

A Rede Enreda a Rede: A Cobertura Jornalística em Tempo de Redes Sociais.¹

Rebeka Lúcio e NEVES²

Daniel Dantas LEMOS³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE.

Resumo

Este artigo visa analisar a atividade jornalística, de modo a observar os seus parâmetros técnicos e éticos enquanto atividade profissional na contemporaneidade. Quais são os novos parâmetros e paradigmas das ciências humanas para a análise da Comunicação? Como se contextualiza a liberdade de imprensa? Qual a influência da internet e das redes sociais na comunicação atual? Qual é o papel do Jornalismo nas democracias contemporâneas? A partir dessas questões, o presente trabalho visa suscitar uma reflexão sobre o “cão de guarda” da sociedade que, atualmente, tem provocado discordâncias quanto à sua suposta objetividade e neutralidade.

Palavras-chave

Jornalismo; comunicação; liberdade de imprensa; recepção, rede.

O Enredo da Rede

A comunicação é uma ciência humana e, como tal, vale ressaltar, é emblemática e mutável. Por esse viés, as teorias da comunicação são repletas de parâmetros e paradigmas que não são herméticos, todavia evolutivos no espaço-tempo. É válido observar, então, que a comunicação na atualidade é um processo complexo e heterogêneo que envolve uma leva de fatores. O processo comunicacional engloba discursos situados em um contexto sociopolítico-cultural, logo, se modifica conforme a sociedade reestrutura-se. Nesse sentido, a comunicação é uma viscosa teia relacional tecida prismaticamente por diferentes sujeitos, cidadãos subjetivos e identitários envoltos por estruturas de poder.

É preciso notar, logo, que as ciências humanas não são ciências exatas, pois lidam com os paradigmas sociais que dia-a-dia sedimentam múltiplos parâmetros, o que tende a ecoar, logicamente, nas teorias. Aliás, essas não são feitas de conceitos fechados, mas sim de um olhar crítico à realidade circundante, fundamentada a partir de uma estrutura dominante.

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo da UFC, email: rebeka.lucio@yahoo.com.br.

³Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: danieldantas79@uol.com.br

A comunicação seria, deste modo, não apenas a transmissão de mensagens de um emissor que emite uma mensagem a um receptor passivo em um âmbito dividido em produção, mensagem e recepção, mas um conceito com ampla carga semântica, ligado a diversos aspectos da vida social, do mundo, do cotidiano, da memória, da imaginação, do lugar comum, da inovação. Como bem clarifica o texto “A recepção e a comunicologia” - introdutório do livro “Comunicação e recepção” - é através da comunicação que nomeamos ‘cenários, ações, movimentos, fenômenos, acidentes, programas, emergências, hábitos, aparelhos, modelos, dispositivos, valores, desejos, temores’. Na trama social, a comunicação é impregnada de sentidos e valores que são paradigmáticos, pois assim são as relações humanas. A Comunicologia emerge e modifica seus usos paralelamente à aparição de fenômenos sociais, tais como os meios massivos de difusão de informação, a cibernética, etc.

Quando se trata de comunicação muitas são as questões relevantes que influem em sua análise, o que repercute em conceituações que já perpassaram por variadas mudanças. É possível apontar, por exemplo, que inicialmente os estudos focavam os meios, observando um formato industrial e massivo que reverberava em um modelo mecânico e simplista que entendia a relação mídia-audiência por um prisma passivo e atomizado. Todavia, posteriormente, a audiência, bem como os efeitos da comunicação de massa, passou a ser abordada. Uma discussão pontual, por exemplo, é a influência dos meios de comunicação, em especial a televisão, nos processos de socialização dos indivíduos e grupos, através da construção de imagens e das representações da realidade social, segundo o teórico George Gerbner, como aponta o livro “Comunicação e Recepção”. É preciso salientar, logo, que há uma multimediação, conforme consideram as autoras da mesma obra, a partir do pensamento de Orozco:

Trata-se de considerar, portanto, a recepção um processo, resultante da interação receptor/televisão/mediações, em que as últimas entram no ato contínuo de ver TV, mas que ao mesmo tempo a extrapolam. A TV, nesse sentido, também é uma mediação, como instituição social produtora de significados que ganham ou não legitimidade frente a sua audiência. Além de ser um meio tecnológico de reprodução da realidade, também a produz, provocando reações racionais e emocionais nos receptores. O receptor, por sua vez, também realiza mediações, de caráter psicológico, determinadas pelas de caráter sociocultural, em um processo constante e dialético. Orozco as chama de mediações individuais, as quais subdivide em cognitiva e estrutural. A mediação cognitiva é um conjunto de fatores que influem na percepção, processamento e apropriação de elementos/ acontecimentos que estão diretamente relacionados com a aquisição de conhecimento (informações, valores, crenças, emoções, etc.). A estrutural é constituída por idade, sexo, religião, escolaridade, estrato socioeconômico, etnia, etc. São elementos identitários que servem de referência ao receptor, conformando sua maneira de pensar e agir, ou seja, são fatores que também entram no processo de construção do conhecimento e produção de sentido. (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 69).

Nesse sentido, pode-se assinalar que o “midiacentrismo”, hoje, constitui apenas um dos elementos da

cena em voga. O termo cunhado por Barbero é, de fato, bem referenciado, afinal a mídia tem ampla influência social e, por vezes, posição central. Contudo, principalmente contemporaneamente, a comunicação é vista como uma complexa cadeia, em que o receptor é um sujeito que não apenas recebe a mensagem, mas a interpreta e, inclusive, a reproduz, configurando assim uma complexa relação de elementos e de significados que sedimentam o processo comunicacional como um fenômeno de produção e de intercâmbio.

O processo comunicativo é dinâmico, por isso fomenta tanto debate. Os Estudos Culturais, bem como os estudos de recepção e cibercultura contribuem com as discussões em voga, pois lançam olhares às perspectivas comunicacionais contemporâneas. Os Estudos Culturais, vale observar, destacam as relações entre práticas simbólicas e estruturas de poder, atuando na esfera teórica e política, de modo a não focalizar sumariamente os meios, mas ampliar o seu eixo prismático, valorizando o que se dá no espaço de um circuito composto pela produção e pelo consumo da cultura midiática. Vendo a comunicação de massa como integrada às demais práticas da vida diária, os Estudos Culturais valorizam o “inter”, alimentando, inclusive, a crença de que as classes populares possuem as suas próprias formas culturais. Stuart Hall, aliás, pontua o processo da comunicação em quatro instantes que, articulados entre si, são determinados por relações de poderes institucionais: produção, circulação, distribuição/consumo e reprodução. Sobre essas etapas JACKS e ESCOSTEGUY esclarecem:

Cada etapa possui suas formas e condições de existência, mas estão articuladas entre si e determinadas por relações de poderes institucionais. No que tange especificamente à codificação (um dos modos da produção), toma em consideração tanto a imagem que o meio faz do receptor, quanto os códigos profissionais dos produtores. Quanto à decodificação (o momento do consumo/recepção), a análise proposta por Hall contempla três estratégias básicas de leitura/recepção: dominante, quando o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências de sua construção; oposicional, quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem mas a interpreta seguindo uma estrutura de referência alternativa, isto é, outra visão de mundo; negociada, quando o sentido da mensagem entra “em negociação” com as condições particulares dos receptores, compondo-se de um misto de lógicas contraditórias que contém tanto os valores dominantes quanto argumentos de refutação. (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 40).

Para Hall, a decodificação perpassa variadas veredas que podem seguir referências alternativas às dominantes, sendo assim a mensagem está em “negociação”. Dentre outros pontos, os estudos da recepção que, por sua vez, atravessam variados escopos que perpassam desde o interacionismo simbólico à psicanálise, estudam a audiência de variadas maneiras, mas, em suma, entendem os receptores como agentes ativos e socialmente situados que podem simplesmente consumir o que emitem os meios de comunicação ou lhes dar um uso social mais relevante. Dialogicamente, esses

estudos refletem questões ponderáveis e críveis que também colaboram com um olhar à cibercultura, questão ainda mais atual.

Em voga, há um mundo globalizado, povoado por tecnologias que codificam novos usos relacionais. Os meios de comunicação ainda interferem na vida das pessoas, aliás, é visível o quanto as novelas da Rede Globo de Televisão ditam moda, interferindo não apenas nas vitrines de lojas de roupa, mas também nas discussões – polêmicas ou não – que reverberam pelos bares e pelas calçadas, suscitadas pelas tramas das novelas.

Entretanto, é preciso notar que, atualmente, os fatos sociais também interferem na tela. O Bairro do Divino, por exemplo, foi o eixo central da novela global das oito “Avenida Brasil”, apesar de constituir uma periferia; empregadas domésticas foram as protagonistas da novela das sete “Cheias de charme”, valorizando personagens que, estigmatizadas, sempre tendiam à figuração; Tais Araújo apareceu como protagonista negra em “Da Cor do Pecado”, formando um casal inter-racial com o galã Reynaldo Gianecchini; casais homoafetivos começam a aparecer com mais naturalidade em novelas do horário nobre como “Viver a Vida”, em que os atores Thiago Fragoso e Marcelo Antony interpretam personagens que querem ter um filho, etc. Por esse viés, é observável que classes tidas como minoritárias começam a ter vez e voz nas telas: o povo não quer ser apenas figurante, o que, nesse sentido, reflete mudanças sociopolíticas e econômicas que ascendem classes sociais, possibilitando aquisições materiais e um reposicionamento social, que reflete na tela e na rede.

A comunicação insere-se nesse processo global de ascensões e de compartilhamentos, nessa perspectiva, é preciso destacar que a cibercultura possibilitou o acesso à informação de forma abrangente: o mundo está a um clique. Hoje, qualquer pessoa pode produzir conteúdos, o que amplifica possibilidades. O receptor tornou-se emissor também na geração da internet, via *youtube* e redes sociais. Paradigmaticamente, contudo, por mais que a obtenção da informação esteja a um clique, as práticas sociais já enraizadas tendem a torná-la detenta. Os usos é que fazem a diferença. E que usos têm sido feitos? Qual é o papel do Jornalismo nas democracias contemporâneas? Por esse prisma, a quase em desuso expressão “quarto poder” metaforiza bem o papel atribuído a esse campo profissional que deve vigiar a sociedade, laborando como um “cão de guarda”. Quem, afinal, monitora a sua atividade? Quem vigia o vigia? Eugênio Bucci, no texto “Quando só a imprensa leva a culpa (mesmo sem tê-la)”, relata a conturbada função social do Jornalismo que não labora apenas a notícia, mas visões de mundo.

Pierre Bourdieu, por sua vez, trata de campo social, isto é, um conceito que busca compreender as relações entre os agentes sociais e as suas atividades. Diversos, pois, são esses campos: artístico, científico, jurídico e, claro, jornalístico. Cada campo possui atribuições e distinções próprias, tendo, consecutivamente, práticas, costumes, valor, prestígio, punições, capital e hierarquia inerentes.

Dentre as categorias fundamentais dos campos estão o valor simbólico, o capital social e o habitus. É, pois, nesse contexto que se situa o campo jornalístico e a sua liberdade de expressão. É preciso detê-la? Ou seria ela já, implicitamente, detida? Aqui, no Brasil, não temos uma Primeira Emenda que preserva magnificamente a liberdade de expressão – tal qual nos Estados Unidos –, logo, esse tal livre-arbítrio jornalístico torna-se, paradoxalmente, frágil e forte na democracia contemporânea em voga.

Bucci cita o exemplo de um político – e de vários outros – que culpavam a imprensa de inventar fatos, quando essa desmascarou variados esquemas de corrupção, como o de um político que cedeu o telefone do Governo à filha que em uma viagem ao exterior gastou exorbitantes quantias. Referenciando-se em Max Weber, a partir do livro *A política como vocação*, o autor escreve que “o poder não gosta da imprensa – apenas é forçado a conviver com ela. Cinicamente, se necessário”, refletindo ainda sobre o termo *lixeiro* empregado por Weber para definir jornalistas. O termo, traduzido do vocábulo inglês *muckraker* foi utilizado pelo presidente americano Theodore Roosevelt (1858-1919) para se referir aos repórteres, dentre eles Joseph Pulitzer (1847-1911), jornalista que tentou processar em virtude das revelações que o jornal *World* (de Pulitzer) fez na época de sua gestão presidencial sobre a construção do Canal do Panamá.

O autor do artigo “Quando só a imprensa leva a culpa (mesmo sem tê-la)” salienta ainda que a missão dos que publicam notícias e a lógica do poder são contemporâneas da democracia moderna, sendo, portanto, estrutural e estruturante. Sobre isso, o articulista observa:

Tanto que, mesmo aqueles políticos originados do ramo das comunicações, empresários ou jornalistas de projeção, adotam, uma vez no poder, um olhar tenso em relação aos meios de comunicação. Às vezes, agridem verbalmente os velhos colegas de ofício. Outras vezes, chegam a processá-los. O caso mais, por assim dizer, caricato, mas profusamente expressivo, é o do italiano Silvio Berlusconi, magnata da TV italiana e atualmente primeiro-ministro de seu país, que desde o início de 2009 vem se dedicando ao esporte de jogar nos veículos informativos a responsabilidade pelas vergonhas que marcam seu governo, como a de ter sido fotografado, em sua propriedade, ladeado por prostitutas. (BUCCI, 2009, p. 62).

O texto cita ainda um exemplo similar ocorrido no Brasil com o presidente do Senado José Sarney, que, em 2009, vociferou contra uma suposta conspiração e perseguição dos jornais contra ele e sua família. O caso do proprietário da TV Mirante, afiliada da Globo no Estado do Maranhão, que declarou na época que “a mídia passou a ser uma inimiga do Congresso, uma inimiga das instituições representativas”, é o que dá mote ao artigo de Bucci, que desvela os significados aparentes e ocultos da declaração. Uma ação movida por Fernando Sarney, filho do senador, impediu o Estado de São Paulo de publicar notícias sobre “os Sarney”, o que implicou a quebra da liberdade de expressão, obscurecendo o implícito contrato cognitivo existente entre imprensa e leitor.

No caso citado, é preciso notar, não houve limite, mas poda. O jornalismo é temido, pois controla as esferas da visibilidade pública, “constrói” a realidade e orienta as percepções de mundo. Assim, matérias investigativas revelaram aos leitores a corrupção vigente, exercendo, consecutivamente, a função social de vigiar. O limite é um assunto, aliás, em voga: quem controlaria a imprensa? A criação do Conselho que regulamentaria e organizaria a atividade é repudiado por muitos profissionais, pois implicaria possíveis punições e castrações. Sendo assim, é necessário ou não impor limites?

Talvez, os limites já existam, aliás, a menos que o veículo informacional seja alternativo - o que nos tempos de internet borbulha: a quantidade de blogs existentes é um exemplo -, as pautas e notícias passam por variados filtros: há os condicionantes da notícia.

Há, vale citar, os condicionantes externos, tais como pressões econômicas-políticas, os recursos tecnológicos que reverberam em instantes os fatos e as expectativas da audiência; e os internos, tais como a cultura do profissional, os fatores institucionais e as variadas disputas existentes nesse campo.

É preciso ressaltar que o jornalismo lida com a audiência – para quem vende notícias - e com os anunciantes – para quem vende visibilidade. Nesse contexto, o jornalista faina com um conjunto de estratégias que lhe condicionam a se esconder, assim como escrever o lead, que, em suma, é uma fórmula de exatidão que castra a subjetividade do jornalista, perpassando táticas como ouvir os vários “lados” da notícia, escutar fontes dotadas de autoridade, usar aspas, dados e números. Por esse viés, o que se percebe é uma conjuntura embebida em um jogo de interesses e hierarquias, que utiliza a palavra com propósitos específicos, visando gerar efeitos de sentido na audiência. Nessas circunstâncias, é interessante atentar aos efeitos gerados nos sujeitos sociais e como isso influi na construção de seus significados, a partir da apreensão, da compreensão e da expressão narrativa da realidade. Primeiramente, é preciso observar quem escreve a notícia.

Afinal, o jornalista é um profissional liberal ou assalariado? Um artista, um intelectual ou um técnico? Um profissional livre ou sujeito às mais diversas limitações? Muitas são as questões que imergem ante a esses meandros. Para Zelizer, o jornalismo nem é uma profissão, mas uma “comunidade interpretativa”. O fato é que hoje o jornalista não é visto apenas como uma pessoa que não vingou em outra profissão, tal qual antigamente; mas como uma profissão que tem como recurso a visibilidade. O jornalista é um comunicador.

Todavia, a comunicação que, a priori, deveria ter como missão informar, procurar a verdade e contar o que aconteceu, através de um comunicador sem interesses que apenas relata com honestidade e equilíbrio o que aconteceu, sem emitir opiniões pessoais, é cerceada por implicações políticas e sociais. Além do papel social das notícias e da consolidação dos ideais democráticos, está em cena a

deontologia não apenas do profissional jornalista, mas também da empresa para a qual ele trabalha. Sendo assim, o que terá visibilidade no jornal, ou seja, o processo de produção da informação implica uma série de escolhas. O Fluxo de notícias, conforme denota a Teoria da Ação Pessoal, passa por diversos *gates* (portões). Ante à gama de informações que brotam dia-a-dia, há uma filtragem do pouteiro que, em um processo, às vezes, visto como subjetivo e arbitrário, seleciona o que será notícia. Segundo essa teoria, o *gatekeeper* tem juízos de valor baseados no seu conjunto de experiências, atitudes e expectativas. A matéria, que se torna notícia como pauta Rec (Recomendada), por assessoria, por denúncia, por sugestão de leitor, por algum tema surgido em entrevista realizada, por interesse do dono ou por ronda habitual (flagra), pode ser rejeitada e, assim, não ganhar visibilidade por variados fatores, tais como não ser de interesse do jornal, não haver espaço ou ser assunto repetido.

Logo, a crença pessoal de que o jornalismo reflete a verdade, tal como sublinhava a teoria do espelho é desmistificada ante a essas circunstâncias, mas vale apontar que o *gatekeeper* não é determinante no que vai ou não se tornar visível midiaticamente, aliás, os interesses da empresa, bem como as expectativas da audiência são pontos proeminentes. É preciso considerar não apenas o âmbito individual, mas também a organização, a empresa jornalística e a sua dimensão econômico-empresarial que, por vezes, acaba exercendo controle social na Redação. Seria a notícia assim uma distorção sistemática? Há objetividade nesse contexto?

A objetividade jornalística é um tema recorrente em discussões sobre o ofício jornalístico. Um assunto, contudo, controverso. É possível ao repórter ser objetivo? A objetividade é uma obrigação? Em voga, há a discussão da inatingibilidade da objetividade. Seria, nesse viés, impossível ao jornalista – um ser humano com crenças, ideias e ideais, povoado por uma bagagem cultural e social – ser objetivo? Afinal, ele é um sujeito e, como tal, carrega subjetividades. São muitos os tópicos que povoam esse debate e, apesar das controvérsias subjetivas, o fato é que a objetividade é um critério muito ostentado, pois geralmente está relacionado à neutralidade informativa, à isenção informacional, o que interfere diretamente na imagem do jornal, na credibilidade do veículo de comunicação, no pacto fiduciário com a audiência.

Segundo Clóvis Barros Filho, a objetividade não é uma negação da subjetividade, contudo liga-se a estratégias que creditam ao jornal uma imagem imparcial, neutra e objetiva. O uso da técnica é, pois, uma das estratégias que visam sedimentar a objetividade, logo, o lead e a pirâmide invertida são fórmulas usuais. A imparcialidade e a isenção refletem na ausência de qualificativos no texto (não são usados adjetivos, por exemplo), assim como se busca o equilíbrio da informação expondo pareceres conflituosos e mais de uma fonte (os dois lados da notícia). O uso de aspas é outra estratégia adotada na escrita jornalística, pois a aspa remete o discurso a outrem, isentando o veículo

comunicacional de eventuais complicações. É necessário ainda, nesses meandros, diferir opinião de informação, isto é, o texto opinativo é, sim, subjetivo: tem uma assinatura, posiciona-se; enquanto o texto informativo, por sua vez, deve informar simplesmente, prestando um serviço à comunidade, aos cidadãos, de forma moral, ética, deontológica.

É preciso ressaltar, assim, que dentro do jornal residem gêneros variados, variadas esferas discursivas, dentre essas se situam a esfera informacional e a opinativa. Uma notícia deve noticiar, ou seja, informar o que aconteceu (o que, quem, como, onde, quando) sem expressar julgamento ou juízo de valor, mas observando, de preferência, também causas e consequências, de modo a situar o leitor, incentivando-o a se posicionar diante do fato. É um texto, geralmente, factual. Já um artigo de opinião, por sua vez, opina, emitindo um julgamento sobre um fato, sobre um acontecimento, observando os seus prós e os seus contras. É interessante notar, inclusive, que na maioria dos veículos há um posicionamento gráfico diferente para esses textos, há uma disposição distinta dentro do jornal, ou seja, geralmente, os artigos de opinião encontram-se localizados em uma mesma página, em vez de misturado às notícias. Por vezes, o jornal busca isentar-se da opinião de seus articulistas, grafando na página que a opinião expressa nos artigos não necessariamente é a mesma do jornal. Faz-se necessário salientar, todavia, que o jornal também expressa opinião: o editorial, aliás, é um texto que representa a posição do veículo, por isso, na maioria das vezes, é revisado múltiplas vezes, além de ser escrito por quem está em um cargo de confiança dentro da empresa, afinal é o gênero que expõe o jornal, ditando seus preceitos e seu perfil.

É possível inferir, logo, que a subjetividade na informação coexiste nas redações, mas de forma camuflada. Nota-se, aliás, que mesmo a objetividade é subjetiva, relativa, conforme se observou, por exemplo, nas manchetes variadas que se teve no incidente com o filho do ex-ministro Ciro Gomes.⁴ Enquanto alguns veículos entoavam a filiação do rapaz, outros obscureciam esse fato, escrevendo uma simples notícia sobre um rapaz alcoolizado que se recusou a fazer o teste do bafômetro.

Em ambas as matérias, as perguntas do lead foram respondidas, a fórmula foi seguida, mas os critérios de relevância e hierarquização foram diferenciados, a abordagem foi diferente. Sendo assim, é notório salientar, em consonância com o texto “A Regra do Jogo”, de Cláudio Abramo, que o jornal é uma empresa e, como tal, tem regras que devem ser seguidas por seus funcionários – jornalistas. O jogo é esse. O objetivo da corporação é industrial: visa o lucro e, para isso acontecer, deve selar um pacto fiduciário com a audiência, com o telespectador que liga a TV, com o comprador do jornal que busca a verdade.

⁴ Em 24/11/2012, jornais noticiaram sob diferentes prismas o mesmo incidente, enquanto o jornal Diário do Nordeste não anunciava a filiação do rapaz envolvido no caso e trazia a manchete “ Motorista é preso ao se recusar a fazer o teste do bafômetro”; a Folha de São Paulo anunciava “Filho de Ciro Gomes é detido em Fortaleza após acidente de trânsito”.

O jornal não quer soar partidário, parcial, então, abraça a objetividade e os seus preceitos como estratégia para vender uma imagem confiável, transparente. O repórter – funcionário – busca a imparcialidade para colaborar com a perpetuação dessa imagem neutra do jornal, apelando, inclusive, à ‘cláusula de consciência’, isto é, quando acredita que a sua subjetividade (posicionamento político ou ideológico, etc.) seria partidária em determinada pauta, ele pode optar pela abstenção dessa matéria. Para vender ideias, o jornal precisa ostentar credibilidade e é isso que o mesmo intenciona quando expõe seus meios e ornamenta sua feitura com a objetividade. “Parecer ser” é valioso e gera lucro. Sendo assim, qual é a ética jornalística? O jornalista é livre para escrever sobre tudo?

Cláudio Abramo, autor de “A Regra do Jogo” é categórico e polêmico ao escrever sobre liberdade de imprensa e ética. Para o jornalista, as regras são claras e imperiosas. O jornal obedece a uma relação hierárquica que não visa o poético bem da humanidade, da sociedade, aliás, o jornal é uma empresa privada imersa a um jogo de interesses. Situado a um contexto sociopolítico, o jornal estabelece variadas relações que interferem no seu produto final: a notícia – a priori, algo que deveria, de fato, ser isento.

Nesse sentido, o que é a imprensa? É o quarto poder que vigia a sociedade, dita a já quase defasada teoria... É o cão de guarda. É o vigia da sociedade, por isso deve ter liberdade para observar os fatos e enunciar as verdades ao povo; mas quem vigia o vigia? Regulamentá-la equivaleria a uma censura, a uma castração de liberdade: é o que se argumenta em prol da liberdade de imprensa. Mas, de fato, quem é a voz da imprensa? O que se noticia é a verdade absoluta ou relativa? Qual é o recorte do fato?

Muitos receptores têm os veículos de comunicação como enunciadores da mais absoluta verdade, o que se passa no jornal é o que, de fato, aconteceu e deve ser promulgado. É observável, contudo, que muitos são os eixos prismáticos que conduzem a notícia. A confiabilidade é a máxima que os veículos de comunicação buscam projetar em si, mas cada jornal é uma empresa que tem as suas regras e os seus princípios. O jornalista é um empregado que, para Abramo, não necessita de nenhuma ética específica, aliás, a ética jornalística deve ser a mesma do cidadão comum. O autor ressalta, contudo, que, nessa profissão em específico, os preceitos éticos vinculam-se à “ética do dono”, isto implica que a empresa e o seu dono são quem ditam as regras, delimitando os limites da liberdade: o que é noticiável e o que deve ser camuflado. Em voga, o lucro regido por um jogo de favores sociais e políticos que delimitam fatos e “plantam informações”. Em consonância a essa declaração, torna-se interessante resgatar que a história do jornalismo é constituída pelas fases contestatória (quando se era contra o poder absolutista e da Igreja), partidária (quando se tomava partido, pregando-se ideias fomentadoras de opinião) e comercial (quando a informação passou a ser um bem vendido de forma industrial). A fase vigente é a comercial que busca o lucro comercial,

vendendo uma imagem transparente e isenta do jornal, o que é questionável.

Destacando registros de alguns artigos que servem de mote à reflexão do presente trabalho, anota-se que Eugênio Bucci advertiu que o jornalismo sofre de autossuficiência ética, o que é discutível, principalmente quando se observa a “liberdade de imprensa” em voga, ditada principalmente pelo jogo de interesses dos donos da empresa; Cláudio Abramo ressaltou o atual posicionamento do jornalista que se autodenomina uma nova espécie, o “Homo Informans”, o que é extremamente complicado de conceber, afinal o subjetivo pulsa e a liberdade de imprensa é mais relativa do que aparenta; e Caio Costa filosofou que o jornalista equipara-se ao pintor, mas não é um artista, todavia, um pintor de paredes. Será? E de que matizes têm-se pintado essas paredes?

O fato é que aos olhos da audiência essas paredes, por vezes, não estão bem pintadas. O que antes soava natural e não tinha repercussão; agora pode reverberar na internet e nas redes sociais. Concomitante à programação televisiva, facebookianos e twitteiros comentam e criticam, seja a novela ou a notícia do jornal. A internet é um detonador de formação de ideias. Um espaço em que se tem rapidez de informações. O mundo está na rede. Sobre o que Raquel Recuero escreve:

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. O estudo das redes sociais na Internet, assim, foca o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informações e trocas sociais que impactam essas estruturas. (RECUERO, 2009, p.24)

Em um ciberespaço em que se pode angariar visibilidade, reputação, autoridade e popularidade, as relações dependem que os atores estejam em conexão. Nesse espaço de interação, em que é possível resgatar ou mesmo sedimentar laços sociais entre quem está fisicamente distante, cria-se lugares de fala, construídos de forma a expressar elementos da personalidade dos indivíduos. Sobre esses atores, Recuero explica que são o primeiro elemento da rede social e que se trata das pessoas envolvidas na rede. Sendo partes do sistema, os mesmos atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais. A pesquisadora salienta ainda que os sites de redes sociais, por conseguinte, atuam como suporte para as interações que constituirão as redes sociais, eles não são, por si, redes sociais: isso significa que eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas são, em si, apenas sistemas. A autora ressalta que são os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes.

Segundo o livro “As Redes Sociais na Internet”, as motivações pra integrar essas redes podem ser as mais

diversas: criar um espaço pessoal; buscar interação social; compartilhar conhecimento; promover autoridade; gerar popularidade. Por esse viés, o uso das ferramentas de comunicação mediada pelo computador varia em consonância com as estratégias que têm sido utilizadas e, principalmente, com as “conexões construídas, mantidas e amplificadas no ciberespaço”. Como e o quê se tem comunicado? O que se quer no uso das diversas mídias sociais? O fato é que as redes sociais são um entrelaçamento de fluxos informacionais e, a depender da frequência e da qualidade do que se produz nessa rede, o seu uso pode reverberar na vida social. Recuero relata que os “sites de redes sociais proporcionam que os atores aumentem significativamente suas conexões sociais, conexões *off-line*”, segundo a autora, “os sites de redes sociais amplificam a expressão da rede social e a conectividade dos grupos sociais.” Os usos e a sua repercussão dependerá, pois, dos interesses em voga. Mas, afinal, o que seriam os sites de redes sociais?

Sites de redes sociais foram definidos por Boyd & Ellison (2007) como aqueles sistemas que permitem i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator. Os sites de redes sociais seriam uma categoria do grupo de *softwares sociais*, que seriam *softwares* com aplicação direta para a comunicação mediada por computador. Embora esses elementos sejam mais focados na estrutura do sistema utilizado pelos autores é, entretanto, na apropriação que reside a principal diferença apontada pelas autoras. Nesta definição, o foco da atenção dos sistemas não está mais na busca dos atores pela formação das redes sociais através de novas conexões. A grande diferença entre sites de redes sociais e outras formas de comunicação mediada pelo computador é o modo como permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line*. Assim, nessa categoria estariam os *photoblogs* (como o Flickr e o Fotolog, por exemplo); os *weblogs* (embora sua definição não seja exatamente dentro de um sistema limitado, como propõem as autoras, defenderemos que são sistemas semelhantes); as ferramentas de micromessaging atuais (como o Twitter e o Plurk), além de sistemas como o Orkut e o Facebook, mais comumente destacados na categoria. Esses sites poderiam ser enquadrados dentro de todas as categorias elencadas pelas autoras, pois possuem mecanismos de individualização (personalização, construção do eu, etc.); mostram as redes sociais de cada ator de forma pública e possibilitam que os mesmos construam interações nesses sistemas. Há, portanto, dois elementos trabalhados por Boyd e Ellison (2007) em sua definição: a *apropriação* (sistema utilizado para manter redes sociais e dar-lhes sentido) e a *estrutura* (cuja principal característica é a exposição pública da rede dos atores, que permite mais facilmente divisar a diferença entre esse tipo de site e outras formas de comunicação mediada pelo computador). A apropriação refere-se, portanto, ao uso das ferramentas pelos atores, através de interações que são expressas em um determinado tipo de site de rede social. Já a estrutura, tem um duplo aspecto: por um lado, temos a rede social expressa pelos atores em sua “lista de amigos” ou “conhecidos” ou “seguidores”. Por outro, há a rede social que está realmente viva através das trocas conversacionais dos atores, aquela que a ferramenta auxilia a manter. As conexões decorrentes das listas são normalmente associadas a um *link*, a uma adição ou a uma filiação preestabelecida pela estrutura do sistema. (RECUERO, 2009, p.102-103)

A Internet labora a difusão de informações, é, pois, uma ferramenta informacional que em, rede, tece uma inteligência coletiva. Nesse sentido, é necessário observá-la acuradamente, de modo a perceber como essa

estrutura pode interferir nas conexões sociais. Recuero, que ressalta que, nesse contexto, inserem-se a interação social, o laço social, o espaço ou território virtual, o capital social, o pertencimento e a estrutura, declara:

Outro elemento que é característico das redes sociais na Internet é sua capacidade de difundir informações através das conexões existentes entre os atores. Essa capacidade alterou de forma significativa os fluxos de informação dentro da própria rede. O surgimento da Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais. (RECUERO, 2009, p.116)

Nessa perspectiva, a virtualidade é uma instância do mundo material e, o fato, é que as redes sociais mexeram com o mercado em questão. Qual é o papel do jornalismo ante a esse novo contexto informativo? Comunicar com transparência seria a resposta mais simples. Contudo, ante a cerceada liberdade que o jornalismo tem, como já pontuado nesse artigo, percebe-se que essa atividade enfrenta entraves na contemporaneidade. Aliás, a ideologia, os valores e as crenças do profissional jornalista, por vezes, estão à mercê da linha editorial da empresa para a qual trabalha, com o que ele tem que compactuar enquanto funcionário. Todavia, vale notar que, nesses meandros cibernéticos, o cidadão idealista que busca a denúncia encontra amparo nos veículos alternativos e nas mídias radicais, que se tornam mais acessíveis na internet que, por vezes, potencializa a produção de conteúdos diferenciados.

Hoje, o jornalismo passa por uma “midiamorfosis” que, dentre demais veredas, engloba a progressiva digitalização, a descentralização da produção, a produção para múltiplas plataformas, o predomínio das comunicações móveis e a atualização contínua dos conteúdos. Em um tempo em que a interatividade, por vezes, interfere na produção de conteúdos, a mídia convencional já não está situada em um pedestal hegemônico. A emergência da cibercultura, aliás, modificou a comunicação, promovendo debates como a inclusão digital e o conhecimento livre. Há em vigência o design colaborativo de ideias em tempo real, o que modifica o padrão informacional que existia, pois as propriedades das redes aliadas aos elementos de conexão, aceleram a informação. As redes são, pois, sistemas dinâmicos.

Os processos dinâmicos das redes são, aliás, consequência dos processos de interação entre os atores. Vale ressaltar, então, que, na rede cibernética, há uma multiplicidade de identidades, uma mescla de tribos que tem desejos comunicacionais variados. Em voga, um ciberespaço em que, geralmente, tende-se ao narcisismo, à implicação do “parecer ser”. Discernir as aparências em um mundo virtual é algo complexo: afinal, o que é falso e o que é verdadeiro, nessa perspectiva? Difícil conceber.

Ante à bombardeante gama de fatos e de notas que se chega nas redes sociais, é preciso filtrar as informações. Logo, se, atualmente, o jornalista não tem mais o monopólio da informação, o poder do “furo”, contudo, como comunicador social deve filtrar os conteúdos, buscando a credibilidade que a sua profissão exige. Apurar o fato e lapidar a notícia seria, assim, a função do jornalista nesse mundo globalizado que transborda informação. Comunicar com credibilidade. Mas será que isso tem acontecido?

A internet tem o mecanismo de resposta, o que promove múltiplas interações. Na cibernética realidade artificial, há o aceite e a descartabilidade, assim como a instantânea troca de informações. Anônimos produzem e podem ser notícia. Nesse contexto, o que fica do entendimento das coisas? O resíduo? A reinvenção, provavelmente. A presente geração encontra-se em outro patamar midiático, afinal, hoje, a inteligência é colaborativa. Os atores das redes sociais produzem conteúdo e não simplesmente aceitam o que as mídias convencionais geram. Em voga, predomina o poder de reação que provoca a vontade de reconstituir o mundo: isso se tornou nítido com as recentes manifestações que reverberaram através das redes sociais, envolvendo todo o país. É notório que, inicialmente, houve a crítica ao movimento por parte das emissoras massivas e depois, ante à continuidade dos protestos, ocorreu uma mudança de discurso jornalístico que passou a “apoiar” os manifestos. Nota-se, assim, a capacidade de mobilização que se projetou através das redes e dos seus atores sociais que transpuseram o chamado “ativismo de sofá”, usando potencialmente as ferramentas dessa cultura pós-moderna para se comunicar e provocar processos globais da mente coletiva.

Nesse contexto, entre as possíveis críticas que se poderia engendrar à internet – o que pode instigar a escrita de um artigo posterior – é preciso notar que a rede cibernética e as suas redes sociais têm recriado as formas de se comunicar, incitando grupos de pertencimento e lançando um ácido olhar à rede midiática existente. A rede tem enredado a rede. Essa rede jornalística, subjetiva em sua transparência e em seu equilíbrio, já não é vista como verdade absoluta. No atrito, tem-se questionado as ideias. Adeptos das redes sociais têm sido encorpados ao sentimento de pertencimento: o povo tem agido socialmente, criando manifestos contra a política, contra a corrupção e contra a forma de noticiar da mídia. Entoando “Ei, Globo, o povo não é bobo!” e “Ei, Imprensa: a gente ainda pensa!”, as formas de perceber e de reconhecer o mundo alteraram-se. As formas de produzir e de reverberar a informação não estão mais monopolizadas. Pelo menos, não na rede.

Referências bibliográficas

ABRAMO, Cláudio. **A Regra do Jogo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988

BARROS FILHO, Clóvis; MARTINO, Luiz S. M. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003

- BELTRÃO, Luiz. **Introdução à filosofia do jornalismo**. 2.ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; COMARTE, 1992. (Clássicos do jornalismo brasileiro; 5)
- BREED, Warren. **O controle social na redação**. In TRAQUINA, Néelson (org.) *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 1993.
- BUCCI, E. **A imprensa e a fala do Poder**. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 12 fev. 2009a. p.A2.
- BUCCI, E. **Quando só a imprensa leva a culpa (mesmo sem tê-la)**. *Estud. av.*, vol.23, no.67, São Paulo, 2009.
- COSTA, Caio Túlio. **Jornalismo como representação da representação: implicações éticas no campo da produção da informação**. *Libero*, São Paulo, v. 12, n. 23, p. 29-41, jun. de 2009.
- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). **Comunicação e Política. Conceitos e Abordagens**. São Paulo: Unesp, 2004.
- SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis. Insular. 2004.
- WHITE, David. **"O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias"**. In TRAQUINA, Néelson (org.) *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 1993.
- ZELIZER, Barbie. **Taking journalism seriously**. London. Pinguin. 2005.