



Considerações sobre Teoria e Prática Jornalística a partir da experiência narrativa da Mídia NINJA¹

Andréa Almeida de Moura ESTEVÃO²

Patrícia Cardoso D'ABREU³

Universidade Estácio de Sá, RJ

RESUMO: A atuação da Mídia Ninja na cobertura das manifestações políticas em Junho/Julho de 2013 colocou em cheque o *modus operandi* das mídias massivas e das práticas jornalísticas institucionalizadas por esse modelo de produção e difusão de informação. Nosso objetivo nesse trabalho é contribuir com considerações que possam levar a problematização de aspectos das principais teorias do jornalismo bem como da prática de produzir notícias.

PALAVRAS-CHAVE: narrativa jornalística; Mídia NINJA; teorias do jornalismo.

Na versão de 1936⁴ do famoso ensaio *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*, Walter Benjamin usa como epígrafe uma citação de Paul Valéry em que este comenta sobre as profundas transformações nos instrumentos disponíveis para a produção artística, profundas num tal grau, que ele se pergunta se a arte produzida com tais instrumentos, pela sua novidade, não iria alterar a própria noção de arte.⁵ Sem defender qualquer vertente de determinismo tecnológico, mas atenta às práticas comunicacionais, no atual contexto político mundial (dos protestos populares nas ruas); cultural (trocas culturais em escala global, quase sem fronteiras); e tecnológico (de internet e smartphones) não há como negar as interpelações que algumas práticas narrativo-informativas possíveis, hoje, por conta das tecnologias digitais móveis conectadas em rede têm colocado às práticas e condições de produção do jornalismo tradicional.

¹ Trabalho apresentado no DT 01 – Jornalismo - Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014

² Mestre ECO-UFRJ – Professora da Universidade Estácio de Sá/Rio de Janeiro – email:andrea.estevao@gmail.com

³ Doutoranda PPGCOM-UFF)2 – Professor da Universidade Estácio de Sá/Rio de Janeiro – email: patriciadabreu@gmail.com

⁴ BENJAMIN, Walter. “A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica”. In: LIMA, Luiz Costa (org.) **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Ed. Saga, 1969.

⁵ “Há em todas as artes uma parte física, que não mais pode ser vista e tratada como o era antes, que não mais pode ser subtraída à intervenção do conhecimento e do poderio modernos. Nem a matéria, nem o espaço, nem o tempo, são, há cerca de vinte anos, o que sempre haviam sido. É de se esperar que tão grandes novidades transformam toda a técnica das artes, agindo assim sobre a própria invenção e chegando mesmo, talvez, a maravilhosamente alterar a própria noção de arte.” (PAUL VALEY, Pièces sur l’art. Paris, 1943. “La Conquête de l’ubiquité”). Op. Cit. Pag. 207.



As discussões sobre a formação do jornalista, a especificidade da profissão, do seu lugar e função social tem sido tema de debates intensos. A edição da revista *Cult* de março de 2014 se dedica ao tema e aos conflitos em torno das novas diretrizes curriculares para a formação universitária do jornalista. Além desse dossiê, a edição n. 188 traz uma entrevista com a ex-diretora do Curso de Comunicação da UFRJ, Ivana Bentes, que questiona, segundo suas próprias palavras, “a mística da excepcionalidade da atividade jornalística.”⁶ O debate dos novos horizontes comunicacionais não se restringem à questão tecnológica estrito senso, mas dizem respeito ao que essa mudança traz de abalo às formas de produção da informação e da comunicação e de intensificação das críticas ao capitalismo comunicacional. Enquanto o documento *Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo*⁷ entende que o desafio é preparar melhor os jornalistas para atuarem como mediadores no cenário globalizado pós-mídias digitais, os ativistas que defendem a mídia livre entendem que todos os cidadãos precisam saber se relacionar midiaticamente. Com o propósito de sustentar o debate, mais do que tomar partido, nos interessa apontar o que nos parece ser a contribuição da atuação do coletivo NINJA (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação) para a problematização da prática jornalística e de aspectos das teorias jornalísticas.

Em junho de 2013, as ruas das cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro foram ocupadas por um grande contingente de pessoas, jovens em sua maioria, que se mobilizaram através das redes sociais para protestar contra o aumento das passagens dos transportes públicos. A iniciativa partiu de um grupo organizado, *Movimento Passe Livre* (MPL-SP). Os protestos foram se ampliando e se intensificando com a abertura da *Copa das Confederações* e tomaram conta de inúmeras cidades do Brasil. Em dois meses, a pauta dessa mobilização se diversificou, traduzindo uma enorme insatisfação com relação ao tratamento dado aos cidadãos de forma geral, tanto no que diz respeito às administrações locais, estaduais e federais, quanto em relação a todos os tipos de serviços oferecidos por instituições públicas e privadas (transporte, saúde, segurança, moradia, etc) que, segundo as próprias palavras de ordem dos manifestantes, “deveriam ter padrão FIFA” (MARICATO, 2013). O movimento foi acusado pelos grandes veículos informativos nacionais (como a *Rede Globo de Televisão* e os jornais impressos *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *Estado de São Paulo*) de não ter legitimidade

⁶ CULT, ano 17, n.188, março de 2014, pag. 7.

⁷ http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf



por ser marcadamente um protesto de jovens da classe média que, “rebeldes sem causa”, poderiam muito bem arcar com os R\$ 0,20 (vinte centavos de Real) de aumento dos ônibus municipais. O movimento não arrefeceu, mas os veículos jornalísticos tiveram que rever sua abordagem sobre as manifestações, já que a polícia, num sinal claro da sua recorrente truculência, disparou balas de borracha contra os cidadãos que estavam no protesto do dia 13 de junho de 2013, em São Paulo, deixando sete jornalistas da *Folha de S. Paulo* seriamente feridos (GASPARI, 2013). Com a persistência do movimento e a eclosão de episódios de violência e destruição de equipamentos urbanos, a imprensa passou a associar os protestos populares a atos de vandalismo. A percepção coletiva da legitimidade veemente de um “basta” e a insistência da mídia tradicional em criminalizar os protestos aliadas ao debate e à troca de imagens, impressões e opiniões pelas redes sociais conduziu a um descrédito desses veículos informativos e à descoberta e adesão às transmissões feitas, na web, pela Mídia NINJA.

A novidade que a Mídia NINJA trouxe para a cobertura dos acontecimentos despertou interesse popular e acadêmico pelos seguintes aspectos: os aparatos tecnológicos utilizados na transmissão em rede primavam pela simplicidade na operação e pela mobilidade, o que permitia fácil deslocamento pelos meandros e extensão da manifestação; a visão de dentro, e a oportunidade de entrevistar personagens das mais diversas tribos, posições políticas, e atitudes. Além disso, a cobertura colaborativa e a transmissão ao vivo com narração em fluxo, sem a tradicional edição de imagens fundamentada nas técnicas de montagem cinematográfica e com comentários e impressões narradas pelo operador da câmera davam a *sensação* de participação direta no acontecimento, principalmente por conta das interações proporcionadas por redes sociais como o *Facebook* ou pelo próprio *link* da transmissão. O coletivo Mídia NINJA fez e faz a cobertura com vários narradores. Cada narrador-transmissor registra, participa e apresenta o evento a partir de um *smartphone* com *streaming*, ao vivo, através do aplicativo *Twitcasting*.

O cunho ensaístico desse artigo se deve à difícil tarefa de analisar criticamente os acontecimentos políticos pelos quais o Brasil vem passando desde meados de 2013. Mas, julgando que não devemos nos furtar às dificuldades e incertezas do presente na reflexão sobre o que está na ordem do dia, principalmente pela importância dos acontecimentos que nos afetam não apenas como pesquisadores e profissionais do jornalismo, mas também como cidadãos, decidimos arriscar. Nesta reflexão inaugural e arriscada, surpresa, angústia e também esperança são nossas companheiras. Isso devido



à ameaça de um retrocesso político na recém-estabelecida democracia brasileira, já que os setores políticos e econômicos dominantes dessa sociedade se articulam em prol de um perigoso e reacionário projeto de lei anti-terrorismo que tem como objetivo o esvaziamento, a deslegitimação e a criminalização das manifestações populares que, há cerca de um ano, mudaram a face da participação cidadã brasileira. Quiçá essa ave de mau augúrio desapareça, para que o Brasil possa continuar em sua caminhada libertária de questionamento e participação rumo à incessante formação de consciência política de seu povo. Para dar conta da reflexão proposta, elencamos como objetivos: (1) caracterizar a cobertura da Mídia NINJA durante os protestos de junho/julho de 2013, buscando identificar e refletir sobre o que há nela de potência inovadora, do ponto de vista jornalístico; (2) esboçar um roteiro das problematizações que a experiência Mídia NINJA, no contexto por nós circunscrito, coloca tanto no âmbito da Teoria do Jornalismo como na prática profissional do jornalista.

Nesse sentido, torna-se necessário fazer um preâmbulo descritivo sobre o contexto da produção midiática brasileira. A crise que atravessa as empresas jornalísticas, no Brasil e no mundo, com a diminuição intensa de audiência, assinantes e, conseqüentemente, de anunciantes, não é resultado apenas da migração digital e das mudanças que ela traz nas práticas de comunicação e de interação na vida social - embora a mudança de paradigma tecnológico e suas particularidades intensifiquem a crise em várias direções.

Em 2000, a *Folha de S.Paulo* vendia 471 mil exemplares/dia, segundo dados Instituto Verificador de Circulação (IVC), e hoje vende 294 mil. O *Estado de S.Paulo* vendia 366 mil e, atualmente, 232 mil. Já o carioca *O Globo*, 336 mil e, agora, 267 mil. Juntos, somavam 1,173 milhões de jornais comercializados para uma população que, então, somava 170 milhões. Já era pouco, mas piorou. Afinal, há no Brasil 200 milhões de habitantes, embora as vendas das três publicações diárias mais prestigiadas do país totalizem 793 mil exemplares. Os números falam por si. Não é um fenômeno nativo. É global, como demonstra o gráfico que revela a acentuada queda de receita publicitária dos jornais americanos, a partir dos números da Newspaper Association of America (NAA).⁸

8

http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed785_o_futuro_dos_jornaloes_e_a_ousadia_de_furos_online, consultado em 13/02/2014.



As corporações de comunicação se estruturam e funcionam como quaisquer outras no mundo globalizado: envolvidas com a produção de bens materiais, serviços ou cultura, as empresas estão interessadas no aumento paulatino e inexorável do lucro e do poder na tomada de decisões no mercado. No âmbito da Comunicação Social, as principais consequências dessa conjuntura são a formação dos conglomerados de mídia e seu poder de controle e seleção do fluxo de informação; a precarização do trabalho do jornalista; e o empacotamento e a homogeneização do produto-notícia em escala global. As questões que preocupam as empresas jornalísticas, hoje, são, em linhas gerais, a perda de público consumidor de seus produtos por conta da migração digital, a necessidade de criar um modelo de negócios lucrativo com as ferramentas e suportes midiáticos do ciberespaço, buscando conciliá-lo ou não com o modelo da comunicação massiva e a criação de produtos e serviços compatíveis com as potencialidades dos novos ambientes e demandas. Além dessas questões, há também um esforço incessante de apresentar uma visão de realidade e participar empresarialmente de projetos que estejam implicados com a mercantilização da cidade, da cultura, enfim, das experiências, da vida. A informação jornalística produzida nesse contexto é muitas vezes burocrática e inócua, o que é, em grande parte, consequência da otimização dos processos produtivos. Em vez de apuração e reportagem, o produto típico é “notícia-release” ou espetáculo de infotainment⁹ (KELLNER, 2004). As tensões internas à produção jornalística que se traduzem pela defesa da sua tarefa social de oferecer ao cidadão informações relevantes para a inserção na vida social democrática e a dificuldade de empreendê-la no contexto de uma indústria da informação preocupada em administrar o lucro no mercado dos produtos-notícia inscrevem o jornalista e o jornalismo numa tensão permanente e sem saída.

Especificamente em relação ao estado e à cidade do Rio de Janeiro, políticos de esquerda e pesquisadores, como o deputado estadual Marcelo Freixo, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), e o professor Carlos Vainer, do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Ippur-UFRJ), apontam um “projeto autoritário de cidade”. Nele, grandes empresas promovem uma “limpeza urbana” que, em nome de megaeventos como a Copa do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos, intensifica (covardemente) a desigualdade social na efetivação de uma “cidade-negócio”. Um processo no qual a violência não se restringe

⁹ <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/3901/3660> consultado em 12/12/2013.



às ações policiais das áreas empobrecidas a serem “limpas”: é uma violência necessariamente simbólica também, que, assustadoramente, reforça estigmas, preconceitos e injustiças para, paradoxalmente, dissimular e justificar este projeto urbano autoritário. Nessa “cidade-negócio” (re)produzida midiaticamente, o “recrutamento” massivo para eventos espetaculares (como a recente visita do Papa Jorge Mario Bergoglio ao Rio de Janeiro) e a cultura do medo (que implanta uma estratégia dialética de provocar temor e promover tranquilidade através da teatralização das Unidades de Polícia Pacificadora) traduzem a tentativa de solapar a cidadania ativa por uma cidadania do aplauso e uma legislação “de Talião”. Especificamente sobre o conglomerado de mídia das *Organizações Globo*, o deputado estadual do PSOL, Marcelo Freixo, afirma que

A Rede Globo é sócia deste projeto de cidade. E, não à toa, ela tem na UPP quase que uma patente. (...) A Rede Globo trata dessa cidade como grandes negócios. Ela é sócia, mesmo, inclusive nos negócios efetivados. A Fundação Roberto Marinho tem uma série de negócios com a secretaria de Educação, tanto do Estado quanto do Município. Isso envolve dinheiro, contratos, projetos. A Rede Globo tem, no projeto de cidade, uma cidade que ela defende. E também com um viés muito autoritário.¹⁰

Sustentando esse projeto, os jornalistas convivem com uma mais valia sem precedentes do fruto de seu trabalho, cuja reprodutibilidade multi-suportes da reportagem e da notícia não se traduz em participação nos lucros nem em comprometimento ideológico com a formação da livre consciência política do cidadão. A questão dos interesses econômicos e políticos das empresas jornalísticas continuam também como um grande entrave em relação à possibilidade do cumprimento efetivo da função social do jornalismo, desde há muito. Além disso, tem havido, nos últimos anos, no Brasil, uma oscilação quanto aos parâmetros para a regulamentação da profissão de jornalista, situação que ora exige, ora prescinde da obrigatoriedade do diploma para o exercício do ofício. Por outro lado, jornalistas vislumbram, esperançosos, a possibilidade de atuarem no mercado da informação e da comunicação como produtores autônomos, opção viabilizada pelos relativamente baixos custos das operações na internet. Essa autonomia, entretanto, nem sempre se traduz na possibilidade de atuação como mediador fundamental em prol da construção de uma sociedade mais justa. Para

¹⁰ Trecho da entrevista do Deputado Estadual do Rio de Janeiro pelo PSOL, Marcelo Freixo, disponível em <http://www.viomundo.com.br/denuncias/freixo-globo-e-socia-de-um-projeto-autoritario-de-cidade-e-trata-do-rio-como-de-grandes-negocios.html> e consultada em 14/02/2014.



sobreviver, tanto na pequena como na grande empresa de comunicação, é preciso atender às demandas do mercado ou oferecer um produto comunicacional necessário e competitivo.

A possibilidade de debater a cidade, em um lugar onde existe tamanho monopólio de informação, está prejudicado. Você não tem jornais, hoje, no Rio de Janeiro. Você tem fundamentalmente dois jornais, um deles muito pequeno. Então há um monopólio muito forte da informação no Rio. Por isso que as redes sociais, os sites, enfim, se tornaram elementos decisivos para que você possa fazer um debate mais honesto e mais profundo sobre essa concepção de cidade.¹¹

É nesse contexto que o público experimenta as benesses e os constrangimentos da comunicação interativa: em meio à super-oferta de informação e à overdose de entretenimento, atuar, também, como produtor de conteúdo em sites, blogs ou redes sociais. Essa oportunidade ímpar de escolher, expor opiniões, fundir e difundir discursos e promover a própria imagem parece ser muito cara aos brasileiros em geral e aos cariocas e fluminenses em particular – concomitantemente ao fato de a cidade do Rio de Janeiro é mundialmente conhecida por ser um importante centro de produção audiovisual. Porém, se a interatividade na rede tem a potencialidade de tornar o público exigente, seletivo e questionador em relação à atuação massificadora das mídias jornalísticas tradicionais, ela, ao mesmo tempo, provoca performances passionais e, muitas vezes, nitidamente inexperientes e irresponsáveis no que tange à publicização de conteúdos. Curiosamente, essas implicações da participação individual na esfera pública mediada tecnologicamente apontam para o questionamento popular sobre a produção de informação jornalística. A web 2.0 tem despertado a atenção do público para algumas inaceitáveis distorções empreendidas pelos veículos noticiosos tradicionais – “inaceitáveis” no sentido de que veículos eletrônicos como as emissoras de televisão são *concessões públicas de prestação de serviço de radiodifusão aberta* para as quais a Constituição Federal (1988) prevê, em seu Capítulo V, direitos (o de livre expressão ideológica), deveres (a preferência a ser dada à programação com finalidade artística, cultural, educativa e informativa) e sanções (estabelecimento de meios legais que garantam ao cidadão a defesa contra conteúdos que desrespeitem valores éticos e sociais). Essa atenção ao conteúdo veiculado pelas grandes empresas de mídia provoca, inevitavelmente, o debate nas mídias sociais, particularmente no *Facebook*. Um debate cuja legitimidade e credibilidade têm sido postas em xeque através de qualificações

¹¹ Idem.



pejorativas como “teorias conspiratórias” (AUTRAN, 2014); de um arrogante preconceito linguístico que evidencia, pela transcrição literal (SIC), os erros de grafia cometidos por internautas (idem); e a supressão de importantes, sólidos e bem estruturados argumentos que, amplamente compartilhados na rede, apontam lacunas importantes em versões oficiais publicadas na mídia empresarial (ibidem).

Na contramão dessas grandes corporações, movimentos populares do mundo todo vêm protestando veementemente não apenas contra a ordem econômica e a política mundial como também contra o teor das notícias produzidas pelos grandes conglomerados de mídia: o caráter vicioso, discriminatório e distorcido com que apresentam/representam os fatos, os personagens e a motivação dos protestos têm movido o questionamento das gentes sobre a produção de sentido que estas empresas socializam. Por outro lado, algumas iniciativas indicam que há uma demanda não atendida de abordagens, pautas e informações de cunho político e social que escapem do agendamento típico do contexto da comunicação massiva marcadamente monológica ou cuja “dialogia” é simulada pelas flutuações de mercado; iniciativas que escapem à produção de sentido marcada pela visão monolítica da realidade. Se, tradicionalmente, essas iniciativas vêm sendo chamadas de comunicação/mídia/produção jornalística *alternativa*, elas hoje se desdobram em conceitos/práticas/projetos que apontam para narrativas interativas, mídia-ativismo e “apostas” como o *The Intercept*, empreendimento jornalístico na web que terá em sua equipe editorial o jornalista americano Glenn Greenwald, responsável por dar voz ao ex-analista de inteligência da *Central Intelligence Agency* (CIA) estadunidense, Edward Snowden.

Essas iniciativas colocam em questão o próprio conceito de *notícia*.

Tradicionalmente, o texto do que chamamos de “notícia” é uma narrativa com função referencial; é o encadeamento de uma sequência de elementos (fato, tempo, lugar, causa, modo, personagem, consequência) cujo objetivo é informar. De acordo com SODRÉ (1996), a notícia é um relato jornalístico de acontecimentos considerados relevantes para a compreensão do cotidiano; produz uma espécie de “história coletiva” contemporânea constituída por fatos jornalisticamente interpretados; é uma tecnologia não só cognitiva como também produtora do real. Para ele, o texto da notícia não tem nada de “novo”, uma vez que esta ideia está essencialmente ligada à *ruptura*. De fato, quando lemos uma notícia sobre um caso de corrupção envolvendo um político ou sobre o naufrágio de uma embarcação, estes fatos não trazem nenhum elemento de “ruptura” em relação às histórias (verídicas ou não) escandalosas ou trágicas com as quais temos



contato. O que elas trazem, segundo Muniz Sodré, é *atualidade*. Ou seja: nosso interesse em ler estas notícias vem do fato de que elas se referem ao *mais recente* escândalo de corrupção ou à *mais recente* tragédia naval. É por isso que ele diz que a notícia tem “ponto rítmico”: suas histórias são como “eternos retornos” atualizados. A notícia é, para SODRÉ (1996), um singular estatisticamente esperado.

Se os temas que definem o que pode ser notícia (os critérios da noticiabilidade) não se caracterizam como elementos de ruptura, a forma pela qual esses temas têm sido veiculados (através das plataformas interativas da web 2.0) tem levantado questões sobre a potencialidade de uma *nova configuração narrativa do real*.

A novidade das narrativas produzidas pelos membros da Mídia NINJA diz respeito, tanto às possibilidades e limitações das tecnologias móveis e digitais, da comunicação em rede, quanto das propostas de um jornalismo que esteja livre dos entraves e determinações dos veículos comerciais e possa exercer sua função social em prol da construção ou consolidação de uma sociedade democrática. A Mídia NINJA surgiu como um dos setores no núcleo de comunicação da Casa Fora do Eixo, de São Paulo. Fora do Eixo é um coletivo de artistas e produtores culturais que atuam desde 2005 criando e divulgando projetos culturais, principalmente fora das grandes metrópoles brasileira. Os meios principais de divulgação da sua produção e atuação é sua página na rede social na internet, o *Facebook* (<https://www.facebook.com/midiaNINJA>). Com uma equipe inicial de 20 pessoas, mas uma rede colaborativa espalhada por todo o território nacional de 1500 pessoas, segundo seus membros fundadores, se dizem aberto a participação daqueles interessados em atuar nesse tipo de jornalismo. Durante as manifestações de junho/julho de 2013 alcançaram uma audiência de mais de cem mil pessoas com suas transmissões pela web.

No que tange à dimensão tecnológica, a produção audiovisual produzida pela Mídia NINJA permite a particularização de uma estética em que som e imagem são aquelas de certa precariedade, de baixa definição, mas cuja mobilidade e simplicidade permitem uma circulação mais livre do narrador, permitem ângulos inusitados, com a “espontaneidade” do que é possível ou está disponível na ocasião, sem muita produção ou estudo, ao vivo, aberto ao acaso, ao erro, ao imprevisível. Essa espécie de ruído ou “sujeira” do produto audiovisual, essa precariedade é sua própria força, seu próprio “valor-credibilidade”.(MALINI, 2013) Num certo sentido, reintroduz o mito da



transparência ou da Teoria Jornalística do Espelho, questão a ser discutida em outra ocasião. Essa percepção de proximidade como o real se dá pela forma como esse tipo de tecnologia, onipresente em nossas vidas, afeta nossa sensibilidade, se apresenta como aparato necessário na mediação de nós, sujeitos, com o mundo e conosco mesmos. A narrativa em fluxo ou a transmissão-narração sem interrupção de cortes ou edição é como o próprio desenrolar da vida, a passagem do tempo, com a percepção da urgência do presente que se esvai, salvo e posto em evidência por esse narrador. O que expõe ou narra só não é infinito e rarefeito devido ao comprometimento do midiativista que empreende a tarefa.

A concepção que os membros da Mídia NINJA têm do jornalismo pode ser tomada como a superação de entraves e mitos que limitam as potencialidades do jornalismo. Além da cobertura participativa dos acontecimentos e a convivência assídua com personagens envolvidos neles, como nas manifestações contra os aumentos de transportes coletivos ou na ocupação da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro, para pressionar por uma investigação empresas de ônibus municipais, os NINJA propõem pautas sociais que não tem atenção dos conglomerados de mídia nacionais. Segundo Ivana Bentes¹², eles também consideram importante que fique claro o posicionamento, a comoção e a vontade de participação dos repórteres diante do fato que julgam relevante que seja conhecido pelos partícipes da sociedade, pois entendem como impossível e indesejável a suposta neutralidade. Consideram fundamental que sejam ouvidos tantos testemunhos quantos forem importantes para apresentar os fatos na sua complexidade, dando voz a personagens que geralmente são excluídos pela mídia ou pela estrutura social.

Tanto para a reflexão teórica como para a prática profissional, iniciativas como a da Mídia NINJA reforçam a noção de que todo enfoque normativo sobre o funcionamento dos meios aponta para o fato de que a imprensa molda suas notícias de acordo com as estruturas sociais, políticas e econômicas nas quais está inserida. A partir desta ideia, KUNCZIK (2002) reflete sobre a imprensa a partir de dois abrangentes vieses conceituais: a teoria autoritária e a teoria liberal. A primeira e mais antiga, a teoria autoritária, remonta ao século XVI, quando surgiu a filosofia estatal do absolutismo. Nesta época, o papel da imprensa era o de promover a política do governo e servir ao Estado, o que levava os editores a serem controlados e censurados. Com o

¹² <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14113-midia-ninja-um-fenomeno-de-jornalismo-alternativo-que-emergiu-dos-protestos-no-rio-de-> acessado em 14/02/2014.



Iluminismo e o conseqüente crescimento das liberdades políticas, econômicas e religiosas, o papel da imprensa se inverteu: ela passou a buscar a “verdade” e a controlar o Estado em vez de servi-lo. Surge, então, a teoria liberal, que teve seu apogeu no século XIX e que trouxe à tona as noções do jornalismo como “quarto poder” e do “livre mercado de ideias”. Com o tempo, a teoria autoritária apontaria para os meios de comunicação como extensões do governo, mas sem objetivar o lucro financeiro. Já a teoria liberal, para KUNCZIK (2002), desembocaria na responsabilidade social: como o financiamento comercial do “livre mercado de ideias” trouxe prejuízos ao público (uma vez que a auto-regulamentação e o auto-controle dos meios de comunicação de massa são fantasias), a imprensa não só deve ser livre como também socialmente responsável, servindo ao sistema político para que haja acesso aos atos públicos; informando o público para que ele adote ações autônomas; protegendo os direitos do indivíduo através da vigilância sobre o governo; servindo ao sistema econômico através da publicidade; e preservando sua autonomia financeira.

Assim, a partir do século XIX, buscar-se-ia aproximar o jornalismo do método científico, tendo como princípio básico a separação entre fatos e opiniões através de uma linguagem neutra, o que faria do jornalista um mero observador desinteressado do real. Este “sujeito observador” nos abre entendimento para a teoria do *gatekeeper*, que privilegia a ação pessoal do jornalista, uma vez que diz respeito ao poder de decisão que determinados indivíduos têm na seleção das informações que irão para o noticiário. Esta ideia reforça a noção de intencionalidade na produção noticiosa, bem como o poder exercido pelo jornalista e a questão do fluxo da informação na sociedade contemporânea. Por outro lado, a teoria do *newsmaking* diz que o jornalismo ajuda a construir a realidade, em vez de apenas refleti-la. Construtivista, esta teoria aceita que as notícias são vinculadas à realidade, mas também são determinadas pela organização do trabalho jornalístico e pelos processos de produção noticiosa. Isto porque a superabundância de fatos no cotidiano necessita de uma organização produtiva que segue uma rotina industrial. Concomitantemente, como as normas de produção são mais importantes que as preferências pessoais, o jornalista se submete a um planejamento produtivo no qual a seleção dos fatos e a maneira de abordá-los são cruciais. Nesse sentido, a teoria organizacional prega que o trabalho jornalístico depende dos meios utilizados para sua efetivação. Como o objetivo primeiro das organizações midiáticas é o lucro, esta teoria nos diz que o alcance (ou a audiência) das mensagens noticiosas é determinante no trabalho jornalístico. Isto equivale a dizer que o jornalista é um



indivíduo que acata a política e as normas editoriais da empresa na qual trabalha em detrimento de suas escolhas e de seus valores pessoais. De acordo com esta ideia, o jornalista não orienta suas escolhas pensando no público e sim nos superiores, no mercado das notícias e no lucro. Aqui, cinco padrões de manipulação seriam engendrados pela notícia (BIONDI, 1996): com a *ocultação*, determinados fatos são banidos do noticiário; através da *fragmentação*, os fatos noticiados seriam desconectados de seus antecedentes, de suas consequências e de sua relação com outros dados do noticiário; pela *inversão*, a opinião sobre o fato é priorizada em detrimento de sua descrição; a *indução* seria a produção de uma realidade artificialmente inventada; e, finalmente, o padrão *global* possibilitaria a apresentação da realidade como algo absoluto.

Porém, afirmar que a mídia em geral e o jornalismo em particular determinam cruamente o pensamento dos indivíduos é ingenuidade. Mais correto seria dizer que apontam, orientam e pautam sobre o que pensar, discutir, trocar e compartilhar. Nesse sentido, BARROS FILHO (2003) sistematiza duas clássicas hipóteses ligadas ao jornalismo: a hipótese do *agenda setting* (ou agendamento) e a hipótese da “espiral do silêncio”. Ambas partem do princípio de que a seleção que a mídia faz de determinados temas a serem veiculados é paralelo ao “apagamento” dos demais assuntos que não são por ela “iluminados”. No que diz respeito especificamente à ideia central da hipótese do “agenda setting”, Walter Lippmann, em 1922, já destacava o direcionamento da atenção dos leitores para determinados temas apontados pela mídia como sendo de “interesse coletivo”. Para ele, o conhecimento que as pessoas têm do mundo exterior é formado pela seleção midiática de determinados símbolos do mundo real. Posteriormente, em 1972, Maxwell McCombs e Donald Shaw cunharam a expressão (“*agenda*” = pauta e “*setting*” = fixação, determinação) após constatarem que o principal efeito provocado pela imprensa é produzir a imbricação entre a agenda midiática e a agenda pública.

De acordo com BARROS FILHO (2003), os fatores que condicionam o *agenda setting* estão ligados à mensagem e à recepção. Nesta, um dos fatores determinantes seria a necessidade de orientação que o público tem, necessidade esta que é condicionada pelo interesse e pelo grau de incerteza do receptor em relação a determinado assunto. No que diz respeito à mensagem, a maioria dos estudos do agendamento dizem respeito a temas políticos, uma vez que apontam em que medida a mídia interfere na luta política pelo poder. O conteúdo destas mensagens, por sua vez, é determinado pela possibilidade de personalização do conteúdo da informação; pela



possibilidade de dramatização (geralmente) através de um conflito; e pela dinamização do tema que torna possível que o receptor constata uma ação ou um acontecimento. Concomitantemente a estas três características, a seleção de determinado conteúdo a ser veiculado em determinada mídia também é influenciada pela veiculação operada pelos outros meios e mídias. Ainda em relação ao conteúdo da mensagem, o autor destaca a diferenciação que deve ser feita entre os assuntos “temáticos” e os assuntos de “acontecimento”. Os primeiros se referem a reflexões sobre problemas sociais e preocupações públicas, como o desemprego, a corrupção ou a inflação, por exemplo. Os demais dizem respeito a fatos concretos e, geralmente, caracterizados pelo elemento surpresa, como um terremoto, um acidente ou uma final de campeonato, por exemplo. Porém, esta divisão não é rígida, uma vez que um assunto inicialmente caracterizado como “acontecimento” pode vir a se tornar “temático”. O meio no qual a mensagem é veiculada também condiciona o agendamento. Ainda segundo o autor, há mais agendamento através das mensagens impressas do que das eletrônicas. Nestas últimas, o “agenda setting” televisivo ocorre em relação às informações de caráter geral e tem maior probabilidade de influenciar a agenda pública “quando a cobertura de um tema específico é feita de maneira intensiva em um curto espaço de tempo” (BARROS FILHO: 2003, p192).

Criada por Elizabeth Noelle-Neuman em 1972, a hipótese da espiral do silêncio tem como ponto de partida o medo que os indivíduos têm do isolamento social, medo este que os faria expressar opiniões concordantes com a opinião dominante (imposta pelos meios de comunicação). O silenciamento das opiniões minoritárias seria cíclico e progressivo, o que explica a ideia de espiral. Ou seja: quanto mais dominada, maior a tendência de uma opinião não ser manifestada. Os fatores que produzem esta espiral do silêncio são a acumulação, representada pela visibilidade exagerada que determinados assuntos têm na mídia; pela ubiquidade, representada pela sensação de que a mídia pode estar em todos os lugares; e pela consonância dos assuntos na mídia, representada pela abordagem semelhante dos mesmos temas feita pelos diferentes veículos e mídias. BARROS FILHO (2003) nos chama a atenção para o fato de que

Essa consonância tendencial não só dá ao conjunto dos produtos informativos, e indiretamente a cada informação mediatizada em separado, uma maior ou menor aparência de objetividade, como também permite aos meios canalizar um só fluxo de opinião, impondo-o como dominante. (BARROS FILHO: 2003, p.210)



A teoria da espiral do silêncio mostraria, assim, que o medo do isolamento social que leva ao silenciamento seria um obstáculo às mudanças e um mantenedor do *status quo*. E isto seria facilitado pelo acesso que uma minoria dominante tem aos meios de comunicação de massa. Porém, atualmente, as mídias sociais têm levado a pensar se o *silenciamento não estaria se transformando em isolamento social*. Não porque uma grande narrativa coletivamente produzida no dia a dia nos coloque em contato efetivo com *um outro*, mas sim porque ela abre a possibilidade do *pertencimento* tanto de *mesmos* como de *outros*: de um “eu” e um “tu” que germine um “nós” da mesma forma que um “global” e um “ninja” constituam uma possibilidade de mediação – de uma produção de sentido mais como negociação que como mero “negócio”; de um agendamento mais de mediações que de meios; de um *newsmaking* mais expressivo que expansivo; e de *gatekeepers* que naveguem no fluxo de informações em vez de serem arrastados pela lógica industrial delas.

Seja como for, uma coisa parece surgir inevitavelmente com novo horizonte midiático: a experiência narrativa do mundo como construção e participação do homem no mundo.

REFERÊNCIAS

AUTRAN, Paula. **Na web, as teorias da conspiração**. Rio de Janeiro: Jornal **O Globo**, 14/02/2014, 2ª edição, página 15.

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus, 2003.

BIONDI, Aloysio. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1996.

BUCCI, Eugênio in GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no jornalismo**. São Paulo: EDUSP, 2003.

Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo. In: http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, edição e captação em jornal diário**. São Paulo: Editora Ática, 2001.

FREIXO, Marcelo. **Viomundo – O que você não vê na mídia**. Entrevista disponível em <http://www.viomundo.com.br/denuncias/freixo-globo-e-socia-de-um-projeto-autoritario-de-cidade-e-trata-do-rio-como-de-grandes-negocios.html> e consultada em 14/02/2014.

GASPARI, Elio. **A PM Começou Batalha na Maria Antônia**. Disponível em <http://oglobo.globo.com/pais/a-pm-comecou-batalha-na-maria-antonia-8684284> e acessado em 12/02/2014.



GOVERNO FEDERAL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm e acessado em 14/02/2014.

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público deve exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**. São Paulo: Edusp, 2002.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Editora Ática, 2003.

MALINI, Fabio. **Mídia NINJA. A disputa do poder midiático**. (entrevista) disponível em <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/522589-o-que-esta-em-jogo-e-a-disputa-pelo-poder-midiatico-entrevista-especial-com-fabio-luiz-malini-de-lima> e acessado em 10/02/2014.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia – Jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1986.

MARICATO, Ermínia et alii. **Cidades Rebeldes: Passe Livre e as Manifestações que Tomaram as Ruas do Brasil**. São Paulo: Boitempo Editorial: Carta Maior, 2013.

RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RIBEIRO, Marili. **O futuro dos jornalões e a ousadia dos furos on line**. Artigo disponível através do **Observatório da Imprensa** em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed785_o_futuro_dos_journaloes_e_a_ousadia_de_furos_online e consultado em 13/02/2014.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2000.

SIEBERT, F., PETERSON, T. & SCHRAMM, W. **Four theories of the press**. Urbana, Illinois, 1956.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura – A comunicação e seus produtos**. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do Jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.
