fazendo com que o sujeito seja cada vez mais vulnerável às falácias numéricas. “O único ‘antídoto’ é a própria Matemática, que pode desfazer mitos e refutar mentiras, reduzindo a própria influência dos números no texto” (*ibid*, p. 150).

No jogo da linguagem comunicacional entre palavras e números, e no embate de fatos e dados, as evidências que se revelam são permeadas pelo ponto de vista do jornalista sobre o trabalho. Nessa perspectiva apresentada até aqui, a comunicação no mundo do trabalho dá um caráter ontológico ao conceito de comunicação, no sentido do ser social discutido por Marx, e mostra que a relação com o objeto se dá pela atividade humana no âmbito da comunicação intersubjetiva.

A compreensão de que o mundo real dos números é feito de medidas imperfeitas, na maioria das vezes, fornece o ceticismo necessário para saber de onde surgem os dados, se eles são confiáveis e se foram apresentados de modo direto e, quiçá, honesto. À medida que cada ser social tornar-se apto a localizar falsos padrões e conexões adulteradas, através dos números, é possível percebê-los em toda parte. Aí o “efeito tóxico” perde influência e os números deixam de ser vistos como representantes da verdade manifesta, compreendendo-se que eles também mentem.

Dessa forma, entende-se que o problema em relação ao uso dos números para a construção da objetividade no Jornalismo parece ser mais o de controlar ou remodelar as formas pelas quais as pessoas se comunicam, empurrando-as na direção das ideologias dominantes. Assim, somente em um ambiente em que haja dedicação mais profunda à interpretação, à criação de relações e à tradução das informações guardadas dentro dos números, é que poderá haver um discurso com relação direta com a verificação e a apuração dos fatos, informando para o conhecimento sem comprometer os sentidos.

E é essa tarefa, enquanto jornalista, à qual se pretender contribuir com este artigo, apresentando uma plataforma alternativa à atividade profissional.

Segundo Lima (2015), no *blog*, tem-se uma tentativa de resgatar o papel da informação e, sobretudo, o papel do Jornalismo como difusor da notícia e meio contra-hegemônico. Nesse ambiente, o jornalista não precisa da estrutura de uma empresa de comunicação e busca se amparar nas novas relações de poder na sociedade contemporânea, podendo escrever de qualquer local e, principalmente, com isenção, garantindo sua própria liberdade de expressão, sem as influências político-ideológicas.

Hesmondhalgh (2015) afirma que “a digitalização levou a uma proliferação de novas maneiras de produção amadora e semiprofissional” (p. 163), tais como *blogs*, Wikipedia, jornalismo cidadão e várias formas de jogos interativos, que resultaram em uma explosão de produção não-profissional como evidência de uma nova era de produção cultural e, também, como uma democratização da produção de conteúdo. Segundo ele, citando Bruns (2008),

na era da Internet, o acesso aos meios de produção e de distribuição de informação é ‘amplamente disponível’, os consumidores podem tornar-se produtores e distribuidores culturais, ignorando as organizações ‘tradicionais’, via sistemas de comunicação ponto a ponto e ‘muitos-para-muitos’ (em vez de ‘um-para-muitos’), levando a uma nova forma ou modelo conhecido como ‘produto’ (produsage), uma mistura de produção e uso. (HESMONDHALGH, 2015, p. 163)

Tais fenômenos da era digital são exemplos de atividade cultural que tentam basear-se nos prazeres e recompensas da participação, ao invés da competição. Esse ambiente envolve um trabalho não remunerado por parte dos participantes, colocando-se em discussão o “trabalho livre”, “uma importante, ainda não reconhecida, fonte de valor nas sociedades capitalistas avançadas” (Terranova, 2004, *apud* Hesmondhalgh, 2015, p. 164).

Independente das críticas ao “trabalho livre” nos últimos anos, acredita-se que só em um contexto isento e autônomo de produção noticiosa - seja qual for o aparato técnico e a plataforma tecnológica, bem como os retornos financeiros - é que os números podem se transformar em um recurso jornalístico, passando a informar e a compor a notícia, mostrando maior consideração pelo fato.

A seguir, tem-se o relato de uma experiência pessoal que permite essa tentativa de produção mais livre.

A experiência com o *blog* "A Bula do Mercado"

A segunda parte deste artigo apresenta a experiência pessoal (e profissional) da autora, que se transformou em um próprio objeto de estudo, criando um *blog* para renormalizar a atividade de trabalho, distanciando-se de valores sociais e ideológicos da linha editorial prescrita na empresa onde trabalhava.

Entende-se, aqui, que a prescrição no trabalho não se resume à transferência de normas, ordens, regras e/ou padrões e vai além dos manuais de redação, das rotinas exaustivas, dos procedimentos com as fontes e com o leitor. Rebechi (2014) afirma que “é difícil imaginar o desenvolvimento do trabalho sem algum tipo de prescrição” (p. 72).

Sob essa ótica, as prescrições são concebidas como normas que servem para controlar a atividade humana do trabalho de maneira que ela responda às demandas da lógica produtiva do capital. (REBECHI, 2014, p. 72)

Ao encerrar, após oito anos, o vínculo profissional em uma das empresas do grupo *O Estado de S. Paulo*, líder nacional na cobertura de notícias, em tempo real, sobre mercado financeiro e economia, foi possível dar aos números o significado de cada elemento, enquanto signo, assimilando uma dialética entre os saberes normalizados e o inédito da atividade. A partir desse movimento, vivenciou-se a renormalização na prática cotidiana, esquivando-se dos valores prescritos e assumindo a tarefa maior do jornalista, que é o compromisso com a informação.

Trata-se de uma experiência que evidencia um enfrentamento às tentativas de controle e censura, ao mesmo tempo em que busca por arranjos econômicos alternativos para a própria subsistência, conforme afirma Nonato (2015):

Nos blogs, o jornalista não precisa da estrutura de uma empresa de comunicação; pode escrever de qualquer local e, principalmente com isenção, sem a interferência de interesses comerciais e/ou das empresas de comunicação, ideais que, a princípio, remetem à realização de um sonho. (NONATO, BULLA, 2015, p. 16)

Com a proposta de fazer, de casa, um resumo matinal diário sobre o que deve "agitar" o dia de negócios nos mercados financeiros e na pauta econômica, o *blog* "A Bula do Mercado"³ - em um trocadilho com o nome da autora - nasceu a partir do entendimento de que o jornalista pode garantir credibilidade e manter sua identidade profissional. Nessa plataforma digital, alternativa à grande mídia, é possível construir um discurso no qual a verificação e apuração dos fatos tem o compromisso de informar para o conhecimento.

Nonato (2015) explica que esse "novo meio revitalizou o Jornalismo, trazendo fôlego para aqueles profissionais que estavam cansados das rotinas produtivas dos meios de comunicação tradicionais" (p. 17). Nesse contexto, o *blog* trouxe à tona debates econômicos relevantes, com novas visões sobre uma mesma notícia e permitindo mostrar, no caso específico, o real valor dos números.

É importante frisar que o Jornalismo tradicional, da grande imprensa, é cada vez mais comprometido com seu autofinanciamento, diante da condição da notícia-mercadoria. Conforme Puliti (2010), há um papel estratégico do capital financeiro na prática jornalística, que culminou na linha editorial batizada de "financeirização do noticiário".

Segundo a autora, esse viés foi concebido a partir do "predomínio no noticiário de assuntos que resultam da convergência de interesses do lucro do sistema financeiro e a ideologia neoliberal" (PULITI, 2010, p. 2). A autora diz ainda que o noticiário econômico no Brasil consolidou-se no governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), em uma prática que começara desde a segunda metade dos anos 1950, tendo como "grande impulso" o regime militar e a censura a assuntos políticos.

A partir da segunda metade dos anos 1980, com a redemocratização política e a adoção de novas práticas econômicas no Brasil, a "financeirização do noticiário revela-se uma estratégia comunicacional para legitimar questões ideológicas, enfatizando os aspectos do neoliberalismo" (PULITI, 2013, p.47).

³ www.oliviabulla.com.br

E é nesse sentido que os discursos dos meios de comunicação, sobretudo da tradicional mídia impressa, transmitem e constroem visões de mundo, revelando ainda o poder do jornalista sobre o noticiário.

Oliveira (2007) lembra que o jornal *Folha de S.Paulo*, nos anos 1980, colocou em prática técnicas apoiadas em uma “concepção de mundo orientada para a modernização do processo produtivo” (p. 1), adaptando o trabalho jornalístico à lógica de uma sociedade de mercado. O objetivo era otimizar a dinâmica da produção e ao mesmo tempo “melhorar” a qualidade do produto informativo, compatível com os requisitos modernos.

Ou seja, a direção da Folha precisou trabalhar não apenas nas reformulações do modo de os jornalistas organizarem sua produção, a partir de um “adestramento” que exigia transformação radical de comportamentos na redação. Era preciso disseminar valores que apontavam para uma nova concepção ideológica sobre a profissão, com o objetivo de assegurar que os jornalistas pudessem aderir aos princípios do projeto e à disciplina industrial pela via consensual (OLIVEIRA, 2007, p. 12-13).

Percebe-se, com isso, qual o contexto do Jornalismo e do mundo do trabalho do jornalista que permeia a ideia de que as notícias são transformadas em mercadorias, atendendo a um público-alvo específico. Segundo Souza (2009), as consequências desse processo são “a padronização de conteúdos e o controle da informação e do conhecimento para o público” (p. 43).

Assim, a notícia não é uma mercadoria qualquer, mas responde a certa ideologia e o Jornalismo assume um papel no jogo de forças que compõe a sociedade. Nele, está a possibilidade de manipulação, pois não há informação independente da interpretação. A notícia torna-se, portanto, a manifestação e a reprodução do pensamento dominante, com seus contornos ideológicos sendo materializados no discurso.

Ciente disso, a proposta do *blog* "A Bula do Mercado" foi de questionar esse discurso dominante, construindo um pensamento alternativo - embora também se reconheça que a atividade jornalística, enquanto produção discursiva e, portanto, ideológica, organiza a mensagem a partir da parcialidade na apreensão do fenômeno. Afinal, as determinações culturais envolvem uma dialética entre a particularidade dos interesses e a constituição da universalidade, decorrente da relação entre o objetivo e o subjetivo.

Sob essa ótica, está a presença do Outro, que considera que o sujeito tem uma relação com o meio ao seu redor e seus discursos, e com um discurso clivado pela ideologia, vendo a linguagem como um processo de interação dialógica na corrente histórica (e social) dos discursos.

Não se trata, portanto, de definir o Jornalismo nos *blogs* com a realidade, mas de contribuir com o questionamento de ideias estabelecidas pela prática jornalística, enfrentando os desafios postos pelas fronteiras da técnica e do conhecimento, que está na essência da informação jornalística. Orlandi (2005) explica que Michel Pêcheux, fundador da Escola Francesa de Análise de Discurso (AD), teoriza “como a linguagem é materializada na ideologia e como esta se manifesta na linguagem” (p. 10), estabelecendo “como central a relação entre o simbólico e o político” (*ibid*).

Nesse processo, é possível compreender como as relações de poder são significadas e simbolizadas e como a ideologia e o discurso se materializam na notícia, através da língua e da textualização. Nessa concepção, o sujeito é filiado a um saber discursivo, que produz seus efeitos por intermédio da ideologia e do inconsciente.

Então, a partir do entendimento de que o Jornalismo visa empurrar as formas pelas quais as pessoas se comunicam em direção às ideologias dominantes, simulando um efeito de sentido, no qual as formas simbólicas se entrecruzam com as relações de poder, buscou-se situar o fato noticioso em um contexto que se desvencilha das relações entre dominantes e dominados. Nessa nova espiral discursiva de valores, é possível ao jornalista ampliar o olhar sobre o mundo, resgatando a informação de qualidade, acessível e apresentável.

Tendo como ponto de partida as categorias criadas para identificar a forma como o número é apresentado na notícia (BULLA, 2015a), o *blog* "A Bula do Mercado" busca construir um texto usando esses signos a partir do *acesso*, da *observação* e da *investigação*. O material é reproduzido em diferentes redes sociais – LinkedIn, Facebook e Twitter, o que permite um maior alcance e difusão do conteúdo, bem como um retorno direto dos leitores, em um processo caracterizado pela interação instantânea do novo modo de produção e circulação da notícia.

Como primeiro exemplo tem-se o texto “*Os números não mentem*”, publicado em 14 de abril de 2016. O *lead* refere-se aos votos no processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff e diz que: “*Enquanto a imprensa tradicional celebra a derrota do governo, dizendo que os aliados não têm o total de votos necessários para barrar o impeachment na Câmara dos Deputados, e os mercados domésticos antecipam a comemoração de domingo, colocando o dólar abaixo de R\$ 3,50 e a Bovespa acima dos 53 mil pontos, o discurso no Palácio do Planalto é outro. Segundo o ministro Ricardo Berzoini (Secretaria do Governo), a base hoje é superior a 200 votos e é trabalhada de maneira muito "rigorosa" e "criteriosa" pelas lideranças*”.

O texto diz ainda que, “*no noticiário de massa, os jornais dão como certa uma derrota do governo, que já teria inclusive admitido não ter os 172 votos necessários contra o impeachment*”, e acrescenta que, “*no placar de um desses veículos, faltam apenas 10 votos para a oposição alcançar a almejada marca de 342 e, assim, avançar o processo para o Senado, enquanto o governo teria apenas 124 votos*”. Conclui-se, então, que “*em meio a essa falácia numérica, já que a soma dos votos atribuídos à oposição com os votos declarados pela situação supera o total de 513 deputados que irão votar no domingo, o que pode definir o rumo dos mercados domésticos hoje é o sinal vindo do exterior*”.

Nesse primeiro exemplo, percebe-se como o meio político, embora não admitido, influencia as redações dos grandes jornais brasileiros, que praticamente emplacavam a campanha favorável ao afastamento da presidente Dilma pelo Congresso. Nesse modo de se fazer Jornalismo, as decisões editoriais estão sempre em consonância com os interesses dos grupos empresariais detentores de fatias nos veículos de comunicação, contaminando até mesmo os cargos de chefia no processo de produção da notícia.

Nota-se, sobretudo, a falta de compromisso com o aprofundamento da democracia e o fato de como o mundo do trabalho do jornalista produz um Jornalismo tão precário, instável e individualista quanto as próprias condições para o exercício da profissão e para a produção da notícia. Tem-se, então, a forma como as instituições da sociedade civil estão à mercê dos interesses corporativos.

Tais valores, quando submetidos às forças políticas e econômicas, são capazes de turvar a informação isenta, “torturando” os números para se dizer aquilo que se quer e trapaceando o exercício do trabalho do jornalista. Essa prática inviabiliza a democratização pelos meios de comunicação. Afinal, o “mundo nos chega editado” (BACCEGA, 1995) através de “filtros” e em torno de interesses os mais diversos e contraditórios, pelos quais o relato do e sobre o mundo se traveste em discurso.

Já no *blog*, o jornalista é capaz de atuar no mundo social, dentro de um contexto social e histórico. Não é mais aquele assujeitado das estruturas, mas sim um ser social histórico na arena da luta de classes dada pelo discurso. Nesse quadro, o profissional jornalista resgata seu papel enquanto mediador social, tornando a democracia extensiva às formas de produção e de distribuição de bens materiais e imateriais na sociedade.

Outro exemplo extraído do *blog* "A Bula do Mercado" refere-se a uma notícia sobre economia, assunto no qual o uso dos números é mais latente, embora não somente no campo econômico eles possam ser “oportunistas”.

Em 19 de janeiro de 2016, o texto intitulado “*PIB chinês dá injeção de ânimo nos mercados*” mostra como ao divulgar um número de crescimento econômico “*exatamente em cima do alvo*”, ou seja, “*em linha com a previsão da grande maioria dos economistas*”, a expansão econômica chinesa de 6,9% em 2015 fez “*o sinal positivo se espalhar entre os ativos de risco*”. Porém, traduzindo o significado deste número, tratava-se do “*ritmo mais lento de expansão do Produto Interno Bruto (PIB) da China nos últimos 25 anos*”, sendo que “*apenas no quarto trimestre do ano passado, a alta de 6,8% foi o menor avanço desde a recessão global de 2009*”.

Eram sinais de desaceleração da segunda maior economia do mundo, mas o número mágico, “*em cima do alvo*” deu “*injeção de ânimo*” aos negócios. Porém, no espaço livre proporcionado pelo *blog*, é possível explicar que “*os números chineses são vistos com desconfiança pelo mercado financeiro, pois apenas 19 dias após o fim de 2015, o país mais populoso do mundo, terceiro maior em termos geográficos e segundo no ranking econômico global, consegue compilar o principal indicador de atividade*”. Nesse sentido, “*os sinais de estabilização da segunda maior economia do mundo estão longe de animar os investidores, uma vez que o crescimento chinês de dois dígitos ficou para trás há um bom tempo*”.

Três meses depois, em 15 de abril de 2016, a China divulgou mais um “*número dentro do esperado (6,7%) sobre a expansão econômica do país no início deste ano*”, mas o dado “*não serviu de alento aos negócios nem no exterior*”. Nota-se como, em termos absolutos, os números não se diferenciam muito e todos rondam a “*meta de Pequim, de crescimento ‘em torno de 7%*”.

Na esteira dos dados, o *blog* lembra que “*o ritmo estável de crescimento na China reflete a transição econômica adotada pelo país, de sair da indústria pesada rumo a uma economia voltada ao consumo e aos serviços*”. Assim, esse novo modo de fazer Jornalismo permite ao jornalista usar sua visão crítica - a qual perdeu eficácia no tipo de fazer jornalístico que se consolidou no Brasil - resgatando o compromisso com a credibilidade e a confiabilidade.

Tem-se, então, um substancial esforço de comunicação, em que essa nova plataforma permite desafiar pensamentos pré-concebidos que se apresentam como os únicos racionais, enxergando além do discurso dominante e questionando-o. Como resultado, a notícia busca representar o mais neutro e fiel sobre a realidade assistida, apoiada em critérios de identificação e de separação do modo com o número é tratado no texto.

A partir daí, o emissor constrói suas representações no discurso, descrevendo as quantidades enquanto mediações. Afinal, a quantificação da notícia apresenta a informação como uma forma de conhecimento, mas é também um ponto de vista cultural, no qual o tradicional “faro jornalístico” e a habilidade de contar uma história são envolvidos com a escala e o alcance da informação a partir de qualquer grupo de números. Assim, dizer que o dólar é cotado abaixo de R\$ 3,50, por exemplo, representa menos do que afirmar que “*o capital especulativo tem derrubado o dólar para o menor nível desde agosto ante o real brasileiro*”.

Mais que isso, permite uma reflexão, conforme trazida no texto “*O que será que será?*”, de 18 de abril de 2016, que ironiza dizendo que “*o mercado acredita que foi o impeachment sozinho que fez tudo isso*”. “*Ledo engano. Como se sabe, esse movimento local foi alimentando por um colchão de liquidez criado pelas condições monetárias amplamente expansionistas dos principais bancos centrais do mundo. São as taxas de juros perto ou abaixo de zero e os estímulos artificiais que sustentam um apetite pelo risco global, alimentando um rali em bolsas, commodities e moedas pelo mundo - com boa parte desses recursos alocados no Brasil*”.

Portanto, na alternativa oferecida pelo *blog* é possível mostrar que se apoiar em números para explicar algum fato pode revelar um processo de construção da notícia em que o compartilhamento de qualquer fonte pode moldar e/ou restringir os contextos e questões. Nessa rede de sentidos, a influência do meio de comunicação e o lugar do Outro determinam as práticas de significações e sistemas simbólicos, que produzem significados aos números em uma sociedade marcada por formas cada vez mais renovadas de controle.

Isso significa dizer que a tentativa no *blog* de se despir da visão dos números como uma caverna obscura encontra uma infinidade de verdades sobre o mundo. Já na grande imprensa, distorcer a realidade através da manipulação deliberada da informação por meio dos números permite compreender a forma como o jornalista submete-se à autocensura, ao silêncio e à omissão, valendo-se de recursos simbólicos, como os números, para embaçar o foco da notícia e sua relevância enquanto fato social.

Nessa perspectiva, o próprio jornalista submete sua liberdade de expressão à liberdade de imprensa da empresa, e sua ideologia. Aqui, é relevante esclarecer que o conceito de liberdade de expressão com o qual se opera é aquele lastreado pela tradição do republicanismo, que se orienta pelo modelo das virtudes cívicas da cidadania e que se diferencia da compreensão liberal, assentada no livre agir do indivíduo.

Conclusão

A problematização apresentada neste artigo buscou apresentar novos caminhos para o Jornalismo, em meio à precarização das relações de trabalho, à manipulação da informação, à hibridização do texto jornalístico, entre outras características advindas do cenário do capitalismo financeiro e informacional, no qual os oligopólios de empresas de comunicação têm papel relevante. Sabe-se que a atividade ainda está em processo de transição, mas, em sua essência, nasceu como difusora de informação e como um meio de contra hegemonia.

Nesse sentido, a busca do exercício profissional alinhado aos ideais do Jornalismo tem aglutinado jornalistas em busca de alternativas possíveis no exercício com dignidade do trabalho jornalístico. O ambiente dos *blogs* torna-se uma tentativa de resgatar o papel da informação e, sobretudo, do Jornalismo como difusor da notícia e meio contra hegemônico.

Porém, Nonato (2015) observa que “a total independência e liberdade de expressão desejada pelos blogueiros é ilusória” (p.18), pois a maioria mantém outras ocupações além do *blog*. Nessa condição, o jornalista se vê como um empreendedor social, mas é improdutivo perante o sistema, ou seja, para a reprodução do capital. Assim, a pergunta que fica é: “Como sobreviver, dentro da lógica capitalista, sem um meio de subsistência?” (BULLA, NONATO, 2015, p. 18).

Um novo projeto de pesquisa proposto pelo CPCT espera chegar aos elementos que caracterizam os novos arranjos produtivos alternativos no Jornalismo, bem como demonstrar as formas de financiamento e estruturação dessas atividades jornalísticas. A pesquisa pretende analisar e compreender os elementos com os quais os jornalistas profissionais enfrentam os desafios do contexto atual da profissão.

Trata-se de uma reação ao atual cenário de precarização das relações de trabalho, o qual deve ser entendido não como situações individuais, “mas como estruturante das condições de trabalho [do jornalista] atualmente” (GROHMANN, 2013, p. 2). O autor lembra que “não raro os jornalistas não se reconhecem como trabalhadores, mas como seres especiais” (*ibid*), o que dificulta a compreensão do trabalho jornalístico e do seu caráter produtivo.

Para Grohmann (2013), o jornalista deve ser visto como trabalhador, inserido no modo de produção capitalista vigente. “O que interessa, então, é que o trabalho jornalístico seja compreendido na chave de ‘exploração’ no momento atual do capitalismo” (*ibid*, p. 7).

Portanto, “é preciso pensar a própria condição do jornalista como trabalhador” (GROHMANN, 2013, p.13), pois a naturalização das rotinas de produção é um problema central. Atento a essa questão-chave, a Internet se apresenta como uma resposta, uma rota de fuga, em um mundo onde até agora tudo é permitido e possível - inclusive, construir seu próprio veículo de comunicação.

Portanto, acredita-se que cabe ao jornalista buscar rearranjos profissionais e de sustentação financeira que lhe permitam desenvolver um trabalho com o olhar fixo nos valores que identificam o Jornalismo como prática social voltada aos direitos do cidadão à informação, rumo à consolidação da democracia. Nesse ambiente, os números podem ter o seu real valor.

Referências bibliográficas:

BACCEGA, Maria A. **Palavra e discurso**: História e Literatura. São Paulo: Ática, 1995.

BULLA, Olívia. **A evidência dos números no discurso jornalístico através das relações de comunicação e trabalho**. Dissertação (Mestrado). São Paulo: USP, 2015.

. “Categorizando os números para identificar a construção de sentido na notícia”. **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM**, 37, 2015, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015>. Acesso em: 28/05/2016.

BULLA, O. NONATO, C. “Estudos do Jornalismo: reafirmação do *status quo* ou busca por arranjos alternativos? ”. **Revistas Estudos do Jornalismo/Dispositiva**. Lisboa, nº 5, v.1 e São Paulo, nº 3, v.1 2015

GROHMANN, Rafael. “O trabalho dos jornalistas como sintonia da lógica dos conglomerados”. **Revista ALTERJOR**, ano 04, volume 02, edição 08, julho-dezembro de 2013. São Paulo, ECA-USP, 2013.

HESMONDHALGH, David. “Conteúdo gerado pelo usuário, ‘trabalho livre’ e as indústrias culturais”. **Revista Eptic**. São Paulo, vol. 17, nº 1, janeiro-abril 2015.

LIMA, Cláudia N. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação**: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. Tese (Doutorado). São Paulo: USP, 2015.

MARX, K., ENGELS, F.. **Cultura, arte e literatura**. Textos escolhidos. São Paulo: Expressão popular, 2010.

OLIVEIRA, Michelle Roxo. “Racionalidade e gerenciamento no trabalho jornalístico: o caso Folha de S.Paulo na década de 80”. **Intercom – V Congresso – GT História do Jornalismo**, São Paulo, 2007.

ORLANDI, Eni. “Michel Pêcheux e a Análise de Discurso”. **Estudos da Língua(gem)**. Vitória da Conquista, n. 1, p. 9-13, junho de 2005.

PULITI, Paula. “História do jornalismo econômico no Brasil: do café ao tempo real”. **Revista Líbero**, São Paulo: vol. 16, n. 31, jan./jun. 2013.

_____. “A financeirização do noticiário econômico: o uso de estratégias de comunicação por grupos de interesse e seu impacto nos conteúdos jornalísticos”. **Revista E-Compós**, Brasília, v. 13, n. 3, set./dez. 2010.

REBECHI, Claudia Nocioli. **Prescrições de comunicação e racionalização do trabalho: os ditames de relações públicas em diálogo com o discurso do IDORT (anos 1930-1960)**. Tese (Doutorado). São Paulo: USP, 2014.

SOUZA, Genilda A de. **A conotação dos dados estatísticos pela mídia**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2009.