

Paradigma jornalístico como chave conceitual¹

Itala Maduell VIEIRA²

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Rio de Janeiro (RJ)

Resumo

O artigo, derivado da tese de doutorado da autora, apresenta a proposta de paradigma jornalístico como chave conceitual de interpretação de um sistema de crenças e valores da comunidade jornalística, que passa por profunda transformação. Parte-se da aproximação metodológica proposta por Giorgio Agamben, cuja função é a de constituir e tornar legível um fenômeno histórico a partir da sua própria singularidade, “um caso singular que, através de sua repetição, adquire a capacidade de modelar tacitamente comportamentos e práticas” de uma comunidade (AGAMBEN, 2019, p. 14).

Palavras-chave

Jornalismo; Teorias do jornalismo; Paradigma jornalístico.

Introdução

O jornalismo reflete muito bem a aventura da modernidade. Ele é a melhor síntese do espírito moderno. Por esse mesmo motivo, o processo de desintegração da atividade, seu enfraquecimento, sua substituição por processos menos engajados [...] é um sintoma de mudança dos tempos e dos espíritos.
Marcondes Filho

Desde que o campo jornalístico começou a ganhar força no Ocidente no século XIX, em meio ao avanço do capitalismo, à industrialização e à urbanização, os jornalistas foram bem-sucedidos ao forjar uma forte identidade profissional e encontraram relativa legitimidade junto à sociedade, com o reconhecimento coletivo das responsabilidades específicas dos jornalistas no espaço público, julgadas essenciais ao funcionamento do sistema democrático. A teoria democrática atribuiu-lhes uma competência específica, ligada sobretudo à informação da sociedade. As notícias tornaram-se simultaneamente um gênero e um serviço, e os jornalistas ficaram empenhados num processo de profissionalização que procurava maior autonomia e estatuto social” (TRAQUINA, 2008,

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora de Jornalismo da PUC-Rio e doutora em Comunicação. itala@puc-rio.br.

p. 20), mobilizando em torno de si valores como a busca da verdade, a independência dos jornalistas, a exatidão, a noção do jornalismo como um serviço ao público. Aliás, jornalistas ajudaram a construir o conceito de público como o conhecemos.

No Brasil, foi em meados do século XX que o jornalismo foi deixando de ser uma ocupação provisória e se tornou uma profissão, com identidade própria, diferenciada da dos literatos e dos políticos. Essa identidade se construiu num processo de valorização salarial, educacional (criação das escolas de jornalismo), jurídica (regulamentação da profissão), sindical e associativa (construção de espaço de resistência, negociação e sociabilidade), ética (criação de uma nova deontologia, baseada no compromisso com a objetividade e na responsabilidade social) e da liberdade de imprensa (RIBEIRO, 2003). Um grupo de jornalistas se empenhou num processo de profissionalização e maior autonomia e estatuto social, mobilizando valores como independência, exatidão, serviço público e busca da verdade, a partir de um processo continuado de migração de um modelo europeu (sobretudo francês) de jornalismo literário, panfletário e político, para o chamado modelo americano de jornalismo, mais “moderno” e padronizado, objetivo e factual, de tom impessoal e supostamente imparcial, sintetizado na figura do copidesque e nos manuais de redação. Seguir os padrões norte-americanos, ainda que apenas retoricamente, significava inserir o jornalismo formalmente na “modernidade”. Esta é a versão recorrente na historiografia da imprensa, ainda que não tenha se dado de um dia para o outro, nem sem divergências ou resistências, de disputas sobre o que se entende por jornalismo e como professá-lo.

Seja como for, durante o século XX, o jornalismo fez prevalecer no imaginário da sociedade seu papel de guardião da democracia. Sob essa visão, foi se atualizando o “contrato de leitura” entre imprensa e leitores, constante processo de negociação que envolve convenções e hábitos, e que exige reconhecimento mútuo entre os interlocutores (VERÓN, 2004).

Neste século XXI, jornalistas esforçam-se em reafirmar sua relevância para o “público”. Mas tal ideia de jornalismo é posta em xeque num processo contínuo de esvaziamento do modelo de negócio das empresas jornalísticas e do próprio sentido social do jornalismo frente às transformações estruturais por que vem passando. O contrato de leitura parece cada vez mais esgarçado. O jornalismo perdeu a precedência e não é mais

reconhecido como fonte primordial de notícias (REUTERS, 2021). Longe de ser um fenômeno isolado, parece se tratar de um sintoma da vigência de novos paradigmas.

Este artigo apresenta a proposta de paradigma como método de análise deste sistema de crenças e valores da comunidade jornalística, que passa por profunda transformação. Trata-se de recorte de tese de doutorado da autora, transformada em livro (VIEIRA, 2019, 2020), que toma a noção de paradigma para ler um conjunto de narrativas de jornalistas sobre jornalismo (na tese, envolvendo o *Jornal do Brasil*). Foram catalogados e analisados os três livros e as 10 comunidades virtuais e blogs existentes, todos produções voluntárias de jornalistas com o objetivo de unir a chamada comunidade jotabeniana, e depoimentos a veículos de comunicação e a pesquisadores. Estas narrativas são tomadas como chave de leitura de um *ethos* jornalístico.

Uma comunidade interpretativa

Como entende Bourdieu (1996, p. 11), cada profissão produz uma ideologia profissional, um sistema de crenças pelos quais os praticantes dão sentido à sua experiência de trabalho, numa “representação mais ou menos idealista e mítica de si mesma”. Para o autor, a prática jornalística é baseada numa série de assunções e crenças compartilhadas, que incluem estruturas cognitivas, perceptivas e avaliativas (1997, p. 47), a que Zelizer nomeia comunidade interpretativa, um enquadramento de referência compartilhado para trabalhar” (1992, p. 402). Este sistema é materializado por Bourdieu na célebre analogia dos óculos: “Os jornalistas têm lentes especiais através das quais veem certas coisas e não veem outras, e através das quais veem as coisas que veem da forma especial por que as veem” (BOURDIEU, 1997, p. 19). Sem perder de vista que o mundo jornalístico, internamente, “é dividido, cheio de conflitos, competição e rivalidades” (1997, p. 23), externamente prevalece um pensamento de grupo.

Seguindo a trilha de Bourdieu e outros teóricos da sociologia e de jornalistas, sobretudo da França e dos Estados Unidos, Nelson Traquina buscou uma melhor compreensão teórica das notícias. Lembra que as diversas teorias desenvolvidas ao longo de 50 anos apontam sua complexidade e, com explicações diversas, enumeram uma série de fatores, como o tempo, os constrangimentos organizacionais, as rotinas instituídas, e o crescente peso do polo econômico do campo jornalístico, que o autor vê como as principais forças que ajudam a construir o produto jornalístico (TRAQUINA, 2008, p.

13). Com base em sua análise crítica dessa literatura e calcado na sociologia do jornalismo, o pesquisador conclui que a compreensão das notícias implica um conhecimento da cultura dos profissionais que se dedicam a elas, ou seja, da cultura jornalística. Para Traquina, não é possível entender por que as notícias são como são sem a compreensão dos “agentes especializados” do campo jornalístico (BOURDIEU, 1997). A partir disso, busca identificar as características desses agentes, os contornos de seu microcosmos, os traços fundamentais da sua cultura profissional, para testar a hipótese de que os jornalistas constituiriam uma comunidade interpretativa transnacional, no tratamento dado a determinadas notícias em diferentes países, a partir da noção de “comunidade interpretativa” (ZELIZER, 1992). Barbie Zelizer fala em “quadros de referência comuns”, que Traquina entende formarem uma identidade, um *ethos*, uma maneira como se deve ser jornalista e estar no jornalismo – e fora dele, acrescento, em outros papéis sociais, como seu representante, agindo em favor do grupo.

Estudos sobre ideologia profissional no jornalismo assinalam a construção dos valores e da imagem da profissão. Fábio Henrique Pereira (2009) propõe uma tipologia para analisar a profissionalização dos jornalistas com relação aos demais grupos intelectuais. De forma esquemática, esse processo pode ser dividido em três momentos: 1. Um marco inicial de definição identitária, a partir da criação de um conjunto de convenções e uma representação social que possibilita estabelecer parâmetros para atividade jornalística, além de um princípio de delimitação estatutária, sem que isso acarrete um fechamento formal das fronteiras profissionais junto aos intelectuais (1945 a 1968); 2. Um processo gradativo de reorganização das redes de cooperação no meio cultural, com a criação de modos de acesso e de sistemas próprios de consagração e ascensão nas carreiras profissionais (1969 a meados da década de 70); 3. A consolidação dessas mudanças por meio de redes de cooperação autônomas (produtores, financiadores, público etc.) e também pela interiorização e reificação de um conjunto de ideologias calcadas no profissionalismo, na delimitação de atividades que compõem o âmago do mundo dos jornalistas.

Ana Paula Goulart Ribeiro (2007) aponta que a defesa da objetividade e da responsabilidade social do jornalismo nas reformas gráficas e editoriais realizadas nos anos 1950 era, por parte de alguns profissionais, um ato político, de construção afirmativa da identidade. Ao incorporar as novas técnicas e o ideal da objetividade, recusando

vínculos explícitos com a literatura e a política, o campo jornalístico transformou-se numa comunidade discursiva própria e criou as condições sociais da sua eficácia. Reformar os jornais, afiná-los aos padrões norte-americanos, ainda que apenas retoricamente, significava inseri-los formalmente na “modernidade”. Significou conferir ao campo jornalístico um capital simbólico sem precedentes: significava fazer do seu discurso uma “fala autorizada” e transformar a imprensa em um ator social reconhecido.

Paradigma como método

Em *Signatura rerum: sobre o método*, o filósofo italiano Giorgio Agamben (2019) dedica um capítulo a explicar como entende o uso de paradigmas na filosofia e nas ciências humanas, e como utilizou a noção de paradigma como método para suas análises sobre o *homo sacer*, o muçulmano, o campo de concentração e o estado de exceção. Agamben busca deixar claro sua intenção de constituir e tornar legível a totalidade de um fenômeno histórico a partir da sua própria singularidade – “um caso singular que, através de sua repetição, adquire a capacidade de modelar tacitamente comportamentos e práticas” de uma comunidade (AGAMBEN, 2019, p. 14).

O modo agambeniano foi formulado sobretudo a partir de Thomas Kuhn em *Estrutura das revoluções científicas* ([1962] 1997). Agamben observa que Kuhn usa o conceito de paradigma em dois sentidos: no primeiro, que ele chama de “matriz disciplinar”, paradigma designa o que os membros de certa comunidade científica têm em comum, o conjunto das técnicas, dos modelos e dos valores a que os membros da comunidade aderem mais ou menos conscientemente.

Aqui, a título de exemplo do primeiro uso, destaco depoimentos de dois jornalistas que recorreram ao termo paradigma, no senso comum, para se referirem ao *Jornal do Brasil*: o ex-redator do jornal e então presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), Maurício Azêdo³ – “Ele era o *paradigma* da qualidade e da excelência de um jornal diário” (2010) –, e Ricardo Noblat⁴: “Isso do *JB* como *paradigma* de jornalismo de

³ Maurício Azêdo (1934-2013), formado em Direito em 1960, foi repórter, redator, cronista, editor, chefe de reportagem, editor-chefe e diretor de redação de *Jornal do PCB*, *Jornal do Commercio*, *Diário Carioca*, *Jornal do Brasil*, *Diário de Notícias*, *Jornal dos Sports*, *Última Hora*, *O Dia*, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* e *Boletim ABI*. Presidiu por duas vezes a Associação Brasileira de Imprensa (ABI).

⁴ O pernambucano Ricardo Noblat começou a carreira no *Jornal do Brasil* em 1967, na sucursal de Recife. Trabalhou nos jornais *Diário de Pernambuco*, *Jornal do Commercio*, *O Globo*, *Correio Braziliense* e *O Estado de S. Paulo* e nas revistas *Veja*, *Manchete* e *IstoÉ*. Mantém desde 2004 o *Blog do Noblat*.

primeira linha, a gente percebia isso estando fora do Rio” (2010, 1’04). Outros o tratam como modelo, como Ana Arruda Callado⁵: “Era o jornal modelo deste país” (2010).

No segundo sentido, o paradigma é um elemento singular deste conjunto que, “servindo de exemplo comum, toma o lugar das regras explícitas e permite definir uma tradição de pesquisa particular e coerente” (2019, p. 12). Este segundo seria, para Kuhn, mais novo e profundo: o paradigma é *um exemplo, um caso singular que, pela sua repetição, ganha a capacidade de modelar tacitamente o comportamento e as práticas de determinada comunidade.*

Mais parecido com a alegoria do que com a metáfora, o paradigma é um caso individual que é isolado do contexto do qual faz parte apenas na medida em que ele, exibindo sua própria singularidade, torna-se inteligível um novo conjunto, cuja homogeneidade é constituída por ele mesmo. Assim, dar um exemplo é um ato complexo, que supõe que o termo que serve de paradigma esteja desativado de seu uso normal, não para ser transferido para outro âmbito, mas, ao contrário, para mostrar o cânone daquele uso, que não é possível exibir de outro modo (AGAMBEN, 2019, p. 22-23).

Diz Kuhn que, se a ciência é a reunião de fatos, teorias e métodos, então os cientistas formam uma comunidade com disposição para defender determinados pressupostos. O que o leva a pensar que a ciência está sujeita à incomensurabilidade, à maneira de ver o mundo num dado momento (KUHN, [1962] 1997, p. 23) – até que não consiga mais se sustentar em tais bases:

Quando os membros da profissão não podem mais se esquivar das anomalias que subvertem a tradição existente da prática científica, começam as investigações extraordinárias que finalmente conduzem a profissão a um novo conjunto de compromissos, a uma nova base para a prática da ciência. São denominados de revoluções científicas os episódios extraordinários nos quais ocorre essa alteração de compromissos profissionais (KUHN, [1962] 1997, p. 25).

Agamben recupera em Foucault algo que parece corresponder aos paradigmas de Kuhn, mas que ele prefere chamar de figuras epistemológicas ou limiares de epistemologização:

Quando, no jogo de uma formação discursiva, um conjunto de enunciados adquire relevância, pretende fazer valer (mesmo sem conseguir) normas de verificação e coerência e exerce, em relação ao saber, uma relação dominante (de modelo, de crítica ou de verificação), diremos que a formação discursiva transpõe um *limiar de epistemologização* (FOUCAULT, [1969] 2012).

⁵ Ana Arruda Callado, recifense, formada em Jornalismo em 1957, iniciou a carreira profissional como repórter do Jornal do Brasil em 1958, depois de estagiar na *Tribuna da Imprensa*. Foi a primeira mulher em cargo de chefia no Brasil, como chefe de reportagem do *Diário Carioca*, em 1966. Trabalhou também nos jornais *O Sol* e *Jornal dos Sports* e na revista *Senhor*.

Outro conceito de Foucault que Agamben põe em diálogo com as proposições de Kuhn é o saber, aquilo que “indica todos os procedimentos e todos os efeitos de conhecimento que a certa altura um campo científico se dispõe a aceitar”. Um elemento de saber foucaultiano atende a um conjunto de regras e constituições próprias de certo tipo de discurso científico numa determinada época, e ser dotado dos efeitos de coerção típicos do que é validado como científico ou comumente admitido.

Para Agamben, o paradigma foucaultiano é não apenas exemplar e modelo, mas sobretudo *exemplum*. Agamben recupera em Aristóteles o *locus* clássico de uma epistemologia do exemplo: “O paradigma não funciona como uma parte em relação ao todo, nem como um todo em relação à parte, mas como parte em relação à parte” (2019, p. 23). Ou seja, o que define o paradigma é um movimento paradoxal, que vai do particular para o particular, ou da singularidade à singularidade e que, sem sair desta, transforma cada caso individual em *exemplar* de uma regra geral que nunca é possível formular a priori (p. 28).

O paradigma na realidade pressupõe a impossibilidade da regra; mas, se ela falta ou é impossível de ser formulada, de onde o exemplo poderá tirar seu valor probatório? E como é possível fornecer os exemplos de uma regra inatribuível? A aporia só é resolvida quando se compreende que o paradigma implica o abandono incondicional do par particular-geral como modelo de inferência lógica. A regra (se aqui ainda é possível falar de regra) não é uma generalidade que preexiste aos casos singulares e se aplica a eles, nem algo que resulta da enumeração exhaustiva dos casos particulares. Ao invés disso, é a mera exibição do caso paradigmático que constitui a regra, que, como tal, não pode nem ser aplicada nem enunciada (AGAMBEN, 2019, p. 27).

O caso paradigmático suspende e ao mesmo tempo expõe seu pertencimento ao conjunto, de forma que dele não se pode separar nem a exemplaridade, nem a singularidade:

O paradigma nunca é já dado, mas se gera e produz mediante um “pôr ao lado”, um “juntar” e, sobretudo, um “mostrar” e um “expor”. Em outros termos, a relação paradigmática não se dá simplesmente entre cada objeto sensível, nem entre eles e uma regra geral, mas acima de tudo entre a singularidade (que assim se torna paradigma) e sua exposição (isto é, sua inteligibilidade) (AGAMBEN, 2019, p. 29-30).

Do conjunto de manifestações públicas sobre a saída de circulação do *Jornal do Brasil* em 2010 que analisei na tese, destaco aqui, neste sentido, a do ex-editor-chefe Marcos Sá Corrêa, que lamentou a perda da “fórmula original” do jornal em reportagem de *O Globo*:

A importância do *JB* foi imensa. Contando só os anos do jornal que vivi ou conheci, de meados dos anos 50 aos anos 90, acho que todo jornal no Brasil queria de certa maneira ser o *JB*. Mas isso passou há muito tempo. Ele é um jornal

que se limitou a sobreviver nas últimas décadas. Cada vez que ele fazia um esforço para melhorar, ficava mais parecido com os outros jornais, porque sua fórmula original estava esquecida (SÁ CORRÊA, 2010).

Ao modo agambeniano, portanto, paradigmas podem ser a chave de leitura de fenômenos sociais ao possibilitar novos planos de clivagem, reunindo enunciados e práticas discursivas num novo conjunto e num novo contexto. Se o paradigma nunca está dado, acrescento, esse movimento de “pôr ao lado” se dá a posteriori, quanto mais esmaece a singularidade, e quanto mais a comunidade profissional se sente ameaçada.

Paradigmas no jornalismo

Com mais de cinco décadas de atuação profissional como repórter em paralelo à pesquisa acadêmica, Cremilda Medina registra a influência da obra de Thomas Kuhn em *Ciência e jornalismo: Da herança positivista ao diálogo dos afetos*, no qual aponta uma matriz positivista⁶ nas fórmulas jornalísticas de captar e narrar o acontecimento noticioso. A ideologia profissional do jornalismo se assentou no princípio da objetividade, da reprodução fiel e autêntica dos acontecimentos: “A estratégia pela qual os jornalistas apresentam sua personalidade profissional própria insiste em fatos, todos os fatos, nada mais senão os fatos [...] este é um dogma de fé universal, profundamente enraizado na comunidade profissional” (ROEH, 1989, p. 161, em TRAQUINA, 2008, p. 18).

A autora aponta marcas epistemológicas do positivismo no fazer e na formação universitária⁷ do jornalista vigentes durante todo o século XX: a noção de real e a relação objetiva com o real; a tendência para diagnosticar o acontecimento social no âmbito da invariabilidade das leis naturais; a ênfase na utilidade pública dos serviços informativos; o tom afirmativo perante os fatos jornalísticos; a busca obsessiva pela precisão dos dados como valor de mercado; a fuga das abstrações; a delimitação de fatos determinados.

Em resumo, os princípios positivistas dão garantia aos operadores da informação jornalística de que se constrói um relato da ordem natural das coisas. O ingrediente pragmático – ou seja, a intervenção positiva dessa construção – tem sido precioso para a discussão da cidadania e da função do jornalismo na reorganização de ideias, costumes, instituições, palavras de ordem e progresso comtianas (MEDINA, 2008, p. 19).

⁶ Regime definitivo da razão em que a observação é a base dos conhecimentos acessíveis à verdade. Augusto Comte organiza as ideias fundamentais do positivismo em *Discurso sobre o espírito positivo*.

⁷ O primeiro curso superior de Jornalismo do país foi criado em 1947, pela Fundação Cásper Líbero. No Rio de Janeiro, a pioneira é a Universidade do Brasil, atual UFRJ, em 1948.

E provoca: “Que meditem os jornalistas e os cientistas se não é esse o princípio que rege a pesquisa empírica – coleta de informações de atualidade ou coleta de dados sobre fenômenos em estudo no laboratório científico” (2008, p. 16).

Na direção apontada por Kuhn ([1962] 1997) e seguida por Agamben (2019), Medina acentua que essa concepção positivista não considerava a compreensão científica da indeterminação nos processos materiais e sociais, a noção de caos dinâmico, a compreensão de atos emancipatórios imprevisíveis. Tampouco incorporava a noção de produção simbólica, que transcende os fenômenos aparentes. A realidade objetiva é, pois – conclui –, o privilégio do espírito positivo, e de lugar teórico surge como única saída intelectual para enfrentar a crise social no Ocidente europeu, como resposta ao contexto conturbado da modernidade, organizando não só o campo das ideias mas os costumes e instituições, sob os ditames da ordem e do progresso, que vieram parar na bandeira brasileira.

Medina retoma texto próprio de 1995 em que já afirmava que a linguagem jornalística, como discurso de atualidade estruturado pelos princípios positivofuncionalistas, defrontava-se então com “os impasses da crise de paradigmas”:

O jornalismo, inscrito na trajetória nitidamente assinalada pela modernidade, foi construindo sua linguagem segundo postulados da racionalidade que vem desaguar, como outras formas de codificação do real, em fórmulas gramaticais do século XIX. Dessa herança estratificada saem os principais problemas contemporâneos (MEDINA, 2008, p. 15).

Também para Marcondes Filho (2000) a descaracterização ou decadência da atividade jornalística está ligada à crise da cultura ocidental, que teria como pano de fundo o fim da modernidade e fenômenos decorrentes, mas por outro prisma: um processo universal de desencanto, a crise das grandes narrativas e dos sistemas gerais de explicação, a falência dos processos teleológicos (a esperança de um futuro melhor, o engajamento político ancorado a um projeto histórico).

A canalização de energias, o sentimento solidário entre os correligionários, a condição psicológica de “fazer parte de uma força” preenchem a vivência em sociedade com enorme vitalidade, espírito de luta, empenho. Não havendo mais bandeiras por que lutar, não existindo mais “destino feliz da humanidade” [...] sob o manto do neoliberalismo, a civilização torna-se uma totalidade sem amanhã. Só existe um arrastar-se para frente, um empurrar com a barriga, uma ação sem convicção nem vontade, um “desejo do nada” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 27).

Marcondes Filho fala do jornalismo como síntese do espírito moderno, e expressão física de um espírito. Decaíram não apenas os jornais, mas a própria atividade

jornalística de caráter industrial, típica do século XX. A perda de relevância simbolicamente representa o fracasso de um projeto profissional e de vida, e emergem evocações pela sua *sobrevivência* simbólica, sob a forma de paradigma.

Considerações finais

O declínio do modelo jornalístico predominante no século XX afeta e confronta jornalistas frente à inexorabilidade das mudanças. Vários pesquisadores vêm apontando como o jornalismo ancorado na noção de público e no sentido social, já desde o início tensionado pela profissionalização em bases comerciais, vem enfrentando novos dilemas – não só frente ao esgotamento do modelo de negócio das empresas jornalísticas e a transformações estruturais na cadeia de informação, como também em vista de aspectos macro dos processos sociais, políticos, econômicos e culturais. Para Leonel Aguiar e Adriana Barsotti (2016), o esvaziamento do espaço público, o individualismo, as comunidades e a intensificação do presente podem estar atingindo o polo que relacionava a atividade ao debate público. Veículos tradicionais perdem espaço, ao mesmo tempo em que emerge uma massa de mídias com perspectivas cada vez mais plurais, diversas, aproximando-se das demandas locais, de nichos específicos.

E os jornalistas? Boa parte, sobretudo as gerações do século XX, segue defendendo o conjunto das técnicas, dos modelos e valores, “saberes” a que aderiram como membros da comunidade, que suspendem e ao mesmo tempo expõem seu pertencimento ao conjunto, como propõe Agamben (2019). Conforme defendo na tese, o *Jornal do Brasil* seria um exemplo singular que toma o lugar das regras explícitas e permite definir uma tradição. Sua extinção é sintomática.

O conceito de paradigma jornalístico pode ser uma das chaves para compreender novas relações de força na comunidade dos jornalistas, na medida em que as novas gerações já não se identificam com os atributos que seus antecessores tentam manter, reconfigurando identidades, crenças, práticas profissionais. Que atributos esse novo momento do jornalismo vai valorizar em termos discursivos? Que novos paradigmas jornalísticos emergem no contexto de uma sociedade crescentemente plataformizada, atravessada por novos intermediários digitais que informam a sociedade através de diversos modelos (da tradicional assinatura às articulações com o comércio eletrônico)? Como podemos situar as práticas profissionais num contexto em que as grandes narrativas

encontram-se abaladas e crescentemente questionadas? São questões ainda a serem enfrentadas. Este é apenas um esforço teórico inicial para propor uma abordagem que permita dar conta de futuras pesquisas em jornalismo.

Referências bibliográficas

AGAMBEN, Giorgio. **O que é um paradigma? Signatura rerum: sobre o método.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2019.

AGUIAR, Leonel; BARSOTTI, Adriana. O jornalismo e os dilemas da contemporaneidade: o eu, o aqui e o agora. **Revista Mídia e Cotidiano** nº 10, dez. 2016.
AZÊDO, Maurício. O fim do Jornal do Brasil. **Pontapé Inicial ESPN Brasil**, 31/8/2010. <https://www.youtube.com/watch?v=ILvWmWiqTgc>. Acesso: 8 ago. 2019.

BARSOTTI, A. **Jornalismo em mutação: do cão de guarda ao mobilizador de audiência.** Florianópolis: Insular, 2014.

BOURDIEU, Pierre. **A ilusão biográfica.** In: FERREIRA, Marieta e AMADO, Janaina (org.). Usos e abusos da História Oral. Rio: FGV, 1996.

_____. **Sobre a televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação & jornalismo: a saga dos cães perdidos.* São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MEDINA, Cremilda. **Ciência e jornalismo: Da herança positivista ao diálogo dos afetos.** São Paulo: Summus, 2008.

_____. **Novas manifestações, velhos paradigmas.** Matrizes, São Paulo, ano 7, nº 2, jul./dez. 2013.

_____. **Profissão jornalista: responsabilidade social.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

NEVEU, Erik. *Sociologia do jornalismo.* São Paulo: Edições Loyola, 2006, p. 87 a 93.

NOBLAT, Ricardo. Fim do Jornal do Brasil em papel. **Observatório da Imprensa.** TV Brasil. 20/7/2010. Disponível em: youtu.be/Vd0YX3JyChQ?list=PL63CE9BA1416039A2.

PEREIRA, Fábio Henrique. As transformações no mundo dos jornalistas: a consolidação de novos valores profissionais a partir dos anos 1950. *Communicare* (SP), v. 9, 2009.

PEREIRA, Fábio. Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2004.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. **2021 Reuters Digital News Report**. Disponível em <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>>. Acesso: 2/8/2021.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Imprensa e história do Rio de Janeiro dos anos 50**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

_____. Memória de jornalista: um estudo sobre o conceito de objetividade nos relatos dos homens de imprensa dos anos 1950. In: **Estudos de Comunicação**. Livro do XI Encontro Anual da Compós. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2003.

SÁ CORRÊA, Marcos. In: MELLO, Paulo Thiago de. O adeus ao Jornal do Brasil: após 119 anos, um dos diários mais importantes do país deixa de circular. *O Globo*, 31/8/2010. <oglobo.globo.com/economia/o-adeus-ao-jornal-do-brasil-apos-119-anos-um-dos-diarios-mais-importantes-do-pais-deixa-de-2958344>. Acesso: 11 set. 2019.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo v. 2. A tribo jornalística – Uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2008.

_____. **Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2004.

VIEIRA, Itala Maduell. **JB, um paradigma jornalístico: memória e identidade em narrativas míticas sobre o Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro: Autografia Ed., 2010.

VIEIRA, Itala Maduell. JB, um paradigma jornalístico: memória e identidade em narrativas míticas sobre o Jornal do Brasil. Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2019. 296 p.

ZELIZER, Barbie. **Covering the body – The Kennedy assassination, the media and the shapinf of collective memory**. p. 1-13/188-200. Chicago: University of Chicago Press, 1992.