

**Capítulo 41 - DOI:10.55232/1085002.41**

**TENDÊNCIAS CONTEMPORÂNEAS NO JORNALISMO:  
UM OLHAR FOLKCOMUNICACIONAL PARA UMA  
PRÁTICA HUMANIZADA**

**Gleilson Medins de Menezes**

**RESUMO:** A efemeridade da vida e o crescimento mutante dos processos comunicacionais e informacionais, aceleram cada vez mais a produção de notícias. Em meio a um turbilhão de informações e complexidades sociais, o trabalho do jornalista como um agente crítico transformador da sociedade vai ficando cada vez mais em segundo plano nas redações dos jornais, rádios, TVs e na internet. No que tange ao ensino do jornalismo é preciso que haja um engajamento maior por parte da academia para fomentar ainda mais a prática humanizada do jornalismo, para que os recém-formados jornalistas e/ou comunicólogos não sucumbam diante da insensível produtividade do jornalismo industrial, focado na objetividade dos fatos e na replicação ideológica dos principais interesses das elites dominantes. O artigo apresenta, entre outras alternativas possíveis, a folkcomunicação como instrumento catalisador e difusor das temáticas sociais mais distantes da agenda pública midiática hegemônica.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Processos comunicacionais; Ensino; Mercado de trabalho; Folkcomunicação.

## **INTRODUÇÃO**

Os fenômenos comunicacionais na contemporaneidade são marcados por interações socioculturais reticulares e convergências tecnológicas, em função da internet, como percebemos nas discussões sobre cultura digital e seus impactos na sociedade global, propostas por autores como Lévy (1999) e Lemos (2013). A vida cotidiana na chamada “era da informação” é mediada e midiaticizada e, conforme Castells (1999), os meios de comunicação interligam sujeitos e interesses econômicos, manifestações culturais, modelos educacionais e decisões políticas.

Tais características socioculturais e tecnológicas, materializadas pelo impacto das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), são absorvidas nos processos de produção jornalística, que, segundo Ferrari (2016), passaram a ser condicionados pelo dinamismo, multimídia e instantaneidade. Nesse sentido, o jornalismo online ou digital é considerado uma linguagem híbrida, devido à complexidade que envolve seus processos de produção (misturando textos, imagens, áudios, infográficos, links) e difusão pelas redes da internet. Portanto, exige múltiplas habilidades do profissional dedicado à atividade jornalística e indica que os processos comunicacionais deixam a linearidade e passam a ser compreendidos por uma rede de sistemas inter-relacionais e interdependentes.

Diante das transformações dos processos comunicacionais na sociedade e no jornalismo, Bertrand (2002) propõe a observância de alguns critérios para assegurar a responsabilidade social do jornalismo e fortalecer sua autonomia em relação aos riscos de reduzir a atividade aos ditames do mercado. Neste contexto o autor sugere: 1.) o estabelecimento de protocolos de deontologia; 2.) a implementação de observatórios e fóruns permanentes dedicados à análise e ao debate sobre as práticas jornalísticas; 3.) a qualificação da interação entre os jornalistas e o público; 4.) a criação de estruturas de reflexão dentro das empresas de comunicação, capazes de fazer valer os princípios éticos ao invés das imposições comerciais; 5.) o desenvolvimento de processos de formação continuada de jornalistas, tanto voltada às habilidades técnicas como à reflexão e análise crítica sobre as interdependências inerentes ao campo.

Sendo assim, o objetivo deste artigo surge da necessidade de fomentarmos a discussão sobre o papel do jornalismo na sociedade e as tendências contemporâneas de

suas práticas profissionais, diante da crise nos veículos da grande imprensa (jornais, TVs e rádios). Este é um debate que já vem sendo estabelecido em nível mundial por diferentes abordagens teóricas. Contudo, é importante fomentá-lo em âmbito local/regional e, desse modo, ampliarmos as reflexões sobre o futuro do jornalismo na Amazônia.

Cabe salientar que se trata de um exercício de aproximações, com base em revisão bibliográfica, com aportes teóricos da comunicação e do jornalismo, sem a efetivação de estudos de campo e nem da aplicação de uma metodologia imbuída na obtenção de resultados para um diagnóstico pragmático (baseado em dados estatísticos, com públicos dirigidos, aplicação de questionários, etc.) acerca desta temática. O intuito é fazermos alguns apontamentos (com base na literatura e na experiência prática vivida e/ou observada pelos autores deste artigo) e, a partir disso, tirarmos indicativos que possam nos orientar em estudos posteriores, mais detalhados e aprofundados.

Diante disso, sugerimos uma aproximação com a folkcomunicação (a comunicação voltada às problematizações das camadas populares e marginalizadas da sociedade) para a proposição da ideia de um folkjornalismo. A teia interdisciplinar tecida pelo campo de ação da folkcomunicação, inclinada à prática jornalística, deslumbra um amplo leque de possibilidades para o profissional da comunicação difusor de informações e construtor de juízos de valor na sua audiência. Por meio de um olhar complexo e humanizado focado na subjetividade das ações humanas, o folkjornalista tem a capacidade e a oportunidade de desnudar cenários escondidos, riquezas culturais obscurecidas pelo olhar elitizado dos grupos hegemônicos, revelando tensões sociais inerentes à vários campos distintos, que por vezes tem interesses diferentes dos grupos de poder que orquestram a agenda da grande mídia.

Acreditamos que a postura folkcomunicacional agregada ao fazer jornalístico corrobora (e melhor as resume) com todas as outras variantes que apresentamos neste texto, por conta da sua postura positivamente transgressora a qualquer expressão de subalternização e obscurecimento de acontecimentos sociais importantes dentro das camadas sociais populares. O olhar folkjornalístico se opõe e resiste às amarras do jornalismo industrial de mercado e tenta resgatar o espírito formador da profissão jornalística que é o de levar informação e reflexão aos diversos públicos. Buscando elucidar o pensamento crítico em todos os cidadãos a fim de promover efetivamente a

prática da cidadania dentro de um espaço democrático de circulação de ideias e informações.

## **CONSTITUIÇÃO HISTÓRICA DO JORNALISTA BRASILEIRO**

A categoria profissional do jornalista brasileiro se consolidou a partir dos anos de 1950, com a expansão dos meios de comunicação de massa e após a criação dos primeiros cursos universitários, o que também contribuiu para a consolidação de um habitus e um ethos relativos à conduta profissional (SODRÉ, 2011; MELO, 2012). Mas, no século XXI esse modelo enfrenta uma “crise” sem precedentes, diante de novos ideários e até mesmo uma nova deontologia (código de conduta) para o jornalismo (PENA, 2015).

Em decorrência da internet e das novas tecnologias digitais, a sociedade vem passando por profundas transformações culturais nas últimas décadas. A convergência midiática nos meios de comunicação impactou nos processos de produção jornalística no século XXI, exigindo um novo perfil para os profissionais da área, inclusive fazendo questionar algumas de suas mitologias, como a questão da neutralidade objetiva e da imparcialidade<sup>1</sup>, além disso:

O aumento dos imperativos comerciais nos grupos de imprensa fragilizou a autonomia do trabalho jornalístico. Essas evoluções (tecnológicas e mercadológicas) foram acompanhadas de ataques aos princípios deontológicos, o que contribuiu para uma degradação da imagem social dos jornalistas. Num turbilhão de mudanças, a profissão não sofreu passivamente essas transformações. Com um dinamismo desigual de acordo com o país, ela se adaptou, precisou inovar dentro da tensão entre a pressão comercial e a distância reflexiva das pressões encontradas (NEVEU, 2006, p. 157-158).

---

<sup>1</sup> No Brasil, até meados do século XX, não havia a imposição de neutralidade e objetividade jornalística, pois a função dos periódicos era comentar os acontecimentos. Com a imposição hegemônica do estilo estadunidense, ancorado na factualidade, objetividade, imparcialidade e credibilidade das informações, formalizaram-se técnicas, manuais de redação, sistematização de livros didáticos e a instrumentalização do ensino universitário para sua prática (SODRÉ, 2011; MELO, 2012).

Ao mesmo tempo em que se diversificaram as possibilidades de atuação em funções derivadas das novas demandas, como a de social mídia (profissional voltado para as redes sociais da internet), reduziram-se as oportunidades de trabalho em funções tradicionais do jornalismo, especialmente em veículos impressos, já que em muitos casos o desenvolvimento da tecnologia e dos recursos multimídia “redefiniram as competências profissionais, ameaçando banalizar o jornalismo num continuum das profissões da comunicação” (NEVEU, 2006, p. 157). Em todo o mundo, observa-se o enxugamento drástico do quadro de funcionários em jornais, revistas, emissoras de rádio e TV, ao observar-se redações que antes empregavam dezenas de jornalistas transformando-se em células de produção com poucos profissionais, mas com características multimídia. Além disso, há também a perda no protagonismo na produção e disseminação de informações.

De acordo com Figaro (2013), o mercado impõe ao jornalista uma atualização constante no uso de ferramentas digitais de prospecção, apuração e edição de informações. É fundamental ter habilidades e competências que permitam a atuação em diversas plataformas (impressa, TV, rádio, internet) e em diferentes linguagens (verbal, escrita, sonora, fotográfica, audiovisual, hipertextual). Ou seja, além das habilidades de apuração, produção e redação de notícias, precisa ter conhecimentos de produção e edição audiovisual, elaboração de infográficos, design, marketing, linguagens de programação e curadoria de dados online.

A pulverização do jornalismo online, de sites de notícias, de blogs e das ferramentas das redes sociais inovaram formatos, estilos e rotinas de produção e difusão de informações. Contudo, nem sempre a qualidade da apuração, o tratamento do material, a ética e a idoneidade das fontes são questões prioritárias, pois a rapidez da disseminação de informações e as demandas comerciais dos veículos reduziram o tempo para reflexão e elaboração das notícias. Esta reestruturação do mercado profissional jornalístico<sup>2</sup>,

---

<sup>2</sup> Cabe ressaltar que antes do advento da internet, na década de 1950, houve mudanças significativas no jornalismo brasileiro, importadas do modelo estadunidense, com a adoção de padrões técnicos, éticos e estilísticos, fazendo emergir a ideia de objetividade e neutralidade, enraizando o padrão de construção do *lead* (quem, o que, quando, onde, como, por quê?) e da pirâmide invertida (elaboração do texto com a disposição das informações na ordem decrescente de importância), que foram incorporadas das redações ao ensino universitário posteriormente. Com a passagem do jornalismo político-literário para o jornalismo empresarial/industrial, observou-se um conjunto marcante de transformações administrativas, redacionais, editoriais, gráficas e profissionais. Fundando, assim, no imaginário da objetividade e fidelidade aos fatos, sua legitimidade institucional, social e deontologia. Nas décadas de 1980 e 1990, uma nova sistematização das estruturas organizacionais das empresas, com foco na estratégia de negócios, interferiu na forma de gestão das redações e, conseqüentemente, na formação de novos profissionais (SODRÉ, 2011).

começou no fim da década de 1990 e se acentuou na última década, conforme Figaro (2013). A autora reforça que neste contexto, a precarização dos vínculos empregatícios também contribuiu para as transformações das relações de trabalho, ao abrir-se o caminho legal para outras formas de contratação, como freelancers, contrato de pessoa jurídica (PJ) e terceirizados, incidindo em um mercado ainda mais instável, com baixa remuneração e ocasionando problemas físicos e emocionais aos profissionais, devido às pressões das rotinas de trabalho.

Neveu (2006) usa a expressão “jornalismo de mercado” para delinear esse cenário marcado por quatro aspectos centrais. Conforme o autor, o primeiro se traduz na prioridade dada a algumas editorias propícias a maximizar os públicos, com foco nas soft news, informações-serviço, conteúdos emocionais-sensacionalistas e reportagens romanceadas com personagens reais em detrimento de coberturas mais críticas e aprofundadas, que não se limitam apenas a fornecer notícias, mas inter-relacionem as complexidades e tensões no mundo. O segundo aspecto é relacionado com a mão de obra jornalística e estratégias que vêm enfraquecendo a qualidade profissional, como estágios gratuitos (com estagiários realizando atividades que deveriam ser realizadas por profissionais), *freelancers* e contratações temporárias, que muitas vezes elevam para os 30 anos de idade a obtenção do primeiro registro profissional em carteira, além de publicações de materiais oriundos de assessorias e agências institucionais (NEVEU, 2006).

Em terceiro lugar, é indiscutível a tendência global da perda de autonomia das redações para os departamentos de gestão de negócios e marketing nas empresas de mídia, face às pressões por mais leitores, telespectadores, ouvintes e internautas. O quarto aspecto e, talvez, o mais perigoso, conforme Neveu (2006, p. 60), é que todas estas mudanças objetivas acabam sendo interiorizadas e naturalizadas pelos jornalistas “não como pressões, mas como avaliação de sua competência”, o que enfraquece o poder de resistência e aproxima cada vez mais o jornalismo do entretenimento banal.

As percepções do jornalismo e as mudanças operacionais nas práticas profissionais também influenciaram transformações nos cursos de jornalismo nos últimos anos, que passaram a ter um teor mais técnico-operacional, especialmente nas universidades privadas, segundo Figaro (2013). Para a autora, esta característica não deveria se contrapor a uma formação cultural humanística e crítica, nem ao conhecimento

teórico das diferentes linguagens comunicacionais. Mas, as contingências operacionais do mercado têm sido priorizadas em detrimento da mobilização de saberes e da capacidade de inter-relacionar fatos, dados e acontecimentos, refletindo-se em uma produção jornalística cada vez mais fragmentada, descontextualizada e inconsistente, observa Figaro (2013).

Ainda conforme a autora, na esteira destas transformações, a produção de conteúdo jornalístico é cada vez mais encarada como uma mercadoria qualquer, quando o “valor” da informação deveria ser percebido como um instrumento de cidadania, cultura e educação, pois o direito à informação é um dos alicerces de uma sociedade democrática, garantido na Constituição Brasileira e na Declaração Universal dos Direitos Humanos.

Atualmente, o fazer jornalístico incorporou outras formas de produção, tendendo a espetacularizar os fatos, fragmentar conteúdos e pulverizar, contudo, procura resguardar a legitimidade da representação de objetividade para seus discursos. Assim, percebe-se que as mudanças na sistemática do campo jornalístico expressam-se como um processo de (re) configuração constante, pela inter-relação e interdependência de diferentes agentes sociais (sujeitos jornalistas, a sociedade, as instituições, os valores em vigência, o sistema político-econômico, entre outros).

Esta conjunção de fatores, também determina a transformação nos currículos acadêmicos, nas percepções sobre a identidade do jornalista e na forma de transmissão dos saberes práticos. Entretanto, essa relação não ocorre de forma simultânea, pois o mercado e as exigências profissionais andam numa velocidade maior que a incorporação de suas demandas ao ensino universitário.

Nesse sentido, no compasso das transformações da sociedade contemporânea e seus reflexos nos processos comunicacionais, torna-se extremamente relevante questionar o que é ser jornalista e qual seu papel social, especialmente quando pensamos na realidade amazônica. Essa compreensão pode nos apresentar algumas pistas para fortalecer as práticas de ensino e aprendizagem, bem como a observância das dificuldades no mercado profissional e os nichos de alternativas que se abrem. Seja na segmentação de noticiários públicos específicos, em empreendimentos individuais ou de coletivos de mídia, assessorias especializadas, ou no jornalismo cidadão, independente e contra hegemônico.

## **UM JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL**

Se o campo profissional se expande num sentido multimídia, esvazia-se nas mídias tradicionais, expondo um cenário onde ainda não é possível vislumbrar com clareza um horizonte de certezas. A incerteza, aliás, é o que marca este processo. Mas, algumas pistas são perceptíveis, como crescimento de mídias corporativas. A expansão das assessorias de comunicação, especialmente voltadas à gestão das redes sociais de empresas privadas, ONGs, instituições públicas ou personalidades, produziram um novo nicho para a atuação profissional, congregando cerca de 40% dos jornalistas brasileiros em atuação, conforme Mick e Lima (2013).

Os meios digitais e as possibilidades de empreender pelas plataformas *online* tornam-se alternativas mais viáveis para os profissionais da área, considerando o “inchaço” de profissionais no mercado em decorrência do aumento de cursos universitários nas últimas décadas. Conforme Mick e Lima (2013), até o início da década de 1970 eram 18 escolas de jornalismo no Brasil, até 1980, 51 cursos, em 1990 já havia 61 escolas. O grande boom ocorreu entre 2000 e 2010, quando o número chegou a 317 cursos, com as políticas de expansão do ensino superior no país, desenvolvidas nos governos dos presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva.

As transições das práticas jornalísticas e das condutas organizacionais neste sistema, articulam-se conforme os interesses dos diversos agentes no processo. Desse modo, devido às consequentes transformações do *habitus* profissional, é imprescindível retomarmos à discussão sobre a formação profissional e o ensino universitário desta prática. No lastro desta reflexão, vemos a configuração de um profissional multifacetado, que além de apurar, redigir e editar notícias precisa adquirir habilidades multimídia, planejar ações e pensar de forma estratégica. Mas, como aliar estas demandas ao comprometimento de uma formação humanística crítica? Será que é possível encontrar harmonia na aparente oposição entre estes polos? Como fomentar o pensamento e a prática de um jornalismo amazônico?

No entremeio destes questionamentos, podemos sugerir a possibilidade de que os processos socioculturais envolvidos nesta sistemática poderiam estar forjando não só uma nova segmentação, mas uma nova identidade para o jornalismo, em um espaço fluido, redefinindo o papel social do jornalismo na chamada era da convergência, numa



sociedade cibercultural e em rede, marcada por narrativas transmídia (LÉVY, 1999; CASTELLS, 1999; JENKINS, 2008; LEMOS, 2013; FERRARI, 2016).

Nesta desconstrução ou reconstrução, que como já apontamos ocasiona uma mudança de *habitus* e também do *locus*, devido ao deslocamento dos jornalistas (dos meios tradicionais e institucionalizados para meios alternativos) e da descentralização do poder dos emissores, a relação entre os sujeitos e instituições envolvidos também se altera. Os processos comunicacionais são reticulares e não lineares, devido a interação entre produtores, meios e receptores (que também se tornam produtores em potencial). Amalgamando, assim, o jornalismo midiático e factual do noticiário com o entretenimento, a emoção e as narrativas transmídia, sem necessariamente deixar de ater-se aos princípios éticos da atividade jornalística.

Nesse sentido, em função das novas tecnologias da comunicação e das transformações globais no campo profissional, uma série de desafios se impõem aos cursos universitários e aos professores de jornalismo, especialmente com a implementação das novas Diretrizes Curriculares Nacionais para o jornalismo, acentuando um perfil mais multimídia aos cursos do Brasil. O mercado exige profissionais que além das técnicas jornalísticas e domínio em relação às novas tecnologias, tenham um olhar abrangente que interligue conhecimentos de outras áreas da comunicação como a publicidade, as relações públicas, o marketing, a gestão de negócios, o *design* e a produção audiovisual. Para Lopes e Silva (2016).

É preciso criar procedimentos, disciplinas, metodologias de ensino e aprendizado e processos pedagógicos que levem em conta essa natureza fluída do jornalismo contemporâneo. Ou seja, que evidencie o declínio do jornalismo tradicional, e principalmente o papel dos meios de comunicação como instituições não mais as únicas mediadoras de informações perante a sociedade. Na nova dinâmica, jornais, rádios, TVs, portais e sites, blogs, etc, juntam-se às outras tantas instituições como Estado, igreja, escola ou mesmo família como produtoras e fomentadoras das informações que circulam; e que levem em conta o jornalismo enquanto prática social, inserida em diferentes contextos de produção, onde o presente é particularmente marcado pela ruptura dos limites espaciais e temporais que caracterizavam as experiências jornalísticas na modernidade (LOPES; SILVA, 2016, p. 150).

Ainda segundo os autores, a formação jornalística precisa evidenciar a contextualização entre teoria e saberes práticos ao cenário contemporâneo e, nesse sentido, os professores necessitam se readequar e se capacitar às necessidades da nova lógica produtiva do campo jornalístico, preenchendo as lacunas entre as realidades acadêmicas e as necessidades mercadológicas.

Faz-se necessário também estarmos atentos às múltiplas identidades do jornalista contemporâneo e suas atuações em diversos setores, com habilidades e competências. Isso sem deixar de lado a parte crítica e teórica as quais as instituições de educação não podem abrir mão por suas vocações históricas e culturais. As universidades e, especificamente, os cursos de jornalismo localizados em todo o país, não podem se permitir um preparo de profissionais com foco somente voltado para as redações jornalísticas: as vagas neste setor são cada vez escassas. Projetam-se, em perspectiva renovadora, oportunidades para os profissionais da área, oferecidas na denominada “mídias das fontes” e legadas ao gerenciamento de redes sociais e atividades ligadas à internet (LOPES; SILVA, 2016, p 150-151).

Os novos arranjos econômicos do campo jornalístico que se apresentam atualmente nos dão pistas sobre o que se projeta para o futuro, mostrando arranjos alternativos e suas formas de sustentação, outras formas de fazer, e na percepção do que é jornalismo, diante da relação com as tecnologias e o público na organização do trabalho. Especialmente na quebra dos monopólios da grande mídia, surgem outras vozes e olhares que precisam ser evidenciados. O olhar crítico e o debate sobre as tensões que envolvem estas inter-relações e interdependências precisam ter reflexo na formação universitária, seja na postura dos educadores, na condução dos conteúdos e na criatividade dos estudantes.

Pena (2015) aponta algumas tendências e alternativas para o jornalismo contemporâneo, entre elas o jornalismo de resistência, o jornalismo comunitário, o jornalismo digital e as reportagens assistidas por computador<sup>3</sup>. Conforme o autor, o

---

<sup>3</sup> Estas são apenas algumas entre as tendências apontadas para o futuro do jornalismo. Outros autores trabalham com vertentes ainda mais diversificadas, como podemos perceber em Ito e Rocha (2019), que destacam também a atuação do jornalista como curador de notícias, as audiências ativas na TV e os processos de seleção de notícias, a auto mediação e os ciberativismos, o *App journalism* (jornalismo de aplicativos), novas arquiteturas da informação, produção de hipermídia e realidade virtual, dentre outras. Uma das tendências mais polêmicas tem sido o uso da inteligência artificial na substituição de jornalistas humanos em redações de periódicos diários, que se utilizam dos sistemas automatizados de linguagem,

jornalismo de resistência manifesta-se por meio de um exercício de solidariedade e ativismo, com ideias e práticas que não se rendam às pressões mercadológicas, preconceitos, estereótipos e limitações. A obrigação do jornalismo de resistência, difundido sobretudo em veículos alternativos aos grandes conglomerados de mídia (mas, também atuando nos grupos hegemônicos), é o compromisso de buscar a verdade, funcionar com independência aos poderes político-econômicos e manter lealdade com os cidadãos (PENA, 2015).

O jornalismo comunitário, embora aproximado da ideia de jornalismo de resistência, segundo Pena (2015, p. 185), se desenvolve a partir da participação e da identidade em comum entre os sujeitos. Seu compromisso não é apenas factual, mas também social. Assim, “atende às demandas da cidadania e serve como instrumento de mobilização social”. Nesse segmento, os processos comunicacionais são mediados pelos próprios grupos, com o intuito de “substituir modelos padronizados e estereotipados de apreensão da realidade por estratégias simbólico-discursivas que ressaltem a visão da comunidade sobre si mesma, reforçando suas identidades e valores” (PENA, 2015, p. 188). Desse modo, o jornalismo comunitário busca evitar as lógicas comerciais do mercado midiático e garantir a manifestação da alteridade.

A tendência mais difundida, sem dúvida, é o jornalismo digital, que surgiu com o advento da internet e também é chamado de webjornalismo, ciberjornalismo, jornalismo online, dentre outros. O jornalismo digital revolucionou as rotinas de produção noticiosa e as relações profissionais. Pena (2015, p. 176) define esta prática como “a disponibilização de informações jornalísticas em ambiente virtual, o ciberespaço, organizadas de forma hipertextual com potencial multimidiático e interativo”. O desenvolvimento dessa vertente ganhou força a partir de meados dos anos de 1990 e se consolidou na primeira década do século XXI. Inclusive, agravou a crise e o aumento das demissões nas redações tradicionais, já que demanda de uma estrutura mais enxuta para sua produção. Seu desenvolvimento impactou na transformação em todas as fases da produção jornalística e recepção das notícias, mas “o grande desafio do jornalismo digital é encontrar sua linguagem e democratizar suas interfaces” (PENA, 2015, p. 183).

---

chamados “bots” ou robôs (*softwares* que produzem textos a partir da leitura de banco de dados e de relatórios) programados para produzir conteúdo informativo.

O contexto do jornalismo digital, com a implementação de portais, *sites* e *blogs*, refletiu na descentralização da disseminação de informações pelos meios hegemônicos, segundo Pena (2015), tanto que os grandes grupos migraram para o online. Contudo, mesmo com a potencialidade de trazer outras abordagens e qualificar as informações nos meios alternativos, também se proliferou a produção e propagação de notícias falsas (*fake news*) ou para a disseminação deliberada de histórias destinadas a enganar. Nesse sentido, o termo “pós-verdade” reflete o contexto de fragmentação das fontes noticiosas e das audiências ativas, denotando as circunstâncias nas quais os fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que os apelos à emoção e às crenças pessoais – especialmente em relação às notícias difundidas e replicadas pelas redes sociais da internet.

Isto traz a necessidade de redobrar os cuidados com a apuração e a checagem de dados, o que pode ser feito por meio da utilização de instrumentos tecnológicos que aproximem os jornalistas das fontes primárias. O jornalismo de dados e as reportagens assistidas por computador se constituem pela intermediação entre jornalistas e sistemas tecnológicos, aliando métodos científicos de investigação sociocultural e psicossocial, proporcionando mais qualidade aos segmentos especializados, “assim a informação terá mais utilidade e poderá ser analisada com muito mais critério por quem precisa dela”, indica Pena (2015, p. 175).

Outra questão apontada por Pena (2015, p. 205) é a importância da convergência entre o ensino universitário e a prática jornalística, para aparar as arestas que desnecessariamente marcam a dicotomia entre a academia e o mercado profissional. Nesse sentido, reforça a relevância da implantação de um jornalismo científico na própria universidade, “com a criação de uma imprensa própria, articulada com a lógica interna da academia e com as rotinas produtivas dos veículos de informação, unindo-as, e não as separando”. O autor diz que é preciso compreender o funcionamento de ambas as realidades e encontrar pontos em comum, viabilizando o exercício prático em agências de comunicação, jornais, rádios e TVs nas próprias universidades, com a participação intelectual e criativa da comunidade acadêmica.

Assim, conforme o autor, é possível fomentar o desenvolvimento de um jornalismo mais crítico e interpretativo, produzindo conhecimento sobre a sociedade. No entanto, para a eficácia desse sistema, é imprescindível a autonomia das instituições de

ensino e sua responsabilidade sobre as produções. Para Pena (2015, p. 210), é preciso perceber que na contemporaneidade “os discursos já não são mais autônomos e a ação comunicativa já não se faz por transferência, e sim por ressonância. A cidadania está no plural, na diversidade, na simplicidade”.

## **FOLKJORNALISMO: “MICROFONES PARA AS VOZES SUFOCADAS”**

Dentro dessa discussão sobre possibilidades alternativas para a atuação do profissional jornalista frente ao cenário complexo da comunicação que historicamente se desdobra mudando os comportamentos das sociedades e das profissões, pode-se apontar a folkcomunicação como uma dessas ferramentas comunicacionais contra hegemônicas capaz de dar voz aos "marginalizados" e de criar novas possibilidades de abordagens jornalísticas que transcendam o rigor industrial da produção *hard news*.

A folkcomunicação é uma teoria da comunicação genuinamente brasileira criada pelo jornalista pernambucano Luiz Beltrão ainda na década de 1960, porém, seu reconhecimento e difusão se deu apenas na década de 1980, após a publicação do seu icônico livro *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. Para Beltrão (1980) a folkcomunicação pode ser entendida como todo conhecimento e/ou comunicação forjada no seio dos grupos sociais marginalizados (urbanos e rurais) de forma horizontal e artesanal, onde a sua principal linguagem é a folclórica (conhecimento tradicional transmitido pela oralidade).

Como já foi dito, o jornalismo acompanhou todas as transformações sociais e tecnológicas para se constituir como é hoje. Neste complexo inter relacional a folkcomunicação agregou uma vasta taxionomia e modelou-se ao estudo de vários objetos onde a subjetividade das ações humanas (sobretudo as invisibilizadas) ganham destaque; a partir daí nasce o folkjornalismo. Uma possibilidade polifônica de representar os mais diversos anseios sociais dentro das camadas populares da sociedade. E dentro desta seara de convergência o folkjornalismo absorve os agentes folkcomunicacionais e os conjuga dentro do contexto da cibercultura.

Beltrão e seus intérpretes, como José Marques de Melo, Roberto Benjamim, Cristina Shmidth, Osvaldo Trigueiro, entre outros, perceberam que a maioria das tensões

sociais nascem nas camadas sociais subalternas e/ou marginalizadas; culturalmente, geograficamente ou midiaticamente. O folkjornalismo, portanto, identifica essas invisibilidades e emerge com pautas inovadoras, contra hegemônicas, que desafiam os valores-notícia habituais, forjados nas amarras do produtivismo industrial do jornalismo de mercado.

Mas não há um campo específico no mercado para um folkjornalista. A luta diária deste profissional nas redações é pela aceitação de suas pautas reflexivas, com textos de profundidade (mesmo na TV) e valorização da experiência narrada por seus personagens, e dar vazão a este tipo de conteúdo também nas mídias digitais, um ambiente ainda bastante elitizado mediaticamente.

Esta pode ser uma alternativa interessante a quem pretende se lançar ao mercado, mas sem deixar de aprofundar temáticas culturais pungentes, mas ignoradas pela mídia de massa. O folkjornalismo pode transitar num organismo conhecido como "imprensa popular" ou até mesmo na "imprensa de vanguarda". A função do jornalismo na folkcomunicação constitui-se, principalmente, no seu potencial de mediador desses meios e agentes, tanto na construção da identidade popular dos públicos marginalizados, como no seu fortalecimento e manutenção, quando se fala na transmissão do etnoconhecimento e na estruturação de uma sabedoria popular.

O folkjornalismo foi um dos primeiros apontamentos de Luiz Beltrão para a constituição do lastro conceitual da sua taxionomia. Beltrão (2001) sugere a prática do folkjornalismo porque nota uma prática singular de produção de conteúdo, onde o folkjornalista não se prende apenas ao acontecimento factual, mas também a todos os rumores, ideias e toda sorte de signos comunicacionais que estiverem dispersos no ambiente comunicando algo. Até mesmo o silêncio dos personagens fala alguma coisa, e o folkjornalista está sempre atento para perceber e notar isso.

Trata-se de uma forma humanizada de narrar os acontecimentos ou de representar bem seus principais personagens, mostrando a atmosfera da história exatamente como ela se apresentou ao jornalista (de forma perfeita e/ou imperfeita, com inúmeras versões), passando inevitavelmente pelo seu crivo interpretativo. Segundo Beltrão, o folkjornalista "exagera, carrega nas tintas, acrescenta ou reduz a ocorrência, buscando dessa forma melhor sensibilizar seu público. Não se trata, porém, de um processo de deformação, mas

de um meio de adequar a informação à mentalidade do receptor. É um trabalho jornalístico de paixão, de calor, de integração com o pensamento e as necessidades do público. Daí sua popularidade, a sua aceitação" (BELTRÃO, 2001, p. 258).

Quando o folkjornalista consegue fazer isso é a apoteose do pleno exercício da alteridade e da democracia comunicacional. É quando podemos visualizar plenamente a prática do jornalismo como "uma forma social de conhecimento", como define Adelmo Genro Filho (1987) em *O segredo da pirâmide*, com a capacidade (e o direito) de informar, opinar, dissertar e interpretar todos os fatos que orquestram as transformações sociais da humanidade. Um jornalismo de princípios éticos latentes, efetivos, e que pudesse por em evidência todas as demandas sociais sem segregação midiática (explícita ou velada). Talvez algo utópico para os dias de hoje, porém, necessário e encorajador àqueles que ainda acreditam em um jornalismo de verdade.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Algumas provocações emergem dessa discussão: como construir um jornalismo que dê conta da complexidade da sociedade contemporânea, especialmente no contexto amazônico? Ou, mais especificamente, como formar um jornalista com habilidades e competências para atuar neste cenário? É possível pensar a formação profissional para além da competência laboral? Se for possível, como construir um pensamento jornalístico a partir das perspectivas que normalmente são invisibilizadas, como dar voz e protagonismo à sociabilidades que costumam ser postas à margem das decisões?

A intenção aqui não é apresentar assertiva e presunçosamente respostas hipodérmicas a cada uma dessas perguntas, mas sim, provocar inquietações pertinentes a partir delas. Os apontamentos discutidos neste artigo se enquadram direta e/ou indiretamente em cada uma dessas questões, contudo, não servem de fórmula ou receita para a resolução destes problemas. Haja vista a complexidade dos contextos e cenários sociais de cada região do Brasil. Muito do que foi discutido aqui passa pelo tipo de formação acadêmica que cada profissional tem acesso em sua cidade ou Estado (as ementas dos cursos de jornalismo do país são distintas), os tipos de sociedades locais e regionais (grupos sociais populares e hegemônicos) são diferentes; as pessoas, os interesses sociais e econômicos, a política, a geografia...

Neste contexto, a apropriação do folkjornalismo é pertinente porque vislumbra novos caminhos tanto para a teoria da folkcomunicação quanto para a prática humanizada do jornalismo, tão abandonada pelas ementas eminentemente técnicas dos cursos de jornalismo pelo Brasil afora. Como afirma Marques de Melo, o campo de ação que a folkcomunicação desperta ampliou o raio de observação dos fenômenos comunicacionais. E o jornalismo pode (e deve) apropriar-se desta perspectiva multiangular para enxergar, se aproximar, descrever e interpretar os fenômenos do mundo. O folkjornalismo tem a capacidade de prever e/ou (re) criar os fatos (descortinar acontecimentos escondidos, provocá-los), coisa que a rotina mercadológica das redações não pode fazer porque quase não há tempo para a reflexão. É o oposto ao que temos visto. Um jornalismo preso ao factual, refém do acaso, do imediatismo e da mediocridade reativa, episódica.

Diante disso, o jornalismo também pode ser um instrumento para discutir possíveis dicotomias, esclarecer os tensionamentos, apresentar assuntos relevantes e complexos em uma linguagem acessível, valorizar a alteridade e a acessibilidade, trazer novos olhares sobre a realidade sociocultural e formas de representar o mundo (estética, ética e politicamente). Ou seja, o jornalismo pode sensibilizar a sociedade de forma reflexiva e crítica, possibilitando a participação democrática e a promoção pluralizada da cidadania.

São questões que devem ser refletidas profundamente, debatidas de forma dialógica e que deste processo surjam alternativas e ações que possam ser implementadas para que, enfim, a partir de uma prática mercadológica amparada em uma boa instrução acadêmica (inovadora, moderna e subjetivamente comprometida com a formação dos sujeitos jornalistas) e com cenários administrativos mais flexíveis e sensíveis a essa formação, possamos ter profissionais comprometidos com a apuração justa e correta dos acontecimentos, respeitando o direito à informação do cidadão. E que no exercício do seu dever profissional, utilize a comunicação com ética e responsabilidade, atuando dentro dos princípios universais de justiça e democracia. Servindo efetivamente como um agente transformador da sociedade.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BERTRAND, Claude Jean. O arsenal da democracia: os sistemas de responsabilização da mídia. Bauru, Edusc, 2002.



BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FERRARI, Pollyana. Comunicação digital na era da participação. Porto Alegre: Editora Fi, 2016.

FIGARO, Roseli. As mudanças no mundo do trabalho do jornalista. São Paulo: Atlas, 2013.

GENRO FILHO, Adelmo. O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

ITO, Liliana de Lucena; ROCHA, Paula Melani. Transformações do Jornalismo na Nova Ecologia dos Meios. Aveiro: Ria Editorial, 2019.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André. A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOPES, Boanerges; SILVA, Rafael. O papel do professor nos novos rumos do jornalismo brasileiro. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 35, p. 137-153, jan./abr. 2016.

MELO, José Marques de. História do jornalismo: itinerário crítico, mosaico contextual. São Paulo: Paulus, 2012.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico. Florianópolis: Insular, 2013.

NEVEU, Érik. Sociologia do jornalismo. São Paulo: Loyola, 2006.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2015.

SODRÉ, Nelson Werneck. História da imprensa no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.