
Jornalismo Pós-Industrial: Uma análise sobre o portal de notícias mexicano “Animal Político”¹

Cleiton Ruas GOMES²

Caleb Pereira LIMA³

Filipe Rezende Cruz PEREIRA⁴

Marcus Antônio Assis LIMA⁵

Resumo

Nesta pesquisa analisaremos o site de notícias “Animal Político” com referências relacionadas ao jornalismo pós-industrial. A partir do método bibliográfico e a análise qualitativa do produto, perpassamos por uma contextualização do momento instável que o jornalismo vem passando desde alguns anos, questiona-se as alternativas para a criação de uma nova forma de produção jornalística. Nesse caso, encontram-se alguns meios alternativos que têm tido audiência em países da América Latina, um deles, é o nosso objeto de pesquisa, o portal de notícias “Animal Político”, que traz um modelo totalmente reconstruído de produção jornalística. A partir dessas premissas pode-se notar uma possível identidade a ser adotada pelas instituições jornalísticas tradicionais, ou mesmo pelos jornalistas autônomos e seus projetos, o Animal Político, pratica com excelência algo ainda não legitimado.

Palavras-chave: Animal Político; audiência; crise no jornalismo; jornalismo pós-industrial.

Introdução

O mundo contemporâneo, através dos avanços tecnológicos, tem visto contínuas modificações nas diversas relações de trabalho. O profissional dos dias hoje, se depara com um acúmulo de atribuições, sendo responsável por várias fases do trabalho, que há algum tempo se dividia entre um maior número de pessoas, que se dedicavam a uma função. No caso do jornalismo essa nova práxis é ainda mais latente. Há alguns anos pouco se imaginava a produção jornalística sem a tradicionalidade das redações. Vários funcionários se dedicando a uma função específica: repórter, pauteiro, produtor, editor, cinegrafista.

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Autor. Estudante do curso de Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), e-mail: cleitonruaspro@hotmail.com

³ Coautor. Estudante do curso de Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), e-mail: caleb_fisio09@hotmail.com

⁴ Coautor. Estudante do curso de Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), e-mail: filiperezendecruz@gmail.com

⁵ Orientador. Pós-doutor e professor do curso de Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, e-mail: malima@uesb.edu.br

Atualmente o jornalismo passa por uma crise por conta da assombrosa evolução tecnológica, que mudou radicalmente a relação das pessoas com a informação. O cidadão comum, antes passivo à notícia, hoje tem as ferramentas e as utiliza para ser, além de receptor, emissor das mais diversas mensagens. Visto isso, a cada dia que passa a tendência do jornalismo tradicional é decair. O modelo atual, de notícias rápidas e objetividade passa a ter seu sentido questionado, já que as informações hoje podem ser divulgadas por qualquer um, de qualquer lugar para qualquer lugar.

As grandes empresas de comunicação e o jornalista, em sua individualidade, necessitam de uma reconstrução na forma de fazer jornalismo. Surgem novos desafios a serem superados nessa instabilidade da comunicação, e junto com eles aparecem diversas alternativas para que se forme uma nova identidade ou novas identidades do jornalismo.

Velhos modelos podem voltar, como as grandes reportagens, que são raras no formato tradicional atual. Textos mais densos, com mais tempo de apuração, já são praticados em várias plataformas digitais, como no Portal mexicano Animal Político, que é o objeto dessa pesquisa. O que era antigo surge como alternativa e junto a isso, emergem diversas inovações, principalmente no modelo de apuração das notícias e da busca pela audiência: o jornalismo de dados, que chega como tônica principal em boa parte dos novos portais de notícia que tem feito sucesso em inúmeros países.

Podemos afirmar que mais do que nunca que o jornalismo deve ultrapassar o conceito de apenas difusor de informação. Mais do que nunca o repórter, além de editor, programador, deve ser também analista, se embrincando na informação e interpretando-a, seja através de textos longform, ou pela análise de dados. A tendência da informação objetiva e pura já não será objeto fundamental de produção jornalística.

Os próximos tópicos dessa pesquisa trarão um apanhado de algumas alternativas que se candidatam a participar de um novo, ou de novos conceitos, sobre o jornalismo nos dias atuais.

Jornalismo pós-industrial: dinâmicas e alternativas

A prática jornalística é tomada cada vez mais pela fluidez pós-industrial. A liquidez das relações é notável na produção e na (des)estrutura atual da atividade dos profissionais da comunicação. A realidade do jornalismo é de desconstrução do modelo apreendido na modernidade. Lide, pirâmide invertida, objetividade, imparcialidade, e tantos outros conceitos

e modos de fazer que aprendemos dentro das universidades, tendem a ser e já são desafiados por novos modelos de texto, apuração e experimentações.

O jornalismo pós-industrial atualmente pode ser visto tanto como constituído quanto resultado da chamada “modernidade líquida” (Bauman, 2000), onde as práticas individuais são parte de um contexto profundamente precário governado por uma permanente impermanência na indústria (onde contínuos remanejamentos, reorganizações, demissões e inovações são a norma), no ambiente de trabalho (onde o lugar onde você trabalha e as pessoas com quem você trabalha estão em constante mudança), e nas carreiras (onde sua trajetória de trabalho é imprevisível, para dizer o mínimo). (DEUZE & WITSCHGE, 2016, p. 08)

Já não havia certezas acerca da definição da prática jornalística e a tendência é que as dúvidas continuem se multiplicando. Além da introdução das novas plataformas e possibilidades de produção, o jornalismo enfrenta uma mudança também na estrutura das redações, o que modifica a dinâmica do trabalho, criando um processo de individualização e consequentemente desinstitucionalizando o processo de produção.

Destacamos as seguintes tendências: uma reorganização dos ambientes de trabalho; a fragmentação das redações; a emergência de uma sociedade “redacional”, e a ubiquidade das tecnologias midiáticas. Estas tendências, cada uma à sua maneira, apontam para uma perspectiva de jornalista mais individual que institucional e para uma necessidade de re-conceituar o campo. (DEUZE & WITSCHGE, 2016, p. 09)

Esse processo de desestabilização profissional provoca uma crise identitária, e consequentemente, uma desconfiança em relação à utilidade do jornalista nos tempos pós-industriais. Portanto, o profissional desinstitucionalizado se depara com o risco de defasagem de direitos trabalhistas, diminuição de salários e fluidez de carga horária. Além desta mudança sem norte do trabalho individual, as organizações jornalísticas se veem num dilema estrutural: a necessidade de reinvenção indo de encontro ao tradicionalismo das redações.

Serão mudanças sofridas, pois irão afetar tanto a rotina diária como a autoimagem de todos os envolvidos na produção e distribuição de notícias. Sem isso, no entanto, a redução dos fundos disponíveis para a produção do jornalismo fará com que no futuro a única opção seja fazer menos com menos. Não há, na crise atual, solução capaz de preservar o velho modelo. (ANDERSON, BELL & SHIRKY, 2013, p. 38)

Recorrer às plataformas digitais é uma necessidade de qualquer meio de comunicação social nos tempos contemporâneos. Porém, com a democratização da informação e da produção informativa provocada pela internet, não basta apenas a transferência do texto impresso,

televisivo, ou de qualquer plataforma, o sucesso vai muito além, é preciso a criação de novas alternativas de obtenção de audiência, produção textual, apuração de informações, etc. Sabe-se da necessidade de novas formas de fazer, porém não há opções legitimadas, não há certezas, resta a experimentação.

O jornalismo pós-industrial parte do princípio de que instituições atuais irão perder receita e participação de mercado e que, se quiserem manter ou mesmo aumentar sua relevância, terão de explorar novos métodos de trabalho e processos viabilizados pelas mídias digitais. (ANDERSON, BELL & SHIRKY, 2013, p. 38)

Com a necessidade desse processo, surgem inúmeras alternativas dentro do jornalismo digital na busca pela inovação do trabalho dos profissionais da mídia. Portais, com novas ideias de apuração de fontes, novas dinâmicas de apreensão de recursos, estudos sobre layouts que tornem mais confortável a leitura, hiperlinks, uso estratégico de tags, dentre outras propostas que vão formando as variadas identidades desse novo jornalismo que já surgiu e ainda surge.

A mudança de uso da Web, desde o surgimento em 1992, modificou o cenário comunicacional e a forma de produção da informação. Os pilares da narrativa e a medição de audiência da notícia sofrem consequências dessas mudanças, pois o repórter começa a lidar com ferramentas não necessariamente jornalísticas para capturar o leitor em ambientes hipermidiáticos. (CRUZ, 2016, p. 119)

Então, tocamos em mais uma modificação no processo de trabalho do jornalista: a necessidade multidisciplinar, característica marcante das relações de trabalho na pós-modernidade. Acumular funções é fator determinante nos tempos atuais para caracterizar um “bom profissional”. No caso específico do jornalismo pós-industrial esse profissional além de ter o domínio das ferramentas e do texto referentes à comunicação social, precisa ir mais a frente na obtenção de conhecimento, é preciso dominar ferramentas computacionais, não só utilizar a plataforma digital, mas destrincha-la, conhece-la, se faz necessária a criação do seu espaço cibernético, mais uma vez autenticando o processo de individualização pós-industrial.

Há uma diversidade estratégica para a difusão da informação, advindas das ferramentas digitais. A utilização de novas ferramentas de busca é uma delas. É cada vez mais comum observarmos ao final dos textos nos portais jornalísticos e blogs, a utilização de várias tags no final do texto, o uso estratégico destas pode facilitar muito que consumidores de informações encontrem o site em espaços de busca.

Se as tags são, literalmente, a chave para a que a Web deixe de ser um mar de documentos para se tornar um mar de dados, é possível aplicar o mesmo raciocínio à composição de notícias. Nesse contexto, Moherdau (2010, p. 222) coloca um grande desafio “pensar o jornalismo a partir de uma estética do banco de dados, baseada em tags e remixada em nuvens de comunicação”. Uma tarefa que foi inserida na realidade de jornalista nessa etapa é o gerenciamento de tags e a análise de audiência em tempo real. É papel do produtor de conteúdo pensar em termos certos que devem ser escolhidos no texto online para potencializar a captura do leitor. (CRUZ, 2016, p. 125)

O jornalismo de dados vem como alternativa quase obrigatória para quem pretende fazer jornalismo digital. A maioria dos portais que conseguem um bom número de leitores tem feito trabalhos de apuração a partir da dinâmica da apreensão de dados. Exemplo disso é o objeto dessa pesquisa.

Além da produção, o jornalismo vem pedindo novas formas de obtenção da audiência. Uma alternativa que vem sendo utilizada por alguns novos portais, além do uso das tags e hiperlinks, é o direcionamento do site para um público alvo, observa-se que esse fenômeno não tem sido usado unicamente nas plataformas digitais, empresas tradicionais de jornalismo, tem produzido cada vez mais programas e segmentos direcionados para um público alvo.

Uma possível causa deste modelo é juntamente com as inovações tecnológicas, a autonomia do receptor, cada vez mais emissor no jogo da comunicação. As informações básicas já não bastam, brotando a alternativa da busca por um público específico, que procure análises mais aprofundadas em relação ao seu objeto de interesse.

Nesse contexto de experimentações, ressurgem uma pioneira prática jornalística: a utilização das grandes reportagens. Já que a crueza das informações já perpassam a autonomia do jornalista, o aprofundamento nessas notícias torna-se trabalho de especialista.

Pode parecer paradoxal, mas o ambiente expressivo do jornalismo online, habituado aos formatos de notícia fragmentados, facilitados pelas possibilidades do uso de links da linguagem hipertextual e hipermediática, há alguns anos vem sendo ocupado por textos jornalísticos mais longos e aprofundados. O chamado longform[1] tomou seu lugar na web tanto em artigos, como em formatos noticiosos hipermediáticos, tais como a grande reportagem multimídia – GRM, seja em sites específicos, seja no jornalismo de referência. (LONGHI & WINQUES, 2015, p. 01-02)

Apesar da semelhança com antigos modelos de produção textual no jornalismo, é preciso colocar cada epistemia em seu contexto. As afinidades são indiscutíveis, porém a plataforma e o momento cultural são completamente diferentes.

Nas discussões sobre o termo, a referência ao new journalism e ao jornalismo de revista são inevitáveis, uma vez que se trata de um texto mais aprofundado e com características autorais. O termo new journalism, entretanto, segundo Fischer, carrega um contexto cultural, social e de época que invalida sua utilização como sinônimo de longform (FISCHER, 2013: 2). Na Wikipedia, longform é definido como um ramo do jornalismo dedicado a artigos longos com grande quantidade de conteúdo, seu tamanho podendo situar-se entre o de um artigo comum e um romance. Os artigos longform, ainda segundo a Wikipedia, geralmente tomam forma de não ficção criativa ou narrativa jornalística[5]. (LONGHI & WINQUES, 2015, p. 03)

Depois de perpassar por uma contextualização do Jornalismo Pós-Industrial e os seus desdobramentos, passemos para a análise do site mexicano “Animal Político”, exemplo desse novo modelo de produção de notícias.

3. Animal Político e as alternativas de sucesso

O Animal Político é mais um veículo jornalístico que se enquadra nos ditames da alternatividade. Até mesmo a sua origem é derivada de uma conta no Twitter denominada Pájaro Político que tinha o objetivo de romper os paradigmas noticiosos da Cidade do México com textos e frases voltadas a um público juvenil, na tentativa de conscientização política com caracteres humorísticos em tempo real, tônicas cativantes da classe supracitada. Em novembro 2009, por intermédio do empreendedor Daniel Eilemberg, experiente em negócios importantes dos EUA e da América Latina, é o presidente do site que, atualmente, recebe cerca de quatro milhões de internautas por mês nas notícias existentes da página, que traz adereços e ferramentas que distinguem de outros meios e corrobora para originalidade. A inusitada página no Twitter rendeu, no primeiro dia do site, 35 mil seguidores, consolidando o prestígio da empresa com o investimento no público mais jovem.

Nas redes sociais, a visibilidade do veículo é notória. No Facebook, 1.168.255 (visto em 03/05/2017 às 22h:0h), são os membros da página no espaço. A média de publicações por hora é de apenas uma, variando entre 110 curtidas (incluindo as reações), até 2,7 mil curtidas (numa publicação de um candidato a Governador de um estado Mexicano que tem posicionamentos políticos a favor da família, sendo contra o aborto e o matrimônio entre homossexuais, na imagem a esquerda). Já na rede primária (Twitter), possui 1,53 seguidores, com retwittes a cada dois minutos. No Instagram, o perfil do site (@pajaropolitico) tem 18,2 mil seguidores (visto em 04/05/2017 às 23h:45), com a média de duas publicações por dia.



Figura 1: Capa do site Animal Político.

Com dez pessoas na composição diretória, cinco repórteres e dez editores, o veículo tem o seu formato somente no meio virtual, especificamente no site. Pertencente a duas empresas, tem independência de anúncios, com custeamento também de colaboradores que mantêm a página. Esse distanciamento de fornecedores governamentais é uma tática para um editorial com menor interferência, justamente por ter como tônica a política, seja na esfera municipal, estadual, nacional e internacional.

Não raro o crescimento de veículos que estão repudiando a intervenção do Governo para manutenção de custos, principalmente para um editorial livre. O Gatekeeping prevalece com acordos com colaboradores em diversos veículos, desviando ou ocultando notícias que são de suma importância para a sociedade.

[...] a construção do muro foi central no processo de profissionalização do jornalismo. Este foi um processo que simultaneamente separou jornalistas das decisões de negócio e removeu dele qualquer responsabilidade sobre as ações das organizações e sua sustentabilidade, e levou os jornalistas a apreciarem, em geral, a autonomia editorial em seu trabalho. (DEUZE, WITSCHGE apud PICARD, 2010, p. 14).

Elementos interativos são presentes no formato independente do site. Infográficos, mapas, galerias e fotos nas dez editorias que a página possui facilita para visualização de notícias e reportagens aprofundadas, especialmente trazendo dados que respondem como fonte. A transformação de dados em imagens e textos valiosos é adereço da era digital que invade os portais como uma “fonte” extra que auxilia no mapeamento de determinado tema.

[...] transformar os números em imagens pode ser útil de muitas outras formas. Ajuda a identificar temas a estudar e perguntas a fazer, permite identificar valores atípicos, que tanto podem ser indícios de pautas quanto de erros nos dados, facilita a busca de exemplos e mostra as falhas da reportagem. (SEGALA, VISUALIZAÇÃO FIM E INÍCIO).

Esse recurso continua têm crescido em outros veículos também. Os dados respondem até mesmo por “fontes”, mudando as estruturas das matérias e dando um olhar não tão linear em comparação com reportagens apenas textuais.

Grande parte das matérias hoje não é necessariamente feita desta forma (nem em tais lugares), e, em muitos casos, a matéria é feita virtualmente (usando os dados como fontes) ou completamente online – por exemplo, as organizações jornalísticas sociais nativas da internet como a Reported.ly nos Estados Unidos e a Bellingcat na Inglaterra. Concentrar-se nas rotinas de produção jornalística estabilizadas ao longo do tempo já não é suficiente no sentido de mapear e explicar a diversidade do trabalho jornalístico. (DEUZE, WITSCHGE, 2010, p. 16)

Contrapondo alguns jornais que usam da câmera escondida, mesmo que seja em consonância com a justiça em casos específicos, no Animal Político, esse elemento é vetado, inclusive, no próprio site tem o Código de Ética que os funcionários se comprometem, respeitando o Direito de Resposta e, até mesmo, alegando sobre a propagação noticiosas do veículo por terceiros em outros portais.

Segundo a Deontologia que os jornalistas tem que seguir, algumas coisas são notórias no site:

[...] o compromisso do jornalista é com a **verdade** no relato dos fatos. Seu trabalho deve estar pautado na **precisa apuração e correta divulgação** de fatos e informações de interesse público. A atuação do jornalista não deve **colocar em risco** a integridade das fontes e dos colegas. É seu dever respeitar o direito à **intimidade**, à **privacidade**, à **honra** e à **imagem** do cidadão. Além disso, ressalta o código, o jornalista não deve divulgar informações **obtidas de maneira inadequada** e deve deixar claro ao público eventuais **manipulações** feitas em imagens ou áudios. (SEGALA, PARA TERMINAR PRECISAMOS FALAR SOBRE ÉTICA).

A convivência de instituições políticas com o jornalismo não é um episódio contemporâneo. A própria existência da comunicação tinha como objetivo propagar as ideias dos respectivos governos, ou, então, atuar de maneira publicitária, apostatando tentativas. Uma das Editorias do site contrapõe essa teoria, justamente por atuar como “fiscalizador” e “verificador” de dados e verbalização de entidades superiores (político, jurídico, econômico) no que tange determinado tema. “El Sabueso” (Cão de Caça) atua nessa parte, evidenciando

depois se um fato é verídico ou errôneo, apresentando provas e documentos comprovando a autenticidade da confirmação do conteúdo, uma vez que a mídia tem grande influência no desvio de informações, caso ela utilize desse artifício.

O jornalismo expõe a corrupção, chama a atenção para a injustiça, cobra políticos e empresas por promessas e obrigações assumidas. Informa cidadãos e consumidores, ajuda a organizar a opinião pública, explica temas complexos e esclarece divergências fundamentais. O jornalismo exerce um papel insubstituível tanto em regimes democráticos como em economias de mercado. (ANDERSON, EMILY, CLAY, 2013, p. 33)

A situação política dos Estados Unidos, levando em consideração as declarações do presidente engendrando o muro para separar os dois países e a quantidade de mexicanos que residem no país Norte Americano, o número de internautas oriundos dessa faixa é quase de meio milhão. Uma agência do Animal Político foi aberta no país vizinho para se aproximar desse público e angariar mais informações que são importantes para ambos os lados.

A interação entre o veículo e o cidadão era sempre de maneira mediada: ou por parte do repórter ou com uma parte específica que o meio tinha para determinada exclusividade. Com os avanços tecnológicos e a capacidade da pessoa de estar numa situação geográfica que favoreça o contato imediato com a informação, novas ferramentas são abertas como envio de fotos, vídeos e informações pelo WhatsApp, ou por outra rede social, às vezes, atualizando em tempo o real enquanto não chega uma equipe do veículo. Além das notícias em vários sites de jornalismo terem a opção de “comentar”, que fomenta a discussão dos internautas, concordo, repudiando ou trazendo outras questões, existe também o engajamento através de enquetes. EL PLUMAJE se encaixa neste perfil. A editoria do Animal Político normalmente há uma pergunta reflexiva em torno situação política ou fato que esteja acontecendo no México ou exterior, e as pessoas respondem e comentam. Ao invés dos próprios profissionais da empresa, pessoas especializadas em temas para lançarem as indagações, numa periodicidade de sete dias.

Estratégias como essas corroboram para a maior participação dos leitores, principalmente porque seus comentários podem virar pautas e serem aprofundadas.

A novidade aqui não é a possibilidade de participação ocasional do cidadão. É, antes, a velocidade, a escala e a força dessa participação – a possibilidade de participação reiterada, e em vasta escala, de gente anteriormente relegada a um consumo basicamente invisível. (ANDERSON, EMILY, CLAY, 2013, p. 71)

Com todos os adereços supracitados, o Animal Político segue consolidando como um veículo de grande acesso na Cidade do México e com referências também em escala nacional,

por conta da pluralidade de informações em plataformas diferentes e da abertura cívica na participação de discussões e outros recursos que o site oferece. Somente não deixa nítido os gastos e faturamentos realizados pela empresa.

Considerações finais

Rompendo com os paradigmas dos meios tradicionais, há anos surgem veículos com tônicas distintas para se firmar como original, mesmo com os ditames que o Jornalismo Pós-Industrial impõe como o multi-desempenho do profissional que não só escreve textos, como também participa do processo de criação de elementos interativos para uma reportagem mais elaborada e com múltiplas facetas. O Animal Político pode se considerar mais um portal de notícias políticas aprofundadas voltadas com o público alvo de 18-34 anos, pois promove discussões tanto nas mídias sociais, como numa editoria específica no site, trazendo também séries de reportagens documentadas em textos, infográficos, mapas e vídeos, no intuito de prender o leitor com diversas opções de informação.

É notável o crescimento de internautas que além a página, além da abertura de outras agências nos EUA, devido uma linha editorial e recursos que diferem de outros meios de comunicação mexicanos que recebem auxílio do Governo, que é um dos principais financiadores, justificando também na independência das pautas, tática que vem aumentando em diversos veículos. Como o site pertence a empresas e tem colaboradores que, segundo o site, não interferem nas reuniões de pautas, facilita na condução e manutenção do site.

Por conta do diretório, especificamente do presidente, pertencer ao empreendedorismo, corrobora para a mensuração das publicações do site no espaço que ele situa-se, promovendo checagem e reavaliando a postura do veículo a fim de não só divulgar conteúdos, como também influenciar e se consolidar como “porta voz” da verdade. Traços do Jornalismo Pós-Industrial é praticamente presente em todas as etapas, bem como a transformação de dados em grandes reportagens, contribuindo para visualização diferenciada da mesma informação.

O Animal Político é a prova da nova roupagem de fazer jornalismo em tempos atuais, tendo referência, principalmente da juventude mexicano. Se houvesse divulgação no site do faturamento e gastos realizados, contribuiria para maior transparência do portal. Mas, diante das editorias e de todos os outros recursos, é nítido o papel que o site propõe estabelecer no que tange as diversas formas de produzir reportagens com responsabilidade e engajamento cívico.

Referências bibliográficas

ANDERSON, C.W; EMILY, Bell; CLAY Shirky. **Jornalismo Pós-Industrial**. Revista de Jornalismo ESPM, Ano 2, Número 5, Abril / Maio / Junho de 2013.

CRUZ, L. T. S. **Jornalismo e audiência na Web**: o uso de ferramentas computacionais para capturar o leitor. *Mediação*, Belo Horizonte, v. 18, n. 22, jan./jun. de 2016.

DEUZE, M., WITSCHG, T: **Dossiê dos Jornalistas**: O que o jornalismo está se tornando. Jul/Dez 2016, v.4, n.2.

LONGHI, R.R; WINQUES, K. **O lugar do longform no jornalismo online**. Qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. 2015.

SEGALA, M. **Siga os números**. Disponível em < <https://sigaosnumeros.wordpress.com/> > Acesso em 30 mar 2017.