

## RELAÇÕES SINCRÔNICAS E DIACRÔNICAS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA: DO PERÍODO INDUSTRIAL AO PÓS-INDUSTRIAL

Relaciones sincrônicas y diacrônicas en la práctica periodística: Del período industrial al post-industrial

Synchronic and diacronic relations in journalism practice: From the industrial to the post-industrial period.

**Luan Correia Cunha Santos<sup>1</sup>**  
**Vilso Júnior Santi<sup>2, 3</sup>**

### RESUMO

O presente artigo propõe um estudo bibliográfico sobre as práticas jornalísticas e suas fundamentações teóricas baseadas em dois momentos distintos, o período Industrial com base nos estudos de Luiz Beltrão em 1960, e o Pós-industrial de Anderson, Bell e Shirky em 2013. Fazendo reflexões sincrônicas sobre o atual período do jornalismo, especialmente com a expansão das novas tecnologias de comunicação, e diacrônicas ao buscar a evolução da prática através do tempo. Sinalizando uma nova realidade emergencial onde o ecossistema jornalístico precisa preservar características tradicionais fundamentais, assim como incorporar as novas formas de comunicação à capacidade de adaptação a mudanças do jornalismo contemporâneo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; Industrial; Pós-industrial; Sincronias; Diacronias.

<sup>1</sup> Graduando em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal de Roraima (UFRR). E-mail: [luanjack@gmail.com](mailto:luanjack@gmail.com).

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social/ Jornalismo pela Universidade Católica de Pelotas; Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria e Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Foi coordenador do Curso de Comunicação Social/ Jornalismo e, atualmente, é Diretor do Centro de Comunicação, Letras e Artes Visuais da Universidade Federal de Roraima. E-mail: [vjrsanti@gmail.com](mailto:vjrsanti@gmail.com).

<sup>3</sup> Endereço de contato dos autores (por correio): Universidade Federal de Roraima, Reitoria. Avenida Capitão Ene Garcez - de 1985 ao fim - lado ímpar Aeroporto, CEP: 69310-000 - Boa Vista, RR – Brasil.

## RESUMEN

El presente artículo propone un estudio bibliográfico sobre las prácticas periodísticas y sus fundamentaciones teóricas basadas en dos momentos distintos, el período Industrial con base en los estudios de Luiz Beltrão en 1960, y el Post-industrial de Anderson, Bell y Shirky en 2013. Haciendo reflexiones sincrónicas sobre el actual período del periodismo, especialmente con la expansión de las nuevas tecnologías de comunicación, y diacrónicas al buscar la evolución de la práctica a través del tiempo. Señalando una nueva realidad de emergencia donde el ecosistema periodístico necesita preservar características tradicionales fundamentales, así como incorporar las nuevas formas de comunicación a la capacidad de adaptación a los cambios del periodismo contemporáneo.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo; Industrial; Post-industrial; Sincronías; Diacronías.

## ABSTRACT

The present article proposes a bibliographic study on journalistic practices and their theoretical basis based on two distinct moments, the Industrial period based on the studies of Luiz Beltrão in 1960 and the Post-industrial of Anderson, Bell and Shirky in 2013. Making reflections synchronic about the current period of journalism, especially with the expansion of new communication technologies, and diachronic when seeking the evolution of practice over time. Signaling a new emergent reality where the journalistic ecosystem needs to preserve fundamental traditional characteristics, as well as to incorporate the new forms of communication to the capacity of adaptation to changes of the contemporary journalism.

**KEYWORDS:** Journalism; Industrial; Post-industrial; Synchronous; Diacronias.

Recebido em: 28.11.2017. Aceito em: 09.12.2017. Publicado em: 10.12.2017.

## Introdução

Em 1960, Luiz Beltrão lançava o livro "Iniciação a filosofia do jornalismo", em que fazia reflexão pioneira, até onde se tem conhecimento, uma reflexão teórica sobre a prática jornalística no Brasil, tornando-se assim, clássica referência nos estudos da comunicação e, em especial, da profissão. Inserido em um contexto de ascensão da Industrialização no Brasil<sup>4</sup>, Guerra Fria<sup>5</sup> e as vésperas da Ditadura Militar no Brasil<sup>6</sup>, tinha como objetivo também pensar a sociedade que estava sendo moldada no período.

Suas considerações encontram-se ainda relevantes por estudar características fundamentais do jornalismo, dos veículos jornalísticos, a

forma como a sociedade consome e enxerga a profissão e suas relações com demais setores sociais. Porém, mais de 57 anos já se passaram, e algumas mudanças ocorreram e ainda ocorrem de forma radical e rápida neste ecossistema, criando assim a necessidade de se repensar criticamente algumas marcações.

O ecossistema jornalístico pode ser compreendido, de maneira simplificada, como um sistema de convívio entre jornalistas, instituições, público, tecnologias de comunicação, e até mesmo o contexto social em que estes estão inseridos e que, conseqüentemente dinamizam a partir de suas atuações. Trata-se de um conceito abstrato, porém presente, especialmente nas mudanças causadas no período pós-industrial (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013).

A transformação e evolução das Novas Tecnologias de Comunicação (NTC) tem alterado a forma como os sujeitos interpretam o mundo a sua volta, especialmente quando nos referimos às

---

4 Processo histórico e social em que a indústria torna-se o setor dominante da economia mundial, tendo sua instauração a partir de meados do século XIX.

5 Período histórico marcado pelas disputas estratégicas e conflitos indiretos entre os Estados Unidos da América (EUA) e a União Russa Socialista Soviética (URSS) de ordens políticas, militares, econômicas, tecnológicas e científicas, compreendido entre os anos 1945 e 1990.

6 Período compreendido entre 1964-1985, em que o Brasil foi governado pelos militares brasileiros, de caráter autoritário e nacionalista, originado no golpe militar de 1964.

relações mediadas pela tecnologia, que vem ganhando papel de centralidade nas interações sociais (FERRARI, 2015). Tais alterações são refletidas em diversos, se não em todos, os setores da sociedade.

Neste contexto podemos identificar duas fases distintas do jornalismo, estudadas e identificadas no presente artigo. A primeira refere-se à era Industrial da profissão, onde os processos de produção, veiculação e consumo de notícias se dava de forma linear, em que os jornalistas e as empresas tinham acesso quase exclusivo a determinados acontecimentos, e especialmente as formas de se divulga-los. Havia também uma separação clara de qual era o papel de quem produzia e de quem consumia (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013). Com isso o capital que circulava na indústria da comunicação era crescente, visto a necessidade da sociedade em se comunicar e informar aliadas as escassas formas de se fazer, tendo o jornalismo um campo privilegiado no setor.

A segunda fase começa a surgir a partir da internet, e em especial com a

denominada Web 2.0, onde os processos de interação começam a ser abordados de forma central na navegação do ciberespaço. Antes, o que se voltava apenas para a publicação e armazenamento de dados a partir de tecnologias digitais (período da web 1.0), torna-se um espaço de extensão ao mundo material, tendo os processos de interação no ciberespaço grande destaque (PRIMO, 2007). Tais alterações na forma de interpretar a interagir com o mundo modificaram as formas de consumo e produção do jornalismo, assim como de outras áreas, e se estenderam para toda a prática da profissão, dando o pontapé inicial do que chamaremos de Jornalismo Pós-industrial.

Essa fase surge da necessidade de reorganização da profissão a partir de tais mudanças. Constatando-se que o meio tem perdido cada vez mais receita e suas fontes de sustento; de que as audiências deixaram de ter um papel passivo e secundário na produção de notícia e passaram a se comunicar de forma direta

a instantânea, sem que haja a necessidade de um jornalista ou um veículo de comunicação para mediar esse processo; e que, conseqüentemente essa audiência fica cada vez mais exigente em relação ao tipo de jornalismo que recebe, e que agora possui meios para reclamar e fazer valer de suas queixas, tendo possibilidades de grandes alcances; assim como o fluxo de acontecimentos e informações são cada vez mais rápidos e em maior volume. O jornalismo Pós-industrial encontra-se em período em que não é apenas necessário se fazer mais com menos, mas também, se fazer melhor com o novo e o diferente constante.

Propor estudos sincrônicos e diacrônicos do jornalismo na atualidade se faz possível quando se entende o jornalismo como um fenômeno que busca cobrir e interpretar outros fenômenos. Segundo o dicionário Aurélio, o termo fenômeno é designado à

que na natureza é momentâneo e sucede poucas vezes; Tudo o que é extraordinário, raro ou novo; coisa surpreendente; Pessoa de dotes extraordinários; Fato; manifestação; sinal, sintoma<sup>7</sup>.

Tomando a primeira definição do termo, o jornalismo é uma prática que está sujeita a ação de nossos sentidos e que causa impressão moral e intelectual nos indivíduos, a procura daquilo que é momentâneo, que acontece poucas vezes (como o caso do "furo"), assim como busca manifestações sociais, analisa sintomas, sinais e está sempre relacionado com o fato, em sua busca pela verdade.

O estudo sincrônico do jornalismo no presente artigo se apresenta de maneira a interpretar a forma como as estruturas apresentadas por Beltrão (1960) e Anderson, Bell e Shirky (2013) se encontram simultaneamente na prática do jornalismo contemporâneo, através das características do ecossistema jornalístico apontadas em ambos os trabalhos.

Tudo o que está sujeito à ação dos nossos sentidos ou nos impressiona de um modo qualquer (física ou moralmente); Tudo o

7 Disponível em: <https://dicionariodoaurelio.com/fenomeno>, acesso em: 02/09/2017 às 19:40.

Referente ao estudo diacrônico, busca-se compreender de que forma o jornalismo tem se transformado através do tempo e quais as principais mudanças apontadas para que este possa se aperfeiçoar na era Pós-industrial.

Os estudos com a nomenclatura diacrônica e sincrônica normalmente estão associados ao campo das linguagens, porém adaptemos tais termos para uma melhor compreensão do ecossistema comunicacional. Com isso, pretende-se de maneira didática mapear realidades atuais e históricas, para que profissionais jornalistas, estudiosos da comunicação e demais interessados possam compreender com mais clareza a temática. Utilizando para isso dois textos já citados, ambos com característica de pioneirismo em seus períodos de publicação, sendo eles “Introdução a Filosofia do Jornalismo” de Luiz Beltrão (1960) e “Jornalismo Pós-industrial: Adaptação aos novos tempos”, um relatório elaborado por três pesquisadores, Anderson, Bell e Shirky (2013), do Tow Center for Digital

Journalism da Columbia Journalism School, traduzido por Ada Félix e publicado no Brasil pela Revista ESPM, além de outros autores que tratem do jornalismo atual e suas mudanças constantes.

### **História e Conceitos do Jornalismo**

O conceito de jornalismo é algo transitório e que varia conforme novos autores se apropriam da realidade para explicar a prática, assim como também está passível a ação do tempo, embora algumas características fundamentais se mantenham. Como já sinalizado por Pierre Lévy (1999), toda evolução da técnica tem como origem uma necessidade humana. Assim como os carros são uma criação derivada do desejo humano de se locomover de forma mais eficiente e menos dificultosa, os meios de comunicação também são reflexos dos desejos dos seres humanos em se comunicar com outros seres humanos.

Em uma fase pré-histórica do jornalismo, a informação, já era

disseminada em diversas sociedades e de várias maneiras, alterando a forma como esta se percebia e se organizava. O Império Romano, por exemplo, criou a Acta Diurna, com as informações do senado e ocorrências de interesse público. Na idade média, as informações voltaram a ser transmitidas via oralidade, através das cantigas e conversas. Com o Renascimento, a disseminação da escrita reinicia, a partir das necessidades de comerciantes e navegantes (BELTRÃO, 1960).

Foi com a invenção da tipografia que as impressões se popularizaram podendo ter maior alcance. Com tais tecnologias, não demorou muito que os governantes passassem a utilizá-las também para produzir propagandas favorecendo-os. O aumento do número de pessoas relacionadas à confecção desses impressos se deu de forma notória e crescente desde então, e quanto maior o número de publicações, maior a necessidade de se consumir (BELTRÃO, 1960), criando um ciclo que perdura até os dias atuais.

Depois da Revolução Industrial, com a concentração das pessoas em grandes cidades, a demanda por informações qualificadas, por notícias sobre sua localidade, se deu de forma expressiva, fazendo da indústria da comunicação um campo fértil para a monetização. O jornalista tornou-se aquele com poder de passar informações cruciais em primeira mão, ser o filtro da sociedade, além de oferecer um serviço público, ao questionar os direitos da população, muitas vezes como um porta-voz social. A Industrialização impôs um ritmo de vida, especialmente nos centros urbanos, e esses por muito tempo ditaram algumas das principais características do jornalismo, como a instantaneidade e objetividade.

Um dos fatores que manteve a Indústria do jornalismo aquecida por algum tempo foi a "similitude de métodos entre um grupo relativamente pequeno e uniforme de empresas e a incapacidade de alguém de fora desse grupo criar um produto competitivo" (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p.32).

Acontece que hoje essa indústria está em decadência, e um grande fator para essa queda se deve a liberdade de produção de conteúdo possibilitada pelas NTC, e a inversão da polaridade em que se encontra a audiência, ou seja, quem consumia essa indústria. Se esta “camada social”, era tida como a ponta final do processo de comunicação, configurando um espaço sem muita atenção, marginalizada, condenada apenas a um consumo “passivo”, hoje esta camada é o centro do processo comunicacional, pois possui liberdades e ferramentas para produzir de forma irrestrita e com possibilidades de alcances globais.

Essa necessidade posiciona-se ao encontro do que Jenkins sinaliza, ao dizer que “as audiências [...] estão exigindo o direito de participar no âmbito da cultura” (2006, p. 24). E agora, não apenas exigem como também encontram espaço para fazer, e tais produções “amadoras” tem “competido” diretamente com o trabalho feito por jornalistas, criando assim um cenário polêmico. Essa realidade é o que cria a necessidade de

mudança em todo o ecossistema jornalístico. Como sobreviver enquanto bom jornalista, sem perder qualidade de produção, ao tempo de que os recursos financeiros são cada vez menores, além de conviver com um número crescente de produções amadoras que recebem grande alcance e repercussão?

Enquanto Beltrão sinaliza que o homem do mundo industrial tinha fome de conhecer o presente e para fazê-lo recorria a meios especializados e capacitados como jornais e outros veículos de comunicação (BELTRÃO, 1960), os autores do jornalismo Pós-industrial já não garantem que essa busca pelo “profissional” realmente ocorra, visto que já existem muitos trabalhos qualificados e que atendem as demandas sociais e que não são necessariamente feitos por jornalistas, e que em alguns casos, conseguem contemplar melhor necessidades específicas da população indo além da alçada de profissionais jornalistas, como é o caso de blogs especializados em determinados segmentos (nichos), montados e

coordenados por alguém que domine de maneira profunda determinado assunto, mesmo que não seja especialista na linguagem jornalística (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013).

Em um cenário hipotético, enquanto um homem moderno dos anos 1960 não saía de casa sem antes foliar o jornal do dia, assinado e entregue diariamente no período matutino em sua residência, o mesmo homem moderno da década 2010 acorda e recorre ao seu smartphone e dá um reflash em suas redes sociais digitais, onde o que aparece em grande escala não são publicações de empresas jornalísticas presentes de maneira eficiente nas redes sociais, e sim a própria rede social de contatos do sujeito, onde cada um tem a autonomia para dizer o que lhe acontece a cada momento.

Encontrar uma definição de jornalismo não se traduz em uma tarefa simples, talvez porque, até pouco tempo, jornalismo era basicamente tudo que um jornalista fazia, alguma informação a qual era pago por empresas para que

divulgasse a uma multidão de pessoas (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013). Beltrão tenta definir a atividade jornalística como o ato de informar algo que acontece no presente, sem grandes anunciações ao passado, pois desta tarefa a história se encarrega, mas sem tornar a atividade fria, ensinando, guiando, explicando e elogiando e dando devida interpretação ao que se passa (1960).

Em tempos atuais onde a função do jornalista já não é a mesma, embora se fortaleça as características interpretativas, abre-se mão do conceito de que o jornalista é mero narrador de fatos. No jornalismo Pós-industrial, essa concepção desloca-se para uma prática que expõem a corrupção e as injustiças, cobra políticos e empresas, ajuda a organizar a opinião pública, explicando temas complexos, sendo o jornalista um formador de opinião e interprete, um agente que contextualiza informações de modo que chegue ao público e nele repercute (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013).

O jornalismo pós-industrial, porém, peca ao discriminar dois tipos de

jornalismo praticados, considerando relevante apenas o hard News, ou “Núcleo duro da notícia” (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p.33), onde campos voltados para cultura e entretenimento são considerados fúteis e suscetíveis à produção através de máquinas e “amadores” (não jornalistas), utilizando como régua a máxima de Lord Nothclife (apud ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p.33) em que “notícia é algo que alguém, em algum lugar, não quer ver publicado. Todo o resto é publicidade”.

Se considerarmos que o jornalismo ajuda a organizar a opinião pública, e que, a cultura é o centro das interações e relações sociais, tanto de quem pratica jornalismo quanto de quem consome, o jornalismo cultural, as práticas “não-factuais” são de vital importância para o organismo social, pois se constituem de um dos mecanismo que regula e representa a vida social. Denominar determinado estilo jornalístico como inferior em comparação ao hard News torna-se perigoso, pois ignora uma série de características pertinentes aos

jornalísticos. A relevância social e a qualidade de uma produção pode ser definida pela forma como a construção é dada, e não por seu segmento.

### **Características do Jornalismo**

Algumas características que foram formuladas a partir do jornalismo Industrial precisam ser refletidas a luz da contemporaneidade, tais como, atualidade, variedade, popularidade, periodicidade, e promoção.

No que se refere à atualidade, está localizada em sincronia, tanto em relação ao o período industrial como o contemporâneo. É o fator dominante do jornalismo, os fatos dados nos periódicos são sempre atuais e do cotidiano, penetrando no efêmero e tentando tirar dele o que há de fundamental. A densidade dramática do jornalismo está em sua capacidade de perceber a urgência do fato daquele momento. É como se o jornalismo fizesse o retrato instantâneo do momento (BELTRÃO, 1960). Em 2017, se pegarmos os jornais de maior alcance no Brasil, teremos neles

a leitura do momento em que o país encontra-se, e esta leitura pode ser observada a partir de fatos do cotidiano publicados.

No período Pós-Industrial, porém, essa atualidade ganha à possibilidade de ser confrontada com bancos de dados, com contextualizações históricas que facilitem o processo de interpretação. Existe um aperfeiçoamento da informação, pois já não se trata de quem informa primeiro, ou quem oferece o furo de reportagem, mas sim quem entrega um melhor produto. Muitas vezes não se faz necessário que o jornalista esteja presente fisicamente no acontecimento, pois a própria audiência faz um primeiro relato do que se passa, cabendo então ao profissional da área filtrar e checar informações, e entregá-las interpretadas e de forma organizada.

Neste momento o jornalismo também se faz valer da história para manter sua atualidade, quando, por exemplo, rerepresenta fatos do passado com relação ao presente, garantindo sua perpetuação na atualidade. Para isso é

preciso estar atento a sequencia de fatos do cotidiano e suas formas corretas de interpretação (BELTRÃO, 1960).

Na característica variedade, para ser socialmente relevante, Beltrão indica três necessidades importantes que o jornalismo precisa suprir: Informar o novo, o imprevisto e a partir dele reviver o passado ou momentos arcaicos na memória; Transmitir uma mensagem de orientação ou advertência para possíveis ações futuras e; Entreter buscando folga das ações cotidianas. Considerando estas, justifica-se a importância das atividades jornalísticas se estenderem para todos os campos de atividade humana. O jornalismo não pode ter seu feitiço ligado exclusivamente a uma classe, ou a um individuo, mas sim ser a síntese dos interesses de todo o organismo social (1960).

Diante de tal perspectiva das três necessidades que o jornalismo precisa se responsabilizar, a máxima do Pós-industrial não se faz valer, uma vez que só considera as ações do jornalista como legítimas quando está associada a algo

que alguém não quer ver publicado. Este novo período está fortemente entrelaçado com a perda de receita e participação no mercado da indústria da comunicação, e que, se quiser manter sua relevância social, precisa explorar novos métodos de trabalho viabilizados pelas próprias mídias digitais. Para isso o jornalista precisa aprender a fazer mais com menos, otimizando seu gasto de tempo e energia (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013). Em outras palavras, essa nova vertente do jornalismo está associada a uma sustentabilidade da profissão<sup>8</sup>, e para isso, alguns recursos precisam ser poupados. Entre eles a variedade sofre com a ação desses cortes.

Tendo seu pilar fundamental a liberdade dos usuários e sua autonomia,

---

<sup>8</sup> Refere-se à sustentabilidade do jornalismo a necessidade de se fazer melhor, utilizando recursos de maneira inteligente, e compreendendo a necessidade de se conviver, dentro do ecossistema jornalístico, com diferentes tipos de produtores de conteúdo, que na atualidade vão além de jornalistas e profissionais na área. Fazendo referência a sustentabilidade ambiental, a sustentabilidade jornalística está associada a “conversar, manter, proteger, nutrir, alimentar, fazer prosperar, subsistir, viver, conservar-se sempre à mesma altura e conservar-se sempre bem” (BOFF, 2012, p. 32).

a prática do jornalismo na contemporaneidade não está mais tão associada ao entretenimento, pois esta, segundo seus idealizadores, pode ser bem correspondida por não profissionais e “pessoas comuns”, assim como começa a se desprender de orientações e advertências, uma vez que esse processo, em sua grande maioria pode ser feito através de máquinas ou resultados de interações da coletividade. O foco do jornalismo no conceito pós-industrial é informar o novo e de maneira nova e eficiente para o organismo social.

A variedade de temáticas também encontra solo fértil a partir das novas tecnologias de comunicação, uma vez que abre possibilidades para uma prática descentralizada e que permite que mais pessoas tenham acesso aos meios de comunicação e criação, e a partir disso, dar visibilidade a temáticas que antes eram mais dificultosas, visto que as possibilidades de comunicação e alcance estavam nas mãos de poucos.

Um exemplo de tal diversidade é o “Canal das Bee” na rede social Youtube,

lançado em 2013, o qual podemos chamar de canal “nichado”, que fala especificamente sobre um tema para determinado público, no caso deste, sobre questões LGBTQ, preferencialmente para a população LGBTQ, mas que ainda possui possibilidade de alcance para fora desta “bolha”, por estar disponibilizado na internet. O canal foi um dos primeiros do segmento no Brasil, e ajudou a dar visibilidade a uma série de questões pertinentes a população, questões essas que não tinham visibilidade em meios tradicionais de jornalismo, utilizando de uma linguagem acessível e atrativa para seu público, tornando-se até hoje uma referência sobre a temática. Apesar da ausência de jornalistas em sua produção, consegue atender a uma demanda de uma parte da população que o jornalismo em suas escalas industriais não atendia.

A facilidade com que não profissionais da comunicação encontram de fazer aquilo que já foi tarefa exclusiva do jornalismo supre uma necessidade já apontada por Beltrão e que se encaixa em perfeita sincronia com Pós-industrial,

onde o leitor não quer somente saber aquilo que aconteceu, mas também aquilo que não aconteceu, o que pode vir a acontecer e os caminhos que tal acontecimento pode tomar (1960). Sendo assim, profissionais de outros ramos, que possam fazer produções bem articuladas e especializadas em determinados assuntos, conseguem suprir tal demanda, de forma que os chamados “jornalistas enciclopédicos<sup>9</sup>” não conseguiriam, pois estes dedicam-se a saber de tudo um pouco, acabando por não se aprofundar em determinados temas que são de interesse do público.

Outra vertente que tem crescido é o jornalismo de nichos ou jornalismo específico, em que determinadas publicações não focam em dar um panorama geral de situações de diversos segmentos sociais, mas sim, em determinado tema e falam para um público segmentado, podendo dar a ele a profundidade que necessita.

---

9 Termo que faz referência a jornalistas que cobrem um pouco de cada assunto, sabendo o básico de tudo, sem se especializar em uma área.

Os nichos também se apresentam como uma saída para a queda de financiamento do jornalismo, visto que existe grande quantidade de publicações cujos leitores pagam diretamente pelo trabalho da redação, embora seja uma parcela muito pequena, existe nesses casos o interesse do leitor por um conteúdo personalizado (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013).

Tal cenário modifica também os padrões de popularidade do jornalismo

No passado, quem sintonizava um determinado canal ou comprava uma publicação para ler um artigo específico seguia vendo ou lendo o que mais houvesse nesse pacote por pura inércia. Embora o fenômeno volta e meia fosse chamado de fidelidade, na maioria das vezes era pura preguiça – ler outro artigo bom o bastante no mesmo jornal era mais fácil e cômodo do que buscar uma excelente reportagem em outra publicação (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p.35).

Com as novas tecnologias de comunicação, a citada integração horizontal<sup>10</sup> termina. Em uma realidade

---

10 Integração em que o público consome mais conteúdo de uma produtora, devido a dificuldade de acesso a outras produções em contra ponto com a facilidade e comodidade de continuar em

de links e feeds de redes sociais digitais é fácil trocar a fidelidade de determinada publicação para ir em busca de determinado link compartilhado por um amigo ou conhecido (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013). Assim como acontecem com os portais de notícias, que encontram cada vez mais dificuldade de reter o público e outros jornalísticos voltados para as massas.

Essa comunicação massiva surge a partir do renascimento, as notícias que na Idade Média eram passadas por ciclos de amigos através de correspondências, passaram a se ampliar à medida que a população se alfabetizava. Ganham assim força para romper as barreiras de censura, de ciclos familiares e, com um tom industrial onde se queria informar o máximo de pessoas possíveis, o mais rápido possível e o máximo que se conseguisse (BELTRÃO, 1960).

---

determinado veículo, por já estar nele. Um referente a isso no meio televisivo é o chamado efeito cascata da rede Globo, que conseguiu concentrar cada vez mais audiência em seu horário nobre por conta da intercalação de sua programação.

A imprensa nessa época também ganha um papel fundamental na política, quando envolve as massas e se percebe enquanto potência na construção de um pensamento coletivo podendo assim afetar os regimes vigentes. Essa popularização fez com que o povo, não mais leigo, exigisse cada vez mais, entendendo o jornalismo como uma mercadoria para a compreensão do mundo (BELTRÃO, 1960).

A expansão e popularidade da Imprensa industrial em épocas do renascimento foi fundamental para a difusão de um pensamento crítico, para a expansão e democratização do conhecimento e das notícias, além de ter aberto portas para a comercialização em grande escala desse setor, possibilitando sua consolidação, o que garantiu até então a manutenção de sua prática. Em todo caso, não podemos mais pensar no jornalismo em escalas indústrias na era digital, pelo menos no que se refere aos lucros e formas de produção. Não há mais necessidade nem possibilidade de se fazer um único produto jornalístico

que alcance todas as multidões. Se voltando a um nicho, o jornalismo é capaz de atender melhor sua demanda, com mais possibilidades de lhe fazer fiel, e fornecendo a ela informações mais profundas e um tratamento específico a determinado setor social.

É importante diferenciar a popularidade da prática do jornalismo, esta sim que deve sempre atingir as multidões de nichos e especificidades, da popularidade de um único veículo, que seja por si, suficiente e diverso para satisfazer as necessidades de toda uma população com especificidades diversas, heterogênea e complexa, sem que se faça necessário uma complementação com outros veículos.

A periodicidade é a característica mais formal do jornalismo. A Industrialização criou uma competitividade entre os jornais, o que fez com que, nas redações, o que imperasse o tempo. A necessidade de uma periodicidade mais intensa se deu por diversos motivos, tanto comerciais, mas também a demanda para que os

leitores possam receber as informações no momento certo, e seguindo as linhas Industriais, o mais rápido possível, para que no dia seguinte consumissem mais. Esse movimento, não apenas movimentou as finanças do jornalismo como também impôs credibilidade, visto que, criou o hábito de regularidade que estimulava confiança por parte da população (BELTRÃO, 1960).

Com a instantaneidade e a conectividade integral promovida pelas novas tecnologias de comunicação, tais características da periodicidade perdem o foco ao mesmo tempo que se fortalecem, estando assim em relação sincrônica e diacrônica simultaneamente. A corrida para informar primeiro ainda ocorre, mas não de forma tão dificultosa, já que o acesso a determinados acontecimentos e informações é facilitado. Porém, na contemporaneidade, o jornalismo não consegue competir com os usuários no que diz respeito à velocidade. Vem ocorrendo com mais frequência que cidadãos que estão no meio de um acontecimento sejam os primeiros a

fornecer informações, modificando a natureza do trabalho dos jornalistas, que passa a filtrar, checar e agregar informações (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013).

Uma das funções mais nobres do jornalismo, apresentada por Beltrão (1960) trata-se da promoção, em que o jornalismo tem como função dar a sociedade e aos indivíduos instrumentos de análise dos acontecimentos para que esses possam ser impulsionados a ação. Aqui, o papel do jornalismo é mais uma vez exaltado como mantenedor da liberdade e da democracia, mas também, a certos níveis, pode ser interpretado como vilão, quando é ele que também oferece a sociedade alguns padrões a se seguir.

Na era digital, a liberdade da população e sua autonomia são exercitadas de outros modos, além das práticas jornalísticas, com maior autonomia para promover temáticas e com possibilidades de alcances universais, dando visibilidade a questão de urgência social.

## **Jornalistas e o Público**

A partir do jornalismo industrial, identificava-se o público como leitor, ouvinte ou espectador, dependendo da forma como era veiculado (impresso, áudio ou audiovisual). Suas ações perante a produção jornalística limitava-se a um “papel passivo”, onde lhe cabia a opção de comprar ou não determinada produção, dando-a seu endosso ou refutação. Ainda quando este tinha uma ação mais próxima do que podemos identificar como “ativa”, era um tipo de manifestação que necessitava da figura do jornalista ou da imprensa como intermediária para que sua participação fosse publicada (BELTRÃO, 1960).

Podemos encontrar duas definições distintas de público que se encaixam a discussão que os jornalistas precisam fazer em tempos atuais, especialmente naquilo que se refere ao consumo e participação nos processos de produção jornalísticos. O primeiro refere-se à oposição daquilo que é privado, ou seja, aquilo que se encontra na esfera do

público, nas relações sociais. O segundo conceito opõem-se ao palco, tendo como base o sentido teatral, público é aquele que assiste ou consome algo, uma produção encenada em um “palco” (RIBEIRO, 1994).

No momento do jornalismo industrial, o segundo conceito de público é mais apropriado. Por mais que o trabalho jornalístico envolva a esfera pública (oposto ao privado) e seja consumido e repercutido também na esfera pública, este não é feito levando em conta a participação do público enquanto produtores de conteúdo. Ao público (oposto a “palco”) cabiam as ações de vaiar e aplaudir (RIBEIRO, 1994).

Porém, com as novas tecnologias de comunicação e com a ascensão do ambiente digital, a definição de público como aquilo que é feito em âmbito social também cresce, especialmente, porque tais tecnologias possuem alto potencial de remodelar as esferas sociais e turbinar as relações humanas a partir da mediação da tecnologia.

Tal fenômeno exemplifica outra necessidade de mudança no ecossistema jornalístico, pois, muitas vezes o público, agora munido de poderosas ferramentas comunicacionais, consegue produzir materiais com maior valor do que os jornalistas. Essas possibilidades têm alterado drasticamente as formas de capitalização dos jornais.

A virada basicamente negativa na sorte dos meios de comunicação tradicionais nos leva a duas conclusões: o custo de produção de notícias precisa cair e essa redução de custo deve ser acompanhada de uma reestruturação de modelos e processos organizacionais [...] levando em consideração novas técnicas de cobertura jornalística e novos modelos organizacionais (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013. P.37).

No jornalismo Pós-industrial o conceito de público é deslocado para atender as necessidades do coletivo, a medida que este grupo possui interesses em forças que exercem influências sobre suas vidas, tais como política, economia, direitos humanos (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013), porém, acrescenta-se também a participação coletiva e individual do público neste processo de

contemplação de seus interesses. A reorganização do jornalismo na modernidade passa pela oportunidade de aperfeiçoar ou aprofundar um trabalho feito inicialmente por não jornalistas.

Podemos citar assim dois momentos fundamentais de participação da audiência. A relação do “Eu” e da “Coletividade”. A partir das modificações realizadas na segunda fase da internet, denominada Web 2.0, algumas características fundamentais para se compreender a comunicação contemporânea ganharam forma. Em especial, o aspecto das relações. A forma como indivíduos se comunicam na rede passa a ter um papel de centralidade no ciberespaço, dando fôlego para sites como redes sociais, sites de compartilhamento de conteúdo e produção coletiva, sendo essas modificações possibilitadas por um conjunto de aparatos tecnológicos (PRIMO, 2007).

No aspecto relacional, o “Eu” que se comunica nas redes, refere-se a indivíduos quando se colocam em um

papel de interação com outros indivíduos isoladamente (tu), com a coletivamente (vós), quando este pertence a um grupo onde existe familiaridade e reconhecimento entre seus membros (nós todos), ou quando fala para multidões desconhecidas (nós todos). (PRIMO, 2017).

Na fase Pós-industrial, a participação do “Eu” chama atenção quando, este indivíduo, munido de informações importantes, presta determinado relato ou serviço para “Nós todos”, em primeira mão (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013). Com a expansão de alcance das redes sociais virtuais para diversas camadas da sociedade, é comum que não jornalistas cheguem primeiro a determinado acontecimento ou que consigam relatar problemas de seu cotidiano através de tais ferramentas, de forma a alcançar “Nós todos”.

Nesse caso, como no de tantas outras mudanças no jornalismo, a erosão de velhas formas de agir é acompanhada da expansão de novas oportunidades e de novas necessidades de um trabalho jornalisticamente importante. O jornalista não foi substituído – foi deslocado para

um ponto mais acima na cadeia editorial. Já não produz observações iniciais, mas exerce uma função cuja ênfase é verificar, interpretar e dar sentido à enxurrada de texto, áudio, fotos e vídeos produzidos pelo público (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p.43).

Passa então, o jornalista, a focar em uma demanda que está no cerne de sua prática, a apuração, refutando, talvez, a máxima “lugar de jornalista é na rua”, em tempos em que muitos possuem acesso a formas de registrar e publicar o acontece em sua volta, podem existir maneiras mais inteligentes de usar a mão de obra qualificada de um profissional do jornalismo, do que fazer algo que já está sendo realizado por outros. Para isso o jornalista precisa tirar proveito da expansão da comunicação digital.

Tendo em vista a popularidade de determinados conteúdo produzidos por “amadores”, especialmente na web, e as formas como o público interage com esses agentes, que outrora também fazem parte do público por não serem jornalistas, é crescente a tentação dos profissionais em buscar reproduzir estratégias de linguagem para ter o

mesmo alcance que “produtores amadores”. Muitos justificam alterações em suas linhas editoriais a partir de uma competição por números de acessos, tendem assim a violações aos direitos humanos, sensacionalismo e às vezes a falácia, desde que gere números que se convertam posteriormente a recursos financeiros. O discurso se repete quase desta forma “se eu não público assim, as páginas em redes sociais publicam, e assim ‘abocanham’ meus leitores. Esta é uma forma de ‘arrancar’ um pouco da audiência deles”.

Com isso, perde-se a oportunidade de aprender com os “produtores amadores”, especialmente no que se refere ao seu relacionamento com o público. Um dos motivos que fazem páginas não jornalísticas terem mais acessos que produções desta natureza, é a proximidade de quem faz com que consome, e a forma como essa relação se mantém e se reforça. O produtor sabe como seu público pensa e age, e a partir disto vai se reportar a ele de maneira mais eficiente.

O jornalista precisa aprender a aproximar-se da linguagem do público, assim como enxergar-se socialmente como parte dele, para que então, possa criar vínculos de proximidade, não apenas no que diz respeito à forma como o conteúdo é apresentado, mas nas pautas a se cobrir e em seus respectivos direcionamentos. Junto com tal percepção se faz necessário compreender que no novo ecossistema jornalístico pós-industrial, não existe uma guerra entre “nós jornalistas” e “eles amadores”, e que “abocanhar” e “arrancar” audiência um do outro, é perda de tempo, pois na nova configuração deste ecossistema é necessário que ambos coexistam em harmonia e sustentabilidade.

Por se tratarem de produções distintas, com suas respectivas finalidades e meios para tal, o jornalismo continua atrás quando compromete sua credibilidade ao entregar um material semelhante a “produções amadoras” visando apenas o lucro, pois ameaça perder a confiança do público da mesma forma que não será capaz de

“sensacionalizar” tão bem, por estar amarrado, ainda que de maneira folgada, a métodos jornalísticos de produção.

Outro tipo de relação presente na web 2.0 é através da “coletividade”, referindo-se a uma produção feita por “Nós todos” sendo resultado de uma construção coletiva e de vários processos de interação direta e indiretamente mediados por aparatos tecnológicos (PRIMO, 2007).

As mídias sociais são melhores [que os jornalistas] [...] quando um número suficiente de atores é reunido, chegando-se a uma multidão. E algo que essa multidão faz melhor que jornalistas é coletar dados (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p.43).

A verdade é que no jornalismo Pós-industrial não é mais necessário que um morador de São Paulo espere o Datena mostrar imagens de seu helicóptero para que se informe sobre quais vias estejam com trânsito engarrafado. Existem aplicativos, sites e diversas outras formas de que multidões presentes no “Nós todos” façam um trabalho para a coletividade sem que haja intervenção do jornalista. Essa

disponibilidade altera a função do jornalista, sendo então aquele que solicita a informação, filtrando-a e contextualizando-a.

Outra presença cada vez mais constante no ecossistema jornalístico é o “It” (do inglês “isto”), que refere-se às interações quando feita por programas e máquinas. Estas conseguem superar os talentos humanos quando é necessário garimpar grandes volumes de dados com certa agilidade. “A automação de processos e conteúdo é o território mais subaproveitado para derrubar o custo do jornalismo e melhorar a produção editorial” (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p.44).

As habilidades da informática têm sido utilizadas não apenas para criar bases de dados e interpretações iniciais, como em alguns casos, até pequenos textos jornalísticos que não se diferenciam em nada de textos produzidos por humanos, como por exemplo, textos que relatam placares de partidas de futebol. Um telespectador que esteja assistindo a um jogo de um

time do interior pode usar determinado aplicativo para compartilhar na rede os resultados e melhores lances. Cabe então aos programas e as máquinas fazerem a varredura e filtragem desses dados gerados para depois, a partir de dispositivos que as permitem “pensar como jornalistas”, produzirem textos completos (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013).

Antes da chegada da máquina a vapor, todo produto têxtil era “artesanal” – no sentido de que era feito por artesãos. Não era, no entanto muito bem feito; o homem não fabricava têxteis porque tinha habilidade superior, mas por falta de alternativa. A máquina a vapor transformou a indústria têxtil, encerrando a participação humana no grosso da produção básica de tecidos – mas criou uma leva de novas ocupações para artesãos sofisticados [...] Algo parecido ocorre no jornalismo [...] Isso obviamente mexe com atividades que empregavam jornalistas, não como artesãos mas como meros braços [...] Mas também permite que meios de comunicação, tradicionais e novos, dediquem uma parcela de tempo maior e recursos ao trabalho de investigação e interpretação (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p.45).

Em 1960, Beltrão já previa que a chegada de novas tecnologias serviria para consolidar o que chamou de “ócio criativo”, em que os jornalistas teriam

mais tempo para pensar e refletir sobre os acontecimentos correntes, em vista das facilidades nos processos de produção que encontrariam pela frente. Esse tempo daria os jornalistas oportunidade de aperfeiçoarem a principal capacidade que os profissionais de comunicação possuem a habilidade de sistematizar, organizar, filtrar e interpretar informações, capacidade esta que não pode ser executada por máquinas e que encontra caminhos difíceis quando tentada por “amadores”.

Neste setor o trabalho do jornalista saí na frente desde tempos da industrialização até o período pós-industrial. Porém, algumas características fundamentais para os jornalistas são apontadas nos dois momentos, correspondentes as necessidades profissionais imperantes em qualquer tempo.

A primeira trata-se da vocação. Algo que o chame para observar e interpretar o que está ao seu redor. A curiosidade comunicativa, que se difere de uma curiosidade simples, pois além de

se obter o conhecimento, também se deseja passar adiante. O jornalismo absorve a informação e lapida de maneira mais completa para uso imediato da sociedade, tornando-se um “órgão constante e vivo de informação”. Também se destaca a capacidade enxergar as notícias diante do cotidiano, ou até mesmo, provoca-las, como o autor vai chamar de fecundidade jornalística, e muitos chamam de faro. Por vezes, o jornalista também age como um engenheiro da notícia, tendo que buscar seus diversos pedaços e juntá-los para que se possa construir um produto satisfatório para ser entregue a população (BELTRÃO, 1960).

Tais características encontram-se em sincronia, em ambos os períodos estudados, porém nos dias atuais, uma série de outras qualidades são apontadas para se fazer um bom trabalho. Entre elas, a eficiência em transformar simples informações em performances de informações, em que os fatos precisam ser apresentados da melhor maneira possível para o público, o

carisma, que se reflete não apenas nas atividades relacionadas ao jornalismo, mas todos os setores da vida social, sendo o jornalista uma figura pública que inspira confiança com seu trabalho, e o contato com o público para que este saiba onde encontrá-lo quando necessitar. Além da perspectiva de não fazer simplesmente o que já existe, mas fazer melhor para que a prática do ofício seja cada vez mais aperfeiçoada.

### **Conclusão**

Ao se buscar comparar duas referências de pensamentos sobre a prática jornalísticas, a partir de dois momentos (1960-2017) e lugares (Brasil-EUA) distintos da profissão, notou-se que muitas das premissas observadas de maneira pioneira por Luiz Beltrão no Brasil em 1960 ainda encontram-se em sincronia com tendências apontadas pela vertente pós-industrial que encontra em suas principais características, apontamentos básicos para a transformação da prática jornalística na

atualidade. Apesar disto, alguns conceitos básicos do jornalismo, suas funções, características são mantidas. Tais consolidações ajudam a delimitar com maior clareza as definições que fazem o jornalismo ser reconhecido como tal.

Porém as práticas sociais se alteram a medida que a sociedade se mostra dinâmica e, especialmente com a expansão do ciberespaço, que muda as formas dos sujeitos se relacionarem com o mundo a sua volta. Essas mudanças trouxeram alterações visíveis no ecossistema comunicacional, abrangendo campos de produção, formas de veiculação e recepção e até o contexto social em que o jornalismo está inserido, apontando assim novas possibilidades para o fazer jornalístico. O estudo diacrônico permitiu refletir as transformações nas práticas desse ecossistema a partir de tais alterações.

O desafio do jornalismo para esta e a próxima geração não é tentar voltar “ao tempos de glória” em que a imagem do jornalista era exaltada como intocável, mas sim buscar a capacidade de

adaptação aos novos tempos e as novas mudanças que irão aparecer com a mesma velocidade que as atuais apareceram, ou até mais rápido. A sustentabilidade da profissão também é uma característica fundamental para tempos presentes e futuros, visto que teremos de encontrar formas de sustentar práticas jornalísticas cada vez mais aperfeiçoadas e aprofundadas com recursos financeiros que já não irão ser disponibilizados por fontes tradicionais. Além disto, será necessário a convivência harmoniosa e inteligente com produtores de conteúdo “não jornalistas”, visto que estes agora integram papel fundamental no ecossistema comunicacional, em uma realidade que a audiência não apenas exige participação, mas encontra meios para efetivá-la. Talvez a grande característica do jornalista no futuro trata-se justamente de sua capacidade de adaptação às mudanças e a habilidade de conseguir enxergá-las e traduzi-las.

Considerando as diferenças notórias entre as realidades vivenciadas pelo Brasil e pelo Estados Unidos da

América, assim como a divergência temporal, tal estudo comparativo entre teorias formuladas por Beltrão em 1960 e Anderson, Bel e Shirky em 2013, este artigo se caracteriza como apontamento inicial de uma discussão teórica bibliográfica a cerca das sincronias e diacrônicas entre o jornalismo industrial e pós-industrial. Mesmo não objetivando, neste momento, traçar um panorama da situação jornalística no América Latina, especialmente no Brasil, compreende-se que tal estudo será necessário em um futuro próximo, considerando as especificidades da região. É necessário compreender como o jornalismo pós-industrial se instala (ou não) no Brasil e que mudanças ele movimenta no ecossistema comunicacional nacional, assim como a partir dele, como o jornalismo garantirá a sustentabilidade da profissão.

## Referências

- ANDERSON, C.W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo Pós-industrial:** Adaptação aos novos tempos. Tradução Ada Félix. Revista ESPM , São Paulo, Ano 2, Número 5, Abril / Maio / Junho de 2013, p. 30-89, 2013.
- BELTRÃO, Luiz. **Iniciação a filosofia do jornalismo.** Livraria Agir Editora. Rio de Janeiro. 1960.
- BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade:** o que é: o que não é – Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- FERRARI, Pollyana. **A Força das Mídias Social.** Interface e Linguagem jornalística no ambiente Digital. 2ª edição. São Paulo. Estação das Letras e Cores. 2015.
- JENKINS, Henry. **Cultura de Convergência.** Aleph. São Paulo. 2009.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo. Editora 34. 1999.
- PRIMO, Alex. **O Aspecto Relacional das Interações na Web 2.0.** In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Rio Grande do Sul. 2007.
- RIBEIRO. Renato Janine. **A política como espetáculo.** In: Os anos 90: política e sociedade no Brasil. Org. Evelina Dagnino. São Paulo: Brasiliense, 1994.