

ORGANIZADORA
ANA TAÍS MARTINS

INFOCOMUNICAÇÃO

MEIO AMBIENTE

TRAJETÓRIAS FRONTEIRAS

METODOLOGIA DE PESQUISA
EM COMUNICAÇÃO

CORPORALIDADES temas, PERSONA
heurísticas,

RADIOJORNALISMO objetos IMAGNÁRIO

TEMPORALIDADE

SÃO PAULO • 2021 •



Copyright © Pimenta Cultural, alguns direitos reservados.

Copyright do texto © 2021 os autores e as autoras.

Copyright da edição © 2021 Pimenta Cultural.

Esta obra é licenciada por uma Licença Creative Commons: Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional - CC BY-NC (CC BY-NC-ND). Os termos desta licença estão disponíveis em: <<https://creativecommons.org/licenses/>>. Direitos para esta edição cedidos à Pimenta Cultural. O conteúdo publicado não representa a posição oficial da Pimenta Cultural.

CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO

Doutores e Doutoradas

| | |
|--|---|
| Airton Carlos Batistela <i>Universidade Católica do Paraná, Brasil</i> | Breno de Oliveira Ferreira <i>Universidade Federal do Amazonas, Brasil</i> |
| Alaim Souza Neto <i>Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil</i> | Carla Wanessa Caffagni <i>Universidade de São Paulo, Brasil</i> |
| Alessandra Regina Müller Germani <i>Universidade Federal de Santa Maria, Brasil</i> | Carlos Adriano Martins <i>Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil</i> |
| Alexandre Antonio Timbano <i>Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil</i> | Caroline Chioquetta Lorenset <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i> |
| Alexandre Silva Santos Filho <i>Universidade Federal de Goiás, Brasil</i> | Cláudia Samuel Kessler <i>Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil</i> |
| Aline Daiane Nunes Mascarenhas <i>Universidade Estadual da Bahia, Brasil</i> | Daniel Nascimento e Silva <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i> |
| Aline Pires de Moraes <i>Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil</i> | Daniela Susana Segre Guertzenstein <i>Universidade de São Paulo, Brasil</i> |
| Aline Wendpap Nunes de Siqueira <i>Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil</i> | Danielle Aparecida Nascimento dos Santos <i>Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil</i> |
| Ana Carolina Machado Ferrari <i>Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil</i> | Delton Aparecido Felipe <i>Universidade Estadual de Maringá, Brasil</i> |
| Andre Luiz Alvarenga de Souza <i>Emill Brunner World University, Estados Unidos</i> | Dorama de Miranda Carvalho <i>Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil</i> |
| Andreza Regina Lopes da Silva <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i> | Doris Roncareli <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i> |
| Antonio Henrique Coutelo de Moraes <i>Universidade Católica de Pernambuco, Brasil</i> | Elena Maria Mallmann <i>Universidade Federal de Santa Maria, Brasil</i> |
| Arthur Vianna Ferreira <i>Universidade Católica de São Paulo, Brasil</i> | Emanoel Cesar Pires Assis <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i> |
| Bárbara Amaral da Silva <i>Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil</i> | Erika Viviane Costa Vieira <i>Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil</i> |
| Beatriz Braga Bezerra <i>Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil</i> | Everly Pegoraro <i>Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil</i> |
| Bernadette Beber <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i> | Fábio Santos de Andrade <i>Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil</i> |

Direção editorial Patricia Biegging
Raul Inácio Busarello
Diretor de sistemas Marcelo Eyng
Diretor de criação Raul Inácio Busarello
Assistente de arte Lígia Andrade Machado
Imagens da capa Pikisuperstar - Freepik.com
Editora executiva Patricia Biegging
Assistente editorial Peter Valmorbidia
Revisão Autores(as)
Organizadora Ana Taís Martins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T768 Trajetórias de pesquisa em comunicação: temas, heurísticas, objetos. Ana Taís Martins - organizadora. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021. 268p..

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-65-5939-083-0 (brochura)
978-65-5939-084-7 (eBook)

1. Comunicação. 2. Imaginário. 3. Semiótica. 4. Recepção.
5. Jornalismo. I. Martins, Ana Taís. II. Título.

CDU: 659

CDD: 652

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.847

PIMENTA CULTURAL

São Paulo - SP

Telefone: +55 (11) 96766 2200

livro@pimentacultural.com

www.pimentacultural.com



2 0 2 1

8

Virginia Pradelina da Silveira Fonseca
Taís Seibt
Ana Paula Lückman
Vivian Augustin Eichler
Lívia Guilhermano

A CONSTRUÇÃO DE 'TIPOS IDEAIS' NOS ESTUDOS DE JORNALISMO: um exercício de periodização da fase contemporânea

INTRODUÇÃO⁵⁹

A definição de jornalismo é uma tarefa teoricamente difícil e complexa, de maneira geral, porque os conceitos são marcados por concepções teóricas e vieses que dificilmente dão conta da prática social em todos os seus aspectos. Ora é tomado como profissão, ora como instituição, ora como um modo de representação da realidade, como um discurso, uma narrativa, como a arte de “contar histórias” ou mesmo como história do tempo presente, entre outras possibilidades.

Numa visão poética, Traquina (2004) lembra que jornalismo pode ser compreendido como a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia; observa, no entanto, que se perguntassem aos jornalistas, eles responderiam prontamente que jornalismo é a realidade. O autor afirma então que, por isso, não é possível reduzi-lo ao domínio técnico de uma linguagem e seus formatos; que não é possível responder à pergunta “o que é jornalismo” em uma frase ou até mesmo em um livro. Ainda assim, a partir de um viés profissional, diz que “os jornalistas são os modernos contadores de ‘estórias’ da sociedade contemporânea, parte de uma tradição mais longa de contar ‘estórias’” (TRAQUINA, 2004, p. 21).

Definições desse tipo, no entanto, não resolvem a questão, porque o sentido do termo está condicionado a sistemas políticos e regimes de governo, a sistemas de comunicação, a formas de organização institucional, a finalidades e a valores. Conceituar jornalismo como a arte de contar histórias parece-nos reducionista, apesar de a analogia ser pertinente a alguns gêneros em que a habilidade para contar “estórias” tem de ser parte da *expertise* profissional, como em algumas reportagens (histórias de interesse humano, por exemplo).

59 Uma versão deste texto foi publicada anteriormente na revista *Líbero*, Ano XXII, Nº 46, Jul/Dez 2020.

Contemporaneamente, poder-se-ia dizer que o jornalismo é muito mais um relato e uma interpretação da realidade considerada socialmente relevante do que uma vocação para contar histórias, definição que remete a um determinado estilo de texto e não ao conjunto de conteúdos e às suas finalidades ou funções institucionais.

Sem maior problematização do tema, que não é objetivo deste artigo, assume-se, por ora, a concepção de Charron e Bonville (2016), para quem o termo jornalismo tem sentido amplo, que remete à palavra “jornal”, ela própria compreendida num sentido genérico e atemporal. Os autores o definem a partir de dois traços essenciais: o de uma prática discursiva sobre objetos reais de interesse público tal como ela se manifesta nos jornais desde que eles existem e o de uma prática interdiscursiva, no sentido de que é o encontro em um mesmo suporte material (primeiramente o jornal e mais tarde outros tipos de mídia) de diversos discursos e de várias fontes de discurso. Eles afirmam que essas dimensões essenciais estão presentes desde o começo da imprensa e que seriam suficientes para definir o jornalismo como “[...] prática de produção, de coleta e de formatação, num jornal ou outra mídia, de discursos relativos a objetos reais de interesse público” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 32). Segundo eles, o caráter profissional ou especializado dessa prática seria, assim, um traço mais contingente do que essencial. O sentido contemporâneo do termo resultaria, portanto, da especificação progressiva de práticas antigas.

Teoricamente, e de forma coerente com a perspectiva weberiana desta reflexão, circunscreve-se a concepção de jornalismo dos autores canadenses ao conceito de ação social⁶⁰ - uma ação social do tipo

60 Para Max Weber, a ação social é o objeto da sociologia, ciência cuja finalidade seria compreendê-la interpretativamente e explicá-la em seu curso e em seus efeitos. Para o autor, ação social significa uma ação que, quanto ao sentido visado pelo agente, se refere ao comportamento de outros, orientando-se por este em seu curso (WEBER, 2014, p. 3). O conceito é, assim, um dos mais importantes da chamada sociologia compreensiva.

racional quanto a finalidades e racional quanto a valores⁶¹, nos termos definidos por Max Weber (2014).

Isto considerado, parte-se do pressuposto de que uma grande pluralidade de ações configura o jornalismo contemporâneo. Tem-se desde empresas tradicionais, em geral vinculadas a grandes grupos de mídia (e nem sempre só de mídia), que seguem as lógicas inerentes ao mercado capitalista e visam ao lucro, até iniciativas sem fins lucrativos, projetos comunitários ou independentes, financiados de forma alternativa e que atendem a objetivos variados. Identificar, sistematizar e tentar compreender essa pluralidade de ações sociais que podem ser definidas como jornalismo parece-nos uma tarefa tão importante quanto complexa.

No entanto, para se ter uma visão geral, acredita-se útil o recurso de construção de tipos ideais, os “tipos puros” concebidos por Max Weber para apreender o sentido das ações sociais. Por isso, na seção a seguir faz-se uma discussão de ordem conceitual e uma breve revisão de autores e obras que, de alguma forma, filiam-se à perspectiva do sociólogo alemão, seguida de um exercício de tipologia que nos permite compreender comparativamente algumas configurações dessa ação social na contemporaneidade.

TIPOS IDEAIS

Para Max Weber, que viveu em período histórico de profundas transformações na Europa⁶², a compreensão das ações sociais seria

61 Max Weber (2014) classifica as ações sociais em quatro “tipos puros”: ação racional referente a fins, ação racional referente a valores, ação tradicional e ação afetiva. Para melhor compreensão do jornalismo como ação social racional conforme os fins e conforme os valores, ver Fonseca (2016) e Fonseca e Seibt (2015).

62 O autor nasceu em 1864 em Erfurt, Turingia, e morreu em 1920, em Munique, Alemanha. É considerado um dos fundadores da Sociologia como disciplina científica, ao lado de Karl Marx e Émile Durkheim.

possível mediante a observação das regularidades que se expressam na forma de usos, de costumes ou de situações de interesse. A explicação sociológica visaria, assim, compreender o sentido, o desenvolvimento e os efeitos da conduta de um ou mais indivíduos em relação à do outro, ou seja, compreender o seu caráter social. Por essa ótica, a sociologia se aproximaria da semiótica, na tentativa de entender os significados e os sentidos associados aos signos. Como explica Kuschik (2006), a atividade sociológica consistiria na interpretação das ações dos indivíduos na sociedade.

Para compreender essas ações e seus significados, Max Weber construiu um modelo de desenvolvimento da conduta racional: os tipos ideais, ou tipos puros, uma estratégia teórico-metodológica que permitiria interpretar conexões de sentido na análise das condutas (ação social) tipificando-as, construindo modelos em relação aos quais se pode observar eventuais desvios. O tipo ideal é, pois, um método, um instrumento de análise que permite a criação de tipologias puras. É um recurso baseado em conceitos.

É muito importante observar que uma das suas características é que o modelo construído não corresponde à realidade, embora contribua para a sua compreensão. Ao delineá-lo, o próprio autor adverte que, “[...] precisamente por isso, talvez sejam tão pouco frequentes na realidade quanto uma reação física calculada sob o pressuposto de um espaço absolutamente vazio” (WEBER, 2014, p. 12). Trata-se de um conceito teórico, abstrato, racional, criado com base nas escolhas pessoais daquele que analisa (realidade-indução), que serve como um guia na variedade de fenômenos que ocorrem na realidade. É, assim, uma forma de compreender a realidade sem de fato corresponder a ela, já que a realidade não é alcançável em sua totalidade pelo cientista, como explica Guiddens.

No mundo real, os tipos raramente, ou nunca, existem – muitas vezes apenas alguns dos seus atributos estão presentes. Todavia, essas construções hipotéticas podem ser muito proveitosas, pois é possível entender qualquer situação do mundo real comparando-a com um tipo ideal. Dessa forma, os tipos ideais servem como um ponto de referência fixo (GIDDENS, 2012, p. 29).

O sociólogo inglês anota ainda a importância de se mostrar que, com o tipo “ideal”, Max Weber não pretendia dizer que a concepção era um objetivo perfeito ou desejável. “Ao invés disso, [...] queria dizer que era uma forma ‘pura’ de um certo fenômeno” (GIDDENS, 2012, p. 29).

A utilização do método weberiano nos estudos sobre jornalismo não é propriamente uma novidade. Sua apropriação por pesquisadores que fazem uma história do jornalismo é ampla e diversificada, com destaque para duas dentre muitas na historiografia - a de Paul Veyne e a de Paul Ricoeur. Os dois trabalhos são muito distintos, mas mencioná-los serve para evidenciar que a contribuição do método à História oferece muitas possibilidades. Já no campo específico do Jornalismo, o pioneiro é um discípulo direto de Max Weber. Otto Groth foi aluno do sociólogo e empenhou sua vida na construção de uma *Jornalística*, uma Ciência dos Jornais que desenvolvesse uma forma própria de contemplação do seu objeto de estudo – os jornais. Sua obra, parte dela publicada somente depois de sua morte, em 1965, é fortemente influenciada pelas concepções teóricas e metodológicas de seu mestre. Como observado por Genro Filho, Groth definiu claramente o objeto sobre o qual erigiu sua teoria:

[...] Seu método de análise – ao contrário do que afirmam alguns pesquisadores – não é funcionalista, mas tipicamente weberiano. Os periódicos, para ele, são uma obra cultural produzida por sujeitos humanos, dotados de finalidades conscientes, como parte da totalidade das criações humanas (GENRO FILHO, 1989, p. 20).

Relacionando jornalismo e essa perspectiva teórico-metodológica, encontra-se também Cornu (1994), jornalista e pesquisador suíço que, em obra de grande densidade, aborda questões éticas e deontológicas do campo profissional. No extenso capítulo em que discorre sobre a subjetividade do jornalista e a verdade da informação, o autor invoca Weber e sua tipologia da interpretação, baseada na constatação de que os fatos não têm sentido em si mesmos: a interpretação causal, a interpretação axiológica e a interpretação compreensiva.

Mais recentemente, destaca-se de modo especial o trabalho de Charron e Bonville (2016), pesquisadores canadenses que, para analisar as mutações do jornalismo ao longo do tempo, recorrem aos tipos ideais para construir modelos de jornalismo predominantes em cada período histórico. Os autores partem da hipótese geral de que a história do jornalismo é constituída de períodos de relativa estabilidade, pontuada por fases de transformações profundas. E afirmam que, do surgimento da imprensa na América do Norte até os dias atuais, é possível identificar pelo menos quatro períodos, “[...] cada um deles caracterizado por um modo específico e singular de conceber e praticar o jornalismo ([...] paradigma jornalístico)” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 28). Argumentam que, a cada tipo de organização que aparece na história, desde os primeiros jornais, corresponderia um tipo de jornalismo “funcional” porque mais bem adaptado às circunstâncias. Para circunscrever, comparar e caracterizar as épocas de estabilidade e as de mutações, adotam o método weberiano, assim justificado:

Na falta de poder descrever uma realidade de maneira exaustiva, Weber sugere substituir essa descrição por um tipo ideal, [...], por uma representação abstrata dessa realidade com apenas alguns traços julgados típicos ou característicos pelo pesquisador. [...]. É difícil imaginar, [...], uma sociologia histórica que não apele aos tipos ideais (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 36-37).

Com esse recurso, dividem a história do jornalismo na América do Norte em quatro períodos, aos quais corresponderiam modelos

que funcionariam como paradigmas. Esses modelos são por eles nomeados de “jornalismo de transmissão” (século XVII), “jornalismo de opinião” (século XIX), “jornalismo de informação” (final do século XIX e primeira metade do século XX) e “jornalismo de comunicação” (a partir da segunda metade do século XX).

Ao justificar a escolha do método, os pesquisadores reiteram a observação de Giddens (2012), mencionada anteriormente: a de que – como todas as distinções clássicas (tradição x modernidade, comunidade x sociedade, sociedade industrial x pós-industrial) – os modelos são tipos ideais, representações depuradas, simplificadas e coerentes de fenômenos, objetos ou processos cuja complexidade excede as capacidades analíticas do investigador, mas que, reduzidas às suas dimensões essenciais, tornam-se inteligíveis. “O tipo ideal subsume em um tipo puro um grande número de situações concretas infinitamente complexas e variadas, nenhuma delas correspondendo perfeitamente ao modelo teórico” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 37).

Com isso, advertem para o risco de mal-entendidos: “quando o pesquisador – e mais ainda o seu público – correm o risco, no uso desse conceito, de se esquecerem de que se trata de um modelo, e passam a ver nele uma realidade” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 40). Assim, o tipo puro não é uma descrição da realidade, insistem, uma vez que o quadro que desenha não tem a pretensão de uma perfeita conformidade com o real, mas é um conjunto de proposições que servem de guia para a sua observação e para a formulação de hipóteses.

Também no Brasil o método weberiano tem tradição nos estudos de jornalismo desde os anos 1970, pelo menos, quando o pesquisador Wilson da Costa Bueno defendeu sua dissertação de mestrado na Universidade de São Paulo. Filiado a essa perspectiva, o autor fez a caracterização de um objeto-modelo conceitual para analisar a dicotomia entre imprensa artesanal e imprensa industrial (tipos puros).

O estudo (BUENO, 1977) teve repercussão nas décadas seguintes, sobretudo no desenvolvimento de pesquisas sobre gêneros e formatos jornalísticos e sobre a seleção das notícias. Desde então, muitas outras apropriações foram realizadas.

Investigações mais recentes reiteram a influência de Weber no campo acadêmico, como a de Santos (2017), que invoca o conceito de vocação⁶³ para uma reflexão sobre o lugar do jornalista e a sua importância em estudo sociológico da imprensa inspirado na epistemologia do autor. No artigo, a autora discute as qualidades e os atributos relacionados pelo próprio sociólogo ao jornalista a partir de uma perspectiva política e os confronta com os atributos requeridos aos profissionais da atualidade. Brixius e Kalsing (2018), por sua vez, recuperam a tipologia das ações sociais do sociólogo para, a exemplo do que já haviam feito Fonseca e Seibt (2015), circunscrever o jornalismo à condição de ação social racional conforme os fins e ação social racional conforme os meios.

É por essa razão que, inspiradas nessas pesquisas e na convicção da pertinência do método da sociologia compreensiva, na seção a seguir fazemos um primeiro exercício com a finalidade de construir uma tipologia que permita visualizar e, na medida do possível, compreender as configurações contemporâneas do jornalismo.

ENSAIO DE UMA TIPOLOGIA

A ideia inicial é sugerir uma tipologia distinta daquela compreendida por Charron e Bonville (2016), sem a pretensão de negá-la ou superá-la, obviamente, mas visando a uma outra possibilidade de

63 Max Weber utilizou o termo vocação para se referir ao político moderno, que desempenhava suas atividades também no âmbito da imprensa, em palestra realizada na Universidade de Munique em 1919.

compreensão das distintas fases do jornalismo nas últimas décadas. Os pesquisadores canadenses constroem sua tipologia a partir das suas características discursivas. Neste exercício, diferentemente, propomos uma classificação que toma por base as estruturas tecnológicas sobre as quais se desenvolvem as práticas jornalísticas. Elege-se como critério de observação as condições existentes no final do século XX e as primeiras décadas do século XXI na maioria dos países capitalistas de democracia liberal, contexto em que se insere o Brasil, mesmo que na condição de participante periférico do sistema global.

Deixando-se de lado os períodos anteriores, por necessidade de delimitação, acredita-se que, levando em conta as estruturas tecnológicas de que dispõe, a história do jornalismo pode ser dividida em dois grandes períodos⁶⁴: a) do jornalismo industrial; b) do jornalismo pós-industrial. A cada um deles, corresponde um modelo de jornalismo (tipos ideais).

Os títulos com que se nomeiam esses dois modelos, assim como sua caracterização, são inspirados no relatório de Anderson, Bell e Shirky, feito em 2012 na *Columbia School of Journalism*, e no relatório posterior de Bell e Owen (2017), também da *Columbia University*⁶⁵.

JORNALISMO INDUSTRIAL (SÉCULO XX)

Mesmo que a estrutura empresarial e a produção de jornais visando ao lucro remonte ao século XIX, nos Estados Unidos,

64 O período a que nos referimos não tem limites precisos, mas pode-se pensar como o interstício que começa na década de 1990 e chega aos dias atuais, abrangendo as fases pré e pós desenvolvimento comercial da internet.

65 Tem-se consciência de que o termo pós-industrial é considerado impreciso não só pelos críticos do referido relatório como na sociologia e na economia política de uma forma geral, e que se encontram elementos do industrial no pós-industrial e vice-versa. Os parâmetros que elegemos, no entanto, são arbitrários e podem ser questionados, mas os consideramos válidos para este exercício. Em outro momento, deve-se retomar a discussão quanto à pertinência do conceito.

pode-se afirmar que em países de capitalismo tardio e periférico, como o Brasil, esse modelo será implantado plenamente somente no século XX, mais particularmente na sua segunda metade⁶⁶. É a partir de 1950 que as empresas jornalísticas brasileiras passam por processos de “modernização” e adotam o modo anglo-saxão de produzir notícias, privilegiando o relato em detrimento da opinião. Nas rotinas, isso implica o planejamento gráfico, a concepção de capa, a pirâmide invertida, o *lead* - estratégias e técnicas que assegurariam a objetividade jornalística. Também é a partir desse período que se expandem os parques gráficos e suas novas máquinas, capazes de aumentar exponencialmente a quantidade e a qualidade de impressão de jornais e revistas.

À medida que o modelo se consolida, cresce a influência dos novos meios, como o rádio e a televisão, que também abrem espaço nas suas grades de programação para as informações de caráter jornalístico. A produção e a distribuição das notícias se fazem, então, em torno de rotativas e torres de transmissão, ou seja, de uma estrutura industrial.

A máquina impressora precedeu não só o rádio e o cinema, mas também o motor a vapor e o telégrafo. A estrutura profissional de repórteres, editores, publishers e, mais tarde, ilustradores, diagramadores, checadores e todo o resto do aparato utilizado na produção de um jornal foram erguidos em torno de – ou literalmente ‘sobre’ as – gigantescas máquinas que aplicavam a tinta ao papel (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 72).

Como anotam os autores, a simplicidade dos meios tradicionais de comunicação nessa fase decorre da clareza garantida pela divisão quase total de papéis entre profissionais e amadores. Repórteres e editores são a fonte das notícias. São eles que concebem e decidem

⁶⁶ Também no Brasil se podem encontrar experiências empresariais no século XIX, como A Província de São Paulo (hoje O Estado de S. Paulo), o Jornal do Brasil e o Correio do Povo, mas esse modo de organização só vai se expandir e consolidar ao longo do século XX.

quando o produto está pronto para consumo, e nessa hora o difundem. Segundo os pesquisadores, as instituições estabelecidas são vistas como uma série de gargalos de produção controlados e operados por empresas de comunicação, que obtêm receitas junto ao público e a anunciantes.

Nesse modelo, as instituições jornalísticas têm alto grau de controle sobre o que é divulgado. Para imprimir e distribuir um jornal diário, há necessidade de equipe grande e qualificada. A concorrência é limitada por esse tipo de custo e dificuldade, assim como pelo alcance geográfico de sistemas de transmissão e transporte. Estruturas profissionais completas são montadas por um pequeno número de grandes organizações com recursos suficientes para criar e distribuir notícias (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013).

Essa forma de organização aprofunda-se nas empresas brasileiras a partir do final dos anos 1960 com a introdução não apenas das técnicas, que vinham sendo adotadas desde a década anterior, mas principalmente pela adoção da lógica inerente àquela etapa do capitalismo. Nesse momento ocorre uma inversão na relação jornal-empresa, como afirma Taschner (1992), e a empresa se torna mais importante que o jornal. Está-se falando agora não mais de estruturas montadas para dar viabilidade e racionalidade econômica a jornais, mas de conglomerados industriais para quem o jornal é apenas mais um produto que, como a notícia, torna-se plenamente mercadoria.

O modo de estruturação da produção e do trabalho é do tipo fordista: cada trabalhador executa uma função na qual é especializado. Numa redação organizada à semelhança de uma linha de montagem, as funções jornalísticas são bem delimitadas: pauteiro, repórter, redator, chefe de reportagem, secretário de redação, diagramador, editor, fotógrafo, etc. Seguindo a mesma lógica, o jornal, mesmo que apresente conteúdos divididos por temas (política, economia, esportes, polícia) e até mesmo cadernos específicos (como os destinados à

cultura), é produzido massivamente para consumo também massivo (FONSECA, 2008).

Esse tipo de estrutura, com essa organização, forma de produção, de distribuição e de consumo encontra seus limites no final do século XX, quando a internet e novas tecnologias de comunicação e informação entram em cena junto com a reestruturação mundial do capitalismo, que atinge o apogeu da sua fase monopólica, confrontando os “princípios organizadores da produção jornalística vigentes desde o século 17”, asseguram Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 73).

De acordo com os pesquisadores da Columbia Journalism School, a chegada da internet não trouxe um novo ator para o ecossistema jornalístico⁶⁷.

Trouxe um novo ecossistema – nem mais, nem menos. Com ele, o anunciante pode chegar ao consumidor diretamente, sem pagar nenhum pedágio – [...]. O amador pode ser um repórter ‘na acepção do termo’ (‘reportador’) (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 73).

As transformações que ocorrem a partir da segunda metade da década de 1990, particularmente, são de tal magnitude que representam um momento de mudança paradigmática no jornalismo (alguns autores chegam a afirmar que são de magnitude semelhante às provocadas pelo surgimento da imprensa no século XV). As mutações que se seguem a partir daí configuram o que se está chamando neste texto de um novo modelo, expresso no tipo ideal que se nomeia, provisoriamente e com base na definição de Anderson, Bell e Shirky (2013), de jornalismo pós-industrial.

67 Para os pesquisadores, falar em ecossistema jornalístico significa admitir que nenhuma organização de imprensa, hoje ou no passado, foi senhora absoluta do próprio destino. “Relações em outras partes do ecossistema definem o contexto de toda e qualquer organização; mudanças no ecossistema alteram esse contexto” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 72).

JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL (SÉC. XXI)

Como se sabe, e conforme registra o relatório, as mudanças que ocorreram a partir da última década do século XX foram muitas e profundas:

A transição para a produção e a distribuição digital de informação alterou de forma tão drástica a relação entre meios de comunicação e cidadãos que 'seguir como sempre' nunca foi uma opção - e, para a maioria da imprensa bancada por publicidade, nunca houve saída que não envolvesse uma dolorosa reestruturação (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 73).

Com isso, asseguram os autores, as normas culturais do século XX se foram, e o ecossistema que produzia tais efeitos também. Por essa razão, sugere-se a hipótese de que este seja um momento pré-paradigmático – de transição do modelo industrial para o pós-industrial, que poderia ser chamado de jornalismo em rede, inspirando-se na concepção de sociedade em rede, de Manuel Castells (2000a, 2015), ou de jornalismo de verificação, como propõe Seibt (2019).

Anderson, Bell e Shirky (2013) propõem como ponto de partida para essa descrição o reconhecimento de que as organizações jornalísticas já não possuem o controle da notícia, da informação, como se supunha que tinham, e que o grau maior de defesa do interesse público por cidadãos, governos, empresas e até redes com elos fracos é uma mudança permanente, à qual as organizações jornalísticas teriam de se adaptar. No relatório, os pesquisadores citam vários exemplos em que as primeiras informações sobre acontecimentos relevantes não partiram da imprensa tradicional, mas de cidadãos presentes nos locais dos acontecimentos munidos de dispositivos móveis com câmeras fotográficas, filmadoras e conexão digital (Occupy Wall Street, por exemplo). Por essa razão, afirmam que pensar no jornalismo como ecossistema é um bom começo e contribui para rever o papel que as instituições jornalísticas exercem, ou podem exercer.

A única razão para falarmos de algo tão abstrato quanto um ecossistema jornalístico é como meio de entender o que mudou. A mais recente e importante transformação foi, obviamente, a disseminação da internet, que conecta computadores e telefones a uma rede global, social, onipresente e barata. Em se tratando de novos recursos, a capacidade de qualquer cidadão conectado de produzir, copiar, modificar, compartilhar e discutir conteúdo digital é um assombro, e derruba muitas das velhas verdades sobre a imprensa e a mídia em geral (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 70).

Os autores apontam que uma característica marcante dessa nova configuração é o fato de as atividades básicas das organizações jornalísticas – apuração de informações, produção do material jornalístico e publicação – estarem sendo modificadas por novas formas de participação de indivíduos, grupos e máquinas, que são os “entes” do novo ecossistema. O poder dos indivíduos consiste na possibilidade de publicar e disseminar informações por meio das mídias sociais; o das massas reside na ampliação do espaço, agora virtual, para conversa em grupo sobre qualquer assunto; e o das máquinas se dá em função da explosão de dados e métodos de análise, que abre perspectivas inéditas nesse campo.

No cenário que projetaram para 2020, Anderson, Bell e Shirky ressaltam que o jornalista profissional tende a se deslocar para um ponto mais acima na cadeia editorial. O jornalista “[...] 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 produzida pelo público” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 43).

O contínuo enfraquecimento daquilo que constitui uma organização jornalística, bem como da noção de notícia, é vislumbrado pelos autores como uma possível mudança no ecossistema do jornalismo pós-industrial. Nesse cenário, os pesquisadores apontam as mídias sociais, em especial o Facebook, como um elemento que

traz novas questões, já que elas são cruciais nesse ecossistema, mas não são propriamente organizações jornalísticas estruturadas.

A forma como as mídias sociais e plataformas de busca, como Google, influenciam o jornalismo foi tema central de outro relatório da Columbia Journalism University, lançado em 2017, no qual os pesquisadores dão um passo adiante na descrição da sua configuração pós-industrial. No documento⁶⁸, Emily Bell e Taylor Owen sustentam que a emergência e consolidação das plataformas de mídias sociais provocaram mais impacto no jornalismo do que a mudança do impresso para o digital.

Para os autores, empresas como Facebook, Snapchat, Twitter e Google transpuseram sua função original distributiva e agora agem como novos *gatekeepers*, controlando, por meio dos algoritmos, tudo o que o público lê e vê. A questão central do relatório é que as funções de hospedagem, distribuição e monetização dos conteúdos passou para as mãos das plataformas, e essa migração deu a elas o poder de conformar os conteúdos jornalísticos. Segundo os pesquisadores, são essas mídias sociais que ditam o formato e o tom que o jornalismo pode ter (BELL; OWEN, 2017).

As transformações pelas quais o jornalismo passou nos últimos 20 anos impactaram visceralmente seus modelos de negócio e distribuição: a mudança do analógico para o digital foi seguida rapidamente pela emergência das mídias sociais e pelo domínio da tecnologia móvel. Com isso, as grandes empresas de tecnologia passaram a dominar o mercado e forçaram o jornalismo a repensar processos e estruturas. Bell e Owen afirmam que todas as redações são afetadas pelo que chamam de “força gravitacional” das grandes

68 O relatório “The platform press: how Silicon Valley reengineered journalism” foi produzido ao longo de 12 meses pelos pesquisadores do Tow Center for Digital Journalism da Columbia Journalism University. Os dados foram coletados por meio de 70 entrevistas, análises de conteúdos e mesas redondas realizadas com editores, acadêmicos e gestores de mídias sociais de organizações noticiosas.

empresas de tecnologia, cujas decisões ditam as estratégias das organizações noticiosas.

Se o público mudou para os dispositivos móveis e as mídias sociais tornaram-se uma espécie de mediador entre o conteúdo produzido e o público, as empresas jornalísticas enfrentam os desafios de entender como alcançar esse público, como mantê-lo e como inserir cada conteúdo específico em um labirinto complexo de diferentes sites e aplicativos. Isso tudo levando em consideração o poder do algoritmo que faz com que as plataformas decidam o que de fato chega aos leitores, independentemente da frequência com que os editores alimentem as páginas de seus veículos. Isso vem mudando a dinâmica de operação das redações, uma vez que a adoção de novas ferramentas implica a implementação de novas estruturas organizacionais e fluxos de trabalho, o que demanda alocação de recursos específicos (BELL; OWEN, 2017).

Para os autores, esse cenário configura um ponto crítico para o jornalismo e as organizações noticiosas enquanto forças independentes e democráticas. Ao mesmo tempo em que a hiperconectividade oferece a oportunidade de atingir uma imensa audiência com o simples deslizar de um dedo, esse mesmo fenômeno criou um vasto mercado de informação do qual o jornalismo é apenas uma parte.

A natureza essencial do jornalismo não mudou; ainda trata de reportar histórias e acrescentar contexto para ajudar a explicar o mundo. Mas agora isso está inserido em um sistema construído por escala, velocidade e receita (BELL; OWEN, 2017, p. 15, tradução nossa⁶⁹).

As inferências de Bell e Owen acerca do ecossistema midiático contemporâneo colocam em evidência transformações que

69 No original: "The essential nature of journalism has not changed; it is still about reporting stories and adding context to help explain the world. But now it is threaded through a system built for scale, speed, and revenue."

consideramos potencialmente indicadoras de uma mudança estrutural do jornalismo, o que poderia configurar uma fase pré-paradigmática. Isso porque, na comparação entre os tipos ideais que ensaiamos neste artigo, é possível perceber que se alteram não apenas um, mas diversos parâmetros envolvidos na prática jornalística. Como observam Pereira e Adghirni (2011, p. 42), uma mudança estrutural é capaz de “[...] alterar radicalmente o modo como determinada atividade é praticada e simbolicamente reconhecida/definida pelos atores”.

Uma mudança estrutural se distingue de transformações de natureza conjuntural, que são inerentes a qualquer prática social, como o jornalismo, por sua característica dinâmica. Pereira e Adghirni (2011) citam como exemplo o lançamento de um novo software de diagramação, que poderia alterar o modo como o jornalismo é praticado no interior de uma redação ou do conjunto das redações, mas dificilmente provocaria transformações mais abrangentes. Já o surgimento da internet ou a crise global do capitalismo oferecem potencial para alterar a prática jornalística de forma mais profunda.

Para demonstrar tais potencialidades, apresenta-se a seguir um quadro comparativo, no qual se descreve sinteticamente os tipos ideais que ensaiamos no decorrer deste texto – “Jornalismo Industrial” e “Jornalismo Pós-industrial” -, a partir de categorias que julgamos relevantes para a análise. Ressalta-se que a tipificação do “jornalismo pós-industrial” leva em conta as novidades que esta forma de jornalismo impõe ao ecossistema midiático. Reconhece-se que há aspectos do “jornalismo industrial” que permanecem no contexto contemporâneo, o que é típico de períodos pré-paradigmáticos. Preferiu-se, no entanto, concentrar o foco sobre o que é específico do novo paradigma, a fim de destacar o que mudou ou o que está em processo de mudança no jornalismo atual.

Tabela 1: Tipos ideais: Jornalismo industrial e pós-industrial

| | JORNALISMO INDUSTRIAL | JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL |
|--|---|---|
| Plataforma | Industrial (Conteúdos produzidos para plataformas específicas: jornal impresso, revistas, rádio e televisão) | Múltipla e convergente (conteúdos produzidos para múltiplas plataformas: jornal impresso, revistas, rádio, televisão e internet) |
| Difusão | Impressa e por radiodifusão | Digital |
| Circulação e distribuição | Empresas jornalísticas são responsáveis pela divulgação e rentabilização dos conteúdos | Empresas dependem de outras plataformas para ampliar distribuição e rentabilização dos conteúdos |
| Organização empresarial | Grandes empresas, conglomerados de mídia, oligopólios | Pulverização de produtores de informação |
| Organização do trabalho e da produção (estrutura da redação) | Fordista (cada profissional é responsável por uma etapa do processo) | Pós-fordista (cada profissional executa diversas etapas do processo e em várias plataformas (multitarefa/multimídia)) |
| Fontes de financiamento | Anunciantes, assinaturas | Anunciantes, assinatura digital, apoios, crowdfunding ⁷⁰ , investidores ⁷¹ , cursos, palestras e eventos |
| Gatekeeper | Jornalista | Algoritmo |

70 *Crowdfunding* é um tipo de financiamento coletivo baseado em plataformas digitais, nas quais os colaboradores fazem doações para projetos de seu interesse em troca de pequenas recompensas (brindes, gratuidade em assinaturas, etc.)

71 Investidores se diferenciam de anunciantes porque não financiam o veículo em troca de divulgação de produtos ou serviços, apenas fazem um determinado aporte financeiro em projetos que correspondam às diretrizes da organização que representam. É o caso de projetos como a Agência Pública, financiada por instituições como a Ford Foundation, e da Agência Lupa, mantida pelos irmãos Moreira Salles.

| | | |
|----------------------------|---|--|
| Papel do jornalista | Primeiros relatos dos acontecimentos, exclusividade na produção de conteúdo | Verificação, interpretação, contextualização, curadoria |
| Público | Consumo massivo | Consumo segmentado, produção de conteúdo, primeiro registro dos acontecimentos |
| Relação jornalista-público | Produtor > consumidor (via única) | Colaboração (via dupla) |
| Conteúdo | Massivo | Segmentado |
| Métricas | Circulação (jornais), estimativa de audiência (rádio e TV) | Engajamento nas redes, pageviews, assinatura digital |

Fonte: as autoras

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como se insiste desde o início, a construção de tipos ideais constitui um instrumento de comparação sócio histórica. Neste artigo, procurou-se explorar o método weberiano e experimentar sua aplicação nos estudos do jornalismo. Como se trata de um exercício, é, por óbvio, provisório e aberto a críticas, desenvolvimentos e revisões.

Charron e Bonville (2016) utilizam o método para delimitar quatro tipos de jornalismo vigentes ao longo da história na América do Norte: jornalismo de transmissão, de opinião, de informação e de comunicação. Assim, no livro originalmente publicado em 2004 no Canadá, os autores caracterizaram modos específicos de concepção e de prática da atividade, destacando o que é fundamental e o que é essencialmente diferente em cada um desses modelos.

Seguindo percurso semelhante, mas incluindo categorias distintas de análise, este texto distingue dois grandes tipos ideais - o Jornalismo industrial e o Jornalismo pós-industrial -, utilizando um recorte temporal que começa no século XX e vem até o final desta segunda década do século XXI. Para descrevê-los como tipos puros, comparam-se aspectos como plataformas, difusão, circulação e distribuição, organização empresarial, organização do trabalho e da produção, fontes de financiamento, gatekeeper e papel desempenhado pelos jornalistas.

Os dois tipos articulam preceitos teórico-metodológicos de Max Weber, assim como fizeram Charron e Bonville (2016). O que diferencia este exercício do trabalho dos teóricos canadenses, que priorizam as características discursivas, é que, nesta tipologia, a ênfase recai sobre o contexto tecnológico em que os discursos são produzidos. Em ambas, está presente a necessidade de distinguir o que muda de um tipo para outro. A comparação evidencia como a construção de tipos ideais pode ser fecunda para o estudo das transformações do jornalismo em cada período histórico.

Entende-se que o momento atual é de mudança pré-paradigmática, fase na qual diversos parâmetros da prática jornalística sofrem transformações que alteram radicalmente não só o modo como o jornalismo é praticado, mas também como é simbolicamente reconhecido ao longo do tempo (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011). Nesta segunda década do século XXI, a onda de mudanças tecnológicas no âmbito do jornalismo pós-industrial marca a consolidação de poucas e grandes empresas de tecnologia dominando a distribuição de conteúdo antes controlada por tradicionais organizações de mídia (BELL; OWEN, 2017). Essa onda, segundo Bell e Owen (2017), estaria provocando um impacto na atividade jornalística ainda maior do que aquela da segunda metade dos anos 1990, da transição do impresso para o digital.

Ao final deste exercício, uma última observação: além de explorar o método de Max Weber com o objetivo de avaliar sua pertinência nos estudos do jornalismo, procurou-se também instigar nossa “imaginação sociológica”. Como jornalistas e pesquisadoras que têm o jornalismo como objeto de estudo entende-se ser nosso papel contribuir para a compreensão do significado da época que nos cabe viver descrevendo-a. Como recomendam Jacobsen e Tester:

A prática da imaginação sociológica [...] faz exigências ao praticante. Em primeiro lugar, é necessário desenvolver uma descrição da ‘época’. Essa descrição age no contexto em que homens e mulheres atuam. Ao estilo de Honoré de Balzac, ela pode insinuar-se como uma presença esmagadora nas vidas dos personagens ou, como em Anton Tchekhov, pode ser mais reservada. Apesar disso, porém, a imaginação sociológica – com sua preocupação de capacitar homens e mulheres para navegar no significado de sua época histórica e o compreender – exige uma descrição do contexto em que eles vivem (JACOBSEN; TESTER, 2015, p. 13).

Ao advertir para o caráter provisório da tipificação que se acabou de construir, tem-se em mente, como lembram os autores referidos acima, que seu propósito é fornecer um contexto de compreensão, além de possibilitar que as narrativas sobre esse contexto se multipliquem e que a sua verdade possa ser conferida pela experiência histórica vivida.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, C. W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*. Abr./ Mai/. Jun. 2013.
- BELL, Emily; OWEN, Taylor. *The platform press: how Silicon Valley reengineered journalism*. Tow Center for Digital Journalism. Nova York: Columbia Journalism School, 2017. Disponível em: < <https://academiccommons.columbia.edu/catalog/ac:15dv41ns27>>. Acesso em: 27 ago. 2017.

BRIXIUS, Leandro; KALSING, Janaína. As transformações recentes do jornalismo e suas relações com Max Weber: uma análise a partir do conceito de ação social racional. In: *Revista Temática*. Paraíba: NAMID/ UFPB, Ano XIV, n. 9, set. 2018, p. 1-16.

BUENO, Wilson da Costa. *Caracterização de um objeto-modelo conceitual para análise da dicotomia imprensa artesanal / imprensa industrial no Brasil*. 1977. Universidade de São Paulo, 1977.

CASTELLS, Manuel. *O poder da comunicação*. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Vol. I. São Paulo: Paz e Terra, 2000a.

CORNU, Daniel. *Jornalismo e Verdade: por uma ética da informação*. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

CHARRON, Jean; DE BONVILLE, Jean. *Natureza e transformação do jornalismo*. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. Jornalismo, ação racional conforme os fins e os valores. *Revista E-Compós* (Brasília), v. 19, p. 1-14, 2016.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira Fonseca; SEIBT, Taís. A contribuição de Max Weber para os estudos do jornalismo: um ensaio teórico-metodológico. *Revista Intexto* (Porto Alegre), UFRGS, n. 34, p. 640-657, set. /dez. 2015.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. *Indústria de Notícias: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo*. Porto Alegre: Ed. da Universidade, 2008.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Ortiz, 1989.

GIDDENS, Antony. *Sociologia*. 6. ed. Tradução de Ronaldo Cataldo Costa. Porto Alegre: Penso, 2012.

JACOBSEN, Michael Hviid; KEITH, Tester. Introdução. In: *Para que serve a sociologia? Diálogos com Michael Hviid Jacobsen e Keith Tester/Zygmunt Bauman*. Tradução Carlos Alberto Medeiros. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

KUSCHIK, Murilo. Weber e a sua relação com a comunicação. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (Org.). *A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa*. Porto Alegre: Sulina, 2006 (p. 23-33).

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. *O jornalismo em tempo de mudanças estruturais*. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 38-57, janeiro/junho 2011.

SANTOS, Márcia Malcher dos. *Jornalista por Vocação: algumas considerações sobre a percepção de Max Weber a respeito da profissão*. In: *Mediações: revista de Ciências Sociais*. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, Vol 25. N. 2, 2017 (p. 425-447).

SEIBT, Taís. *Jornalismo de Verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil*. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tese. 2019.

TASCHNER, Gisela. *Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo. Vol. I: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2004.

WEBER, Max. *Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Tradução de Regis Barbosa e Karen E. Barbosa; ver. técnica de Gabriel Cohn. 4. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2014.