

Jornalismo de coalizão:

uma proposta de fortalecimento do ecossistema midiático baseada na coordenação de interesses compartilhados

Cristiane Naiara Araújo de Souza¹

Resumo

A proposta do ensaio, mais do que contribuir com ideias conclusivas sobre a práxis jornalística e a eventual desconexão da realidade política, social e econômica do século XXI, é propor uma autorreflexão acerca de pressupostos norteadores desse *ethos*. Sustentamos sim a responsabilidade do jornalismo, como instituição qualificadora das democracias e ator social apto a acrescentar efetivas contribuições em prol da perspectiva dialógica, transformadora e crítica da sociedade atual, dos poderes instituídos e do seu próprio *ethos*. A *accountability*, a perspectiva construtivista em oposição aos velhos ideais de objetivismo e de neutralidade, o reconhecimento da democracia digital como força e o avanço da ultradireita no cenário global e regional como a grande ameaça às conquistas democráticas das últimas décadas são os eixos mais evidentes da discussão. Dessa perspectiva — tanto teórica quanto empírica — enxergamos os contornos de uma alternativa factível ao ecossistema jornalístico concorrencial em declínio: o jornalismo de coalizão, apto a se organizar coordenadamente em torno de objetivos comuns, ainda que o faça sob a vigilância de determinados limites capazes de resguardar, de algum modo, as idiosincrasias de cada organização, seja ela independente ou de mídia tradicional.

Palavras-chave

Comunicação; Jornalismo; Política; Responsabilidade; Coalizão.

¹ Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e bolsista da Fapeam. E-mail: comunica.manaus.am@gmail.com.

Coalition journalism:

a proposal to strengthen the media ecosystem based on the coordination of shared interests

Cristiane Naiara Araújo de Souza¹

Abstract

The proposal of the essay, more than contributing with conclusive ideas about journalistic praxis and the eventual disconnection with the political, social and economic reality of the 21st century, is to propose a self-reflection about the guiding assumptions of this ethos. We do support the responsibility of journalism, as a qualifying institution for democracies and a social actor capable of adding effective contributions in favor of the dialogical, transformative and critical perspective of today's society, of the instituted powers and of its own ethos. Accountability, the constructivist perspective in opposition to the old ideals of objectivism and neutrality, the recognition of digital democracy as a force and the advancement of the ultra-right in the global and regional scene as the greatest threat to the democratic conquests of the last decades are the most evident axes of discussion. From this perspective — both theoretical and empirical — we see the contours of a feasible alternative to the declining competitive journalistic ecosystem: coalition journalism, able to organize itself coordinately around common goals, even if it does so under the surveillance of certain limits capable of safeguard, in some way, the idiosyncrasies of each organization, be it independent or traditional media.

Keywords

Communication; Journalism; Politics; Responsibility; Coalition.

¹ Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e bolsista da Fapeam. E-mail: comunica.manaus.am@gmail.com.

Nos seus primeiros vinte anos, este século já acumula uma lista sem precedentes de “acontecimentos” [1] dignos de roteiro cinematográfico, amplamente pautados nas mídias tradicionais e nativas digitais. De uma crise econômica de dimensão planetária e capaz de ameaçar a própria permanência do capitalismo (2008) à pandemia de Covid-19, que pôs o mundo inteiro em pausa (2020), vivemos, ao menos no Brasil, experiências praticamente extremas. Na política, vimos a ascensão do progressismo de esquerda e sua derrocada, dando lugar ao antipetismo e a um governo ultraliberal e reacionário ilustrado pelas figuras de Jair Bolsonaro e seu polêmico primeiro escalão.

Pensar o jornalismo no século XXI requer que entendamos como este se consolidou, suas tradicionais formas de financiamento (capital privado), sua concentração pelas grandes corporações, as alianças político-econômicas que sustentam o “monopólio” da informação e a decadência de figuras antes indispensáveis, como o *gatekeeper* e o *ombudsman*, além da clássica hipótese de *agenda setting* pela mídia massiva.

Nosso sistema de comunicação, segundo Gørgen (2017, [s.p]), possui “duas características centrais: estrutura geograficamente capilarizada de distribuição de conteúdo e centralização institucional na representação político-econômica”, havendo condicionantes do aparato midiático no país nas dimensões econômica, política, histórica e simbólica: “tripla concentração econômica (diagonal, vertical e horizontal), controle das redes de distribuição, penetração regional, presença histórica e relações políticas” (GÖRGEN, 2017, p. 483). Tais variáveis compõem um bastante complexo Sistema Central de Mídia (SCM).

Em estudo que analisou a percepção de jornalistas sobre conceitos e aplicações da *accountability* no jornalismo brasileiro e sua influência sobre o trabalho desses profissionais, Paulino e Gomes (2019, p. 2) afirmam que “a *accountability* pode se apresentar como um conjunto de iniciativas de se garantir da mídia, de acompanhar de perto o conteúdo produzido, para que este seja fidedigno e útil”. Nessa esteira, importa mencionar Susanne Fengler [2]. Em 2014, a pesquisadora alemã liderou iniciativas como a *MediaAct*, que resultou na publicação *Journalists and media accountability: an international study of news people in the digital age*.

Embora o conceito de *accountability* ainda não seja suficientemente discutido aqui no Brasil, sua prática subsiste em variadas experiências jornalísticas, especialmente após o estreitamento da relação com público através das redes digitais. “As mídias sociais são um importante meio de se difundir e avançar nesta promoção da prestação de contas e da transparência na indústria do Jornalismo” (PAULINO; GOMES, 2019, p. 3). Todavia, os autores frisam outros fatores marcantes: vinculação econômica e concentração de propriedade das empresas de mídia na imprensa brasileira.

Segundo França (2012, p.11) (grifo nosso), já sabemos da mídia como “[...] instrumento ou dispositivo, por meio do qual se pode criar linguagem, formatar e

veicular produtos”, e como “espaço de troca e convivência, de consulta, de convocação”, mas ela é também “novo sujeito — quando percebemos que essa nova instância produz e configura um discurso próprio, e lugar de fala possante e poderoso” (FRANÇA, 2012, p. 11). Tal noção ajuda a entender como o acontecimento ganha uma segunda vida na dimensão simbólica.

Conforme a autora, a primeira vida do acontecimento ocorre no campo da experiência fática; já a segunda vida é quando ele “ganha existência simbólica e se transforma em discurso” (FRANÇA, 2012, p. 16). Isso ocorre tanto nas conversas informais quanto no jornalismo. Ao recriar discursivamente acontecimentos, além de espelharem uma realidade em seus múltiplos vieses, os meios de comunicação viram atores políticos. Completando a lista formada por partidos, empresas e instituições públicas/privadas, os meios de comunicação sobressaem por “sua atuação no espaço público, na legitimação das desigualdades existentes ou, ao contrário, na justificação e mobilização das lutas para combater as distâncias sociais” pujantes nas sociedades modernas e atuais (AVRITZER; COSTA, 2004 *apud* COSTA, 2018, p. 507).

Isso acontece no contexto da sociedade em rede, com uma circulação de informações jamais vista antes e um atravessamento entre papéis, desde a seleção das pautas até o consumo noticioso. Um questionamento se impõe: como o jornalismo profissional responde a essa cadeia de mudanças que o tem conduzido à perda da credibilidade e à proposição de “alternativas” à imprensa tradicional? Uma das primeiras indicações, que é defendida por muitos estudiosos, é a de que a citada crise tenha sido engendrada para possibilitar a transferência da credibilidade antes atribuída à imprensa para “vias alternativas”, especialmente sites e aplicativos para disseminação de “conteúdos”.

Tal perspectiva está alinhada à explicação de que, nessa ambiência, as narrativas não estariam atreladas (*a priori*) a constrangimentos éticos de jornalistas e empresas, tampouco teriam as limitações técnicas da mídia tradicional. Interfaces intuitivas dos sites e aplicativos permitem a qualquer um publicar conteúdo. Isso remete ao *frisson* dos primeiros anos da *web* e à crença na incondicional democratização. Todavia, a função qualificadora dos debates públicos no digital perde espaço para a discussão de seu uso indiscriminado, inclusive para fins antidemocráticos.

“Ao longo da história, os formatos da narrativa jornalística foram afetados pela tecnologia e relações de poder”, incorporando ao *ethos* profissional o “papel de mediar os assuntos de interesse amplo” (BRENOL; WEBER, 2020, p. 3). A imprensa intentou função mediadora/fiscalizadora dos poderes instituídos, ganhando alcunha de “Quarto Poder”. Todavia, tal poder é desmobilizado no pressuposto básico, razão pela qual o jornalismo deve remarcar seu lugar nesta sociedade funcionalista. Afinal, a que serviria o jornalismo hoje, se os fatos e acontecimentos são tão proximamente mediatizados via aplicativos de *smartphones*?

A questão não é simplesmente retórica. Antes, pelo contrário, nos leva a questionar “nosso lugar” nesse mundo cartesiano onde estamos alocados: jornalistas, a narrar acontecimentos vistos e revistos de variados ângulos. Portanto, não faria sentido essa profissão não fosse pela efetividade do seu papel de, como enfatizam Brenol e Weber (2020), qualificar democracias. Uma avalanche diária de informações é tornada noticiável, sendo submetida à expertise de curadores de notícias e ao crivo dos checadores de conteúdo [3]. De algum modo retomando um trabalho investigativo, eles credenciam ou desmentem narrativas disseminadas na *web* ou circulantes em *apps* de mídias sociais.

Conteúdos pretensamente informativos publicados em *blogs*, sites e aplicativos poderiam ser considerados jornalismo? Da perspectiva da liberdade de comunicar narrativas e pontos de vista dos fatos (descolando desse fazer profissional o monopólio da notícia fundada na “verdade” — reforçado pela queda do diploma, 2008), digamos que sim. Tudo isso, somado ao “fator tecnodemocrático” baseado no *laissez faire* e aplicado à produção aos moldes do “eu repórter”, nos autorizaria a dizer que, se não é jornalismo, seria algo ainda *melhor* que o jornalismo achincalhado de tendencioso e monopolizado.

Por tudo isso, ousamos acusar a existência de uma grave e atual incompatibilidade entre a função e o escopo do jornalismo. Em linhas gerais, subsiste uma contradição que mina o jornalismo no seu núcleo duro, lugar onde estaria sua resistência: credibilidade para mediar discursos. Como recuperá-la para a instituição jornalística quando esta se desenvolve ainda sobre frágeis bases político-econômicas diuturnamente atacadas e desacreditadas?

Referenciamos a contribuição do interacionismo simbólico, por entender que traz dois ganhos: ataca o mito do objetivismo e promove interpretação causal e moral dos acontecimentos. Ao olhar sobre si mesmo, o jornalismo permite “à opinião pública orientar a atuação das instituições democráticas” (ROCHA; GRADIM, 2020, p. 98). Não é tolerável um jornalismo meramente declaratório [4] — ainda mais guiado por míticos princípios de objetivismo e neutralidade — cujo papel de manter o *status quo* se resume apenas a entregar discursos implementados pelas mídias (servindo a interesses para os quais ainda permanece como veículo disseminador credível).

“Colocar palavras nas aspas de alguém” é a técnica pela qual se pretende tanto se eximir de juízos valorativos/interpretativos quanto apontar o sujeito de eventual responsabilização. Não raro, a narrativa jornalística serve de conduto para externalizar pontos de vista oportunamente desviantes em momentos críticos na política, na economia, na saúde... Seria o legado do jornalismo ser mero instrumental de poderes instituídos que especulam a opinião pública aproveitando-se de sua parcela de credibilidade?

E mais: qual o lugar do interesse público no jogo que tem tratado o jornalismo institucionalizado ora como vilão (acusado de disseminar “*fake news*” [5] quando

ousa questionar os padrões hegemônicos naturalizados), ora como arauto do esclarecimento (quando promove verdadeiro *lobby* político e econômico de certos grupos)? Mais do que propor soluções, levantamos questões consideradas por nós absolutamente urgentes para confrontar o jornalismo na atualidade.

Nesse sentido, acreditamos na contribuição de autores cujas ideias permitem cultivar a esperança da real e necessária mudança paradigmática no fazer jornalístico. Não se trata de perseguir uma solução “mágica” — e não somos ingênuos de pensar que isso dependeria dos jornalistas na ponta da linha. Mas entendemos, por outro lado, que o momento reivindica uma sacudidela nos preceitos éticos, técnicos, epistemológicos e praxiológicos conformadores do jornalismo. Cremos que isso inicia pelas instituições, sejam as autodeclaradas alternativas, independentes e engajadas ou os conglomerados midiáticos que precisam se ajustar a estes tempos.

Filiamo-nos à perspectiva de que esta crise teria sido fabricada pelos mesmos atores que já sustentaram o tradicional modelo de negócios baseado no marketing das grandes corporações midiáticas. Se hoje não é absolutamente imprescindível apelar à mídia *mainstream* para posicionar marcas no mercado, agendar protestos ou ganhar eleições, por que razão não deixar de investir fortunas alimentando o marketing de tais empresas (reduzir sua influência) e fortalecer o exitoso modelo de interação direta com o público? Adicionalmente, passa-se a controlar as instâncias envolvidas no processo e as narrativas que veiculam discursos de seu interesse exclusivo.

Esse complexo arranjo derroga o jornalismo profissional como instituição. Por consequência, é responsável pelo enfraquecimento das democracias ao redor do mundo. Não se trata, pois, de analisar fenômenos ou fatos isolados para buscar uma aparente coerência no *modus operandi* de um movimento global, mas de evidenciar as instâncias de um processo macropolítico condizente com a ordem do século XXI, que decolou no pós-2008 — e cuja repercussão desafia a continuidade de todo o sistema.

Em outras palavras, é dizer que a possibilidade de comunicação direta (e efetiva) entre os atores sociais esvazia a instituição do jornalismo como mediadora de discursos nesta nova configuração. Assim, avançamos a outro questionamento: nesse projeto, em franca expansão, como têm se comportado jornalistas, empresas jornalísticas e conglomerados de comunicação para manter o “*status* de mediadores”, como o foram no mundo moderno e com o qual garantiram um lugar privilegiado?

Segundo Weber (2011, p. 198), o poder da mídia reside na sua capacidade de “aglutinar informações do mundo e torná-las visíveis. Como espaço privilegiado de visibilidade e com poderosos argumentos estéticos e tecnológicos, a mídia informa, expõe, persuade e serve aos acontecimentos como mediador, suporte e testemunha [...]”. A mídia tem capacidade de atribuir legitimidade ao discurso político, de modo a tornar acontecimentos no que a autora nomeia de “espetáculos político-midiáticos”.

Já a “fragilização das instituições políticas e a chamada crise de representação que as torna submissas à agenda midiática” (WEBER, 2011, p. 196), cremos que

estaria relativizada quanto às mídias tradicionais. Para Weber (2011, p. 196), “a contemporaneidade, com todos os dispositivos de ordem estética, tecnológica e mercadológica, potencializa quaisquer discursos passíveis de dramatização, marcados pela linguagem informativa ou persuasiva”. Em última análise, ao aceitar que o poder da mídia é relativo, perseguimos possibilidades não de recuperar um “monopólio da informação”, mas de assegurar a relevância do próprio jornalismo no contexto atual.

No mais das vezes, as reportagens são elaboradas como meros recortes de falas de autoridades e construídas em narrativas por elas direcionadas nas mídias sociais e tão somente tomadas de empréstimo sob a roupagem da pirâmide. Não há crítica nem aprofundamento e não há sequer alguma criticidade sobre o valor-notícia arbitrariamente atribuído a *fatós* que, a priori, são “noticiáveis”. O jornalismo se distingue pela possibilidade de ir além da mera exposição do acontecimento.

Hoje as pautas da mídia tradicional são agendadas, muitas das vezes, por perfis em redes sociais ou pelo *Google Trends*. E isso leva a outro aspecto atinente à discussão: o jornalismo declarativo domina o noticiário. A pretexto da imparcialidade e da objetividade, e para não perder o furo ou ficar atrás, não há aprofundamento, pesquisa ou checagem. As técnicas de reportagem há muito ensinadas nas faculdades — atualizadas pela *web*, aplicativos e ferramentas de coleta e conferência no *Big Data* — são abandonadas com frequência.

Num mundo onde todos são tão “próximos” dos acontecimentos, fala-se, segundo Ramonet (1999, p. 61), “em termos extremos, que o próprio jornalista é demais, já está sobrando, neste face a face telespectador/história [...]. Restabelece-se, assim, pouco a pouco, a ilusão de que ver é compreender”. Ainda segundo o autor, é “cada vez mais difícil para a mídia distinguir, estruturalmente, o verdadeiro do falso. Também neste caso, a internet agrava as coisas, pois o poder de veicular é descentralizado” (RAMONET, 1999, p. 61). Essa discussão é antiga, e não iremos retomar com mais profundidade, mas apontá-la como um dos grandes desafios do jornalismo hoje: redefinir seu lugar.

Se tomamos por verdadeiro que nenhuma notícia se constrói sem o devido enquadramento — atores, contexto e desdobramentos, segundo Blumler e Coleman (2017, p. 16), é por esse mesmo motivo que “o jornalismo tem a necessidade de trazer enquadramentos alternativos ao pensamento majoritário” como, por exemplo, “[...] mostrar a necessidade de se aumentar os gastos com o Estado de bem-estar em serviços públicos, além da importância em diminuí-los; descrever a imigração como um processo enriquecedor e não como ameaçador” (BLUMLER; COLEMAN, 2017, p. 16).

Ainda que seja relevante recorrer às fontes oficiais credenciadas e já bem articuladas com a mídia tradicional (a óbvia comodidade dos discursos prontos), Blumler e Coleman (2017, p. 17) apontam para a principal nocividade dessa via de mão única, a “regular, persistente e sistemática exclusão e distorção de situações,

experiências, necessidades, reivindicações e pontos de vista dos grupos mais marginalizados da sociedade [...]”. Quando muito, tais grupos são personagens a ratificar discursos já constituídos e trancados entre aspas. Ora, o trabalho jornalístico envolve fatores e condicionantes que não podemos ignorar — “motivação, compromisso, alvos, disponibilização de recursos e diversidade de técnicas” (BLUMLER; COLEMAN, 2017, p. 18).

Nesse rol estão quesitos de ordem ideológica, que podem explicar, por exemplo, a “parceria” entre as gigantes das mídias sociais e os ideais que levaram Trump à Casa Branca. Gerbaudo (2018) afirma que essa “união”

[...] deve ser entendida à luz de fatores ideológicos e da postura transgressora e rebelde que passou a ser associada a mídias sociais em momentos do rápido desenvolvimento tecnológico e coincidiu com uma profunda crise econômica que abala a legitimidade da ordem neoliberal [6] (GERBAUDO, 2018, p. 746) (tradução nossa).

Tal força ajuda a manter pulsantes os pressupostos do neoliberalismo, em geral associado a uma moralidade retrógrada, reacionária e fortemente conservadora. Por outro lado, o recorte ajuda a perceber algumas das principais incoerências do jornalismo diante dos acontecimentos nas décadas de 2000 a 2020. Observamos o avanço da direita conservadora e reacionária na Europa [7] e nas Américas, com destaque nos Estados Unidos de Trump e para os países latinos, dentre os quais Argentina (Macri), Brasil (Jair Bolsonaro), Bolívia (Jeanine Áñez), Chile (Sebastián Piñera), Colômbia (Iván Duque), Equador (Lenín Moreno), Paraguai (Mario Benítez), Peru (Francisco Sagasti), Uruguai (Luis Alberto Pou), Guatemala (Giammattei) e Honduras (Juan Hernández).

No Cone Sul, existem modelos de democracia social que enfrentam movimentos pendulares da esquerda à direita, segundo Téllez Garzón (2017, p. 391), “com todas as repercussões políticas e sociais que este fato acarreta, de maneira particular no Brasil e na Argentina”. Similarmente ao Brasil, “a Argentina aparece nesse panorama como evidência da transição entre a hegemonia da esquerda para a direita” (TÉLLEZ GARZÓN, 2017, p. 392), com a substituição de Cristina Kirchner por Mauricio Macri, em 2015.

Acionamos a lucidez com a qual Avritzer (2020) aborda as várias nuances da crise do governo Bolsonaro, especialmente a experimentada durante a primeira onda da pandemia de Covid-19 no país (até meados de julho de 2020). Em linhas gerais, ele aponta perspectiva possível de “pós-bolsonarismo”, como um antídoto da “antipolítica”.

Conforme avalia, “o Brasil destruiu suas forças de centro entre 2014 e 2018 por uma via judicial-midiática” (AVRITZER, 2020, p. 39), e, numa ânsia moralizante sem precedentes, “um sistema político que havia sido capaz de estabilizar a moeda e diminuir efetivamente a pobreza passou a ser julgado unicamente pela propensão

a gerar mais ou menos casos de corrupção [...]” (AVRITZER, 2020, p. 39). Nesse jogo, a mídia angaria boa parcela de responsabilidade, pois sustentar tal posição foi o equivalente a “aceitar os elementos da antipolítica”, mesmo que de modo indireto.

Após essa breve ilustração do panorama político, acionamos Téllez Garzón (2017, p. 392) quanto à existência de atores sociais relevantes devido aos “processos de interação que geram”. A autora os nomeia: meios de comunicação, jornalistas, observatórios e ouvidorias de mídia. Prosseguindo, aponta a nova reconfiguração do

[...] ecossistema midiático caracterizado por múltiplos atores, onde coexistem os chamados ‘velhos’ e ‘novos’ meios de comunicação num ambiente digital e onde se viabilizam múltiplas propostas de linguagens, narrativas e estéticas, através de diferentes plataformas. (TÉLLEZ GARZÓN, 2017, p. 393)

Em relação à democracia midiática, a pesquisadora explica:

[...] a crise política que a caracteriza evidencia a necessidade urgente de reconfiguração deste cenário orientado para a reconstrução de um novo projeto democrático em que a participação da comunicação e das mídias aparece como um ator fundamental. (TÉLLEZ GARZÓN, 2017, p. 391)

Concepção pertinente é a trazida por Gomes (2018, p. 15), para quem os “recursos tecnológicos, projetos baseados em tecnologias da comunicação e até experiências de uso pessoal e social das tecnologias de comunicação e informação podem produzir mais e melhores democracias”. O autor desconstrói o argumento de que uma democracia digital viria a reboque de mais recursos tecnológicos.

Democracias complexas têm tantas necessidades que cogitar que tudo possa ser resolvido com mais recursos tecnológicos para participação ou deliberação chega a soar ingênuo. [...] nossas sociedades, além de complexas, são consideravelmente pluralistas. (GOMES, 2018, p. 99)

Essa ideia é falaciosa na medida em que a democracia, no digital, é mais a manifestação daquilo que se construiu antes; a tecnologia não é fim, mas um meio que expressa o preexistente.

Não por acaso, vemos hoje a derrocada de direitos sociais e de direitos humanos, tudo isso reverberando de uma notória insensibilidade com o diferente e o enfraquecimento das democracias mais recentes e instáveis. O neoconservadorismo embalado pela nova direita preocupa pela sua potência destruidora, assim como pela capacidade de agregar grupos heterogêneos em torno de um inimigo comum. No caso de países europeus, a variedade da composição logra reunir tendências xenófobas, populistas, ultraconservadoras e neonazistas (EXTREMA..., 2020, On-line).

Diante disso, há o jornalismo que se tem deixado ser construído e levado adiante num mundo que requer mais interesse público e menos “objetivismo”. Um jornalismo

utilitário atua como ferramenta a serviço do *status quo* conservador e reacionário, já que não o enfrenta e não questiona seus métodos e objetivos, sejam eles explícitos ou implícitos.

Ao abordar autonomia do jornalista e política editorial sob os aspectos ético e epistemológico na perspectiva do paradigma construtivista, Rocha e Gradim (2020, p. 96) refletem sobre

[...] o compromisso do jornalismo com a ética da comunicação e uma postura moral pós-convencional fundada no compromisso do jornalismo com o fortalecimento da autoridade do público e o empoderamento da cidadania. (ROCHA; GRADIM, 2020, p. 96).

A argumentação por nós elaborada caminha nesse mesmo sentido, pois cremos de fato na perspectiva do algo a mais. E os autores questionam a concepção acadêmica do “jornalismo objetivista”, cujo valor central e medida da qualidade tem fundamento no positivismo, “numa teoria da verdade como correspondência em que o jornalista deve ser neutro e imparcial, evitando emitir juízo de valor” (ROCHA; GRADIM, 2020, p. 97). De outro lado está o paradigma construtivista, “baseado na teoria consensual da verdade em que o profissional precisa articular e mediar a discussão pública contemplando a diversidade significativa de versões existentes na sociedade” (ROCHA; GRADIM, 2020, p. 97).

Esse jogo de posições discursivas invocadas pelo jornalismo é responsável por engendrar o “clima de opinião”, conceito de Noelle-Neuman (2017 *apud* ROCHA; GRADIM, 2020), para quem a mídia molda tendências sociais ao divulgar certos posicionamentos. “Para a pesquisadora alemã, o tipo de funcionamento distorcido das instituições midiáticas expressa uma tendência anômica que desautoriza os valores éticos e morais imprescindíveis à vida democrática” (ROCHA; GRADIM, 2020, p. 97). De outro lado, o paradigma construtivista “pressupõe a definição do significado através do processo de negociação intersubjetivo pelos participantes da comunidade de comunicação” (ROCHA; GRADIM, 2020, p. 99).

Sim, significados são negociáveis, e entendemos que o jornalismo pode fornecer os pontos de vista diversos – contextualizados, problematizados e até questionados – a partir dos quais a negociação intersubjetiva será possibilitada em relação aos poderes constituídos, às instituições democráticas e à própria mídia jornalística. Mídia esta que, sabemos, não é isenta de intencionalidades, tampouco neutra. É viável uma alternativa menos insidiosamente autodeclarada objetiva, isso porque, como argumenta Bourdieu (2008), a língua, quanto mais isenta diz ser, mais esconde o componente da violência simbólica. Do mesmo modo é o ponto de vista único na política: quanto mais se intitula democrático e apaziguador, mais esconde o seu caráter autoritário e despótico.

Se já reconhecemos a mídia como indispensável ator social (TÉLLEZ GARZÓN,

2017, p. 392), é igualmente relevante reconhecer a força performativa do público na conformação da dinâmica social. Para Esteves (2011, p. 157), é a opinião pública a responsável por traduzir “[...] o tal alto estado de excitabilidade intelectual capaz de fazer com que um determinado número de pessoas (em inter-relação) se constituam, propriamente, como um agente de ação — um ator social coletivo”.

O poder da mídia é equivalente, em credibilidade retributiva, à capacidade de mobilizar elementos simbólicos na comunicação argumentativa. As racionalidades são acionadas e agregadas às narrativas daquele primeiro ator social. Mas o público, como todos sabemos, não se confunde com a massa; e tampouco poderia ainda ser “transmutado em audiência” (ESTEVES, 2011, p. 162). Tal aspecto ilusório, visado em parte pela mídia tradicional, é o “calcanhar de Aquiles” atacado em empreitadas que minam há décadas o monopólio da informação materializado na notícia.

Com mais incertezas do que certezas, avançamos para o último questionamento que dá fôlego à discussão: outro jornalismo é possível? Neste ponto, frisamos: não é que estejamos colocando a responsabilidade de manter vivas as democracias do mundo nas mãos do jornalismo. Inclusive porque há outras tantas instituições bastante articuladas nesse propósito (ex.: universidades, entidades não-governamentais/intergovernamentais, organizações sindicais e político-partidárias). Acontece que o jornalismo, no quinhão que lhe cabe de indutor democrático, agoniza.

O jornalismo, diferente dessas instituições, não se sustenta num espírito de corpo que seja suficientemente capaz de resistir aos ataques sistematicamente empreendidos e cada vez mais perspicazes. Nesse jogo, cada jornalista, empresa ou conglomerado do setor se força a escolher lados, a lutar entre si até o colapso em meio a uma guerra onde todos tendem à derrota, o que os teóricos das relações internacionais – no caso do trato entre Estados – chamariam resultado de soma zero. No caso particular do jornalismo institucionalizado, a ideia se resume a enfraquecer e desagregar para, enfim, provar a dispensabilidade do jornalismo como instituição.

Ao assumirem que a análise dos sistemas de comunicação política hoje empregada está desatualizada, os pesquisadores Blumler e Coleman (2017, p. 7) propõem “uma definição sensível à comunicação da democracia; os propósitos da comunicação cívica; avaliações dos papéis de mídia em termos desses propósitos; o eixo política-mídia; e novos papéis dos cidadãos nas condições das novas mídias”.

Voltemos à questão condutora: outro jornalismo é possível? McLeod (2014 *apud* BLUMLER; COLEMAN, 2017, p. 11) explica: “[...] quando essas forças opostas se confrontam em suas trincheiras ideologicamente escavadas, a informação tende a se tornar um instrumento de guerra, e não um auxílio para o entendimento”. Sobre a comunicação cívica, estes autores evidenciam a manutenção de “linhas múltiplas de comunicação transversal”, pelas quais a mídia possa corroborar com um “discurso democrático enriquecido em que as instâncias sociais são ultrapassadas e os modos políticos de ‘abordar as massas’ dão lugar a conversas mais fluidas” (BLUMLER;

COLEMAN, 2017, p. 12) (grifo do autor).

Ao referenciar pesquisas comparativas entre veículos comerciais e públicos nas tendências de compor notícias políticas, Blumler e Coleman (2017, p. 13) notaram que, no primeiro caso, as organizações midiáticas fazem “jornalismo explicativo”, ou seja, com o objetivo de “complementar os fatos sobre eventos políticos com comentários interpretativos [...] e adaptar suas observações à vida cotidiana da audiência”. Já as emissoras públicas “investiram mais fortemente na análise de notícias [no propósito de] contextualizar os assuntos, tanto em termos de tendências econômicas, como de implicações políticas” (BLUMLER; COLEMAN, 2017, p. 13).

Acerca do abandono da “finalidade cívica da mídia”, Ramonet (1999, p. 63) é enfático ao dizer que a concorrência cada vez mais acirrada entre os grupos midiáticos os levou a “abandonar, mais ou menos cinicamente” referida finalidade, isso porque “o que conta é a rentabilidade econômica, o lucro”. Certamente, esse autor não poderia prever, há mais de duas décadas, a configuração do ecossistema midiático de hoje, mas foi assertivo sobre o afastamento crescente entre o jornalismo e o interesse público.

Numa tentativa arriscada de pensar o futuro como progresso, passamos a traçar uma proposta de fechamento para nossas conjecturas. Tal como as iniciativas de cooperação institucional no campo das ciências, empreendidas no anseio de se ter uma ciência aberta e colaborativa, cujo escopo seja alcançar o bem comum — em se tratando das democracias nas sociedades ocidentais, poderia haver um caminho mais ou menos parecido a ser seguido no jornalismo profissional (a instituição). É o que chamamos jornalismo de coalizão. Por isso, é coerente crer em modelos alternativos aos que sustentaram o jornalismo “moderno”, mas que hoje ameaçam sua autonomia como instituição capaz de qualificar as democracias e, ao mesmo tempo, de manter-se viva e relevante nas sociedades desta época.

A primeira alternativa se constitui na ideia de “informação como direito”, mas não qualquer informação, sim a jornalisticamente tratada. Ela cria uma ponte entre jornalismo profissional e financiamento público ou parcialmente público dessa atuação. Claro, há pontos favoráveis e contrários à implementação. O primeiro deles é a distinção entre estatal e público, que precisa ser bem demarcada para não tornar o financiamento uma forma desviante, que atuaria mais como um recurso a serviço do Estado e das razões governamentais preponderantes.

Uma iniciativa do *Swissinfo.ch* [8] mapeou o modo de organização das mídias públicas em 11 países (WARTBURG, 2018, On-line). O resultado, publicado em 7 de fevereiro de 2018, apresenta os modelos e seus entraves. A seguir, listamos o país, o modelo vigente e o autor de cada levantamento: na China, há dependência do Estado (Jufang Wang); no Brasil, as oligarquias ainda dominam (Ruedi Leuthold); na Índia, há financiamento estatal direto e censura (Shuma Raha); na Rússia, a mídia privada está sob controle estatal (Fjodor Krascheninnkow); na Itália, emissoras públicas são

pressionadas (Angela Katsimada); enquanto no Japão, não há publicidade para as emissoras públicas (Fumi Kashimada); na França, Paris sonha com a BBC francesa (Mathieu van Berchem); na Alemanha, há imposto por lar para as emissoras públicas (Petra Krimphove); nos Estados Unidos, imperam as emissoras privadas (Lee Banville); na Espanha, há financiamento via emissoras privadas (José Wolff); e a Tunísia tem mídia vulnerável ao desperdício e à corrupção (Rachid Khechana). Existem diferenças sensíveis mesmo naqueles países geograficamente próximos, porque a forma de se estruturar as mídias depende muito mais de fatores políticos e do entendimento sobre a função daquelas no âmbito interno.

Outra alternativa é o fortalecimento dos modelos autossustentados, por meio dos quais o poder de financiamento é levado às mãos do público, seja por assinaturas periódicas ou pela venda de produtos. Esse modelo é bastante comum na atualidade, sendo utilizado também por organizações de jornalismo engajado e independente. Todavia, podemos apontar algumas importantes questões quanto a essa referência. A primeira diz respeito ao custo para se ter acesso à informação definida como “credível, de qualidade e completa”, limitando-a aos que oferecerem uma contrapartida pecuniária, ao contrário da situação anterior. Em segundo lugar, a não ser que haja métodos de *media accountability*, não se pode concluir que o acesso pago já seja a garantia que conferirá a “qualidade” jornalística esperada.

Ao abordar inovação e disrupção como dois dos elementos essenciais à sustentabilidade do jornalismo profissional, Ito (2020) lista os modelos empregados hoje, os quais apresentamos a seguir: a) Publicidade de conteúdo, quando se publica conteúdo patrocinado em formato de editorial, usado em geral na “publicidade nativa” de marcas parceiras; b) *Crowdfunding* — com mais adeptos no jornalismo investigativo, independente e pautado em direitos humanos (TIB), cujas campanhas visam ao alcance de metas entre os leitores-patrocinadores; c) *PayWall* é o modelo mais usado por jornais on-line ligados a grupos de comunicação do *establishment*, que adaptaram o modelo de assinatura para o meio digital; e d) *Chatbots* e *Apps*, em que a proposta é aproveitar as informações personalizadas para customizar o envio de notícias aos dispositivos móveis dos adeptos. Em cada modelo, frisamos, nota-se o desejo de prestar a informação, mas, igualmente, de receber a contrapartida por ela.

De certo, cada um desses pontos poderia ser tema de um ensaio, razão pela qual não iremos adentrar no mérito das problemáticas levantadas quanto aos modelos citados. Por outro lado, apresentamos, como alternativa de menor impacto, o modelo colaborativo de ecologia das mídias jornalísticas, inclusive pela agregação de atores em posições diferentes no ecossistema da comunicação, mas na expectativa de manter suas atuações tão autônomas quanto possível numa realidade do que se poderia denominar jornalismo de coalizão [9].

Quanto ao modelo de negócios, entendemos a relevância de financiamento direto da sociedade pela contrapartida da autonomia nas coberturas em pautas de interesse

social. Nessa proposta, o jornalismo se constrói a partir da coordenação de interesses comuns (a exemplo do consórcio criado durante a pandemia de Covid-19) [10] ou da parceria entre o site *The Intercept Brasil* (independente) com a *Veja* (conglomerado) no caso das denúncias de comunicações ilícitas entre o Judiciário (Sérgio Moro) e o Ministério Público Federal (Deltan Dalagnol) no caso da Lava Jato, conhecido como “Vaza Jato” [11]. Se essa tendência for amplamente levada à prática, pode-se dizer que é um ponto de virada para fortalecer o jornalismo como instituição.

Notas

[1] “Ocorrências que se destacam ou merecem maior destaque. [...] existe uma prática específica, o jornalismo, que se constrói exatamente em torno dos acontecimentos” (FRANÇA, 2012, p. 12); “fatos que ocorrem a alguém; que provocam a ruptura”. (FRANÇA, 2012, p. 14)

[2] As referências das principais obras estão disponíveis em: <<https://bit.ly/3SswKBB>>. Acesso em: 05 jul. 2022.

[3] Sobre desinformação, consultar obra de WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Estrasburgo: Council Of Europe, 2017.

[4] Ainda que não apresente conceito fechado de jornalismo declaratório, Oliveira (2018, p. 18) elenca técnicas usadas exaustivamente pelos profissionais da área e tidas como características marcantes, como a presença exagerada de aspas e verbos dicendi.

[5] Sobre o conceito, ver: TANDOC JR., E. C.; LIM, Z. W.; LING, R. Defining “Fake News”, **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018. DOI: <<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>>.

[6] “[...] this partnership also needs to be understood in light of ideological factors, and the transgressive and rebellious posture that has come to be associated with social media at times in which rapid technological development has coincided with a profound economic crisis shaking the legitimacy of the neoliberal order”. (GERBAUDO, 2018, p. 746)

[7] A “extrema direita” já comanda Polônia, Hungria e República Tcheca, e em coalizão na Itália, Áustria, Finlândia, Letônia, Eslováquia e Bulgária. (EXTREMA..., 2020, On-line)

[8] Disponível em: <<https://bit.ly/3NcyvyV>>. Acesso em: 23 out. 2020.

[9] Em geral, atribui-se sentido negativo; todavia, *coalitio* vem do latim “combinação, união”, do verbo *coatus* (particípio passado de *coalescere* - “junto”). (ORIGEM DA PALAVRA, 2020, On-line)

[10] Após constantes atrasos no fornecimento das informações oficiais dos números de infectados e mortos por Covid-19 no Brasil, com aparente negligenciamento da importância de informar até o fechamento dos jornais de TV (principalmente), o consórcio passou a coletar esses dados diretamente das secretarias de saúde estaduais, tornando-se referência para outros veículos de imprensa e agregando a variável “mídia móvel” ao levantamento.

[11] Disponível em: <<https://bit.ly/2KZBzTq>>. Acesso em: 23 out. 2020.

Referências

- AVRITZER, L. **Política e Antipolítica: a crise do governo Bolsonaro**. São Paulo: Todavia, 2020.
- BLUMLER, J. G.; COLEMAN, S. A democracia e a mídia revisitadas. **Compolítica**, v. 7, n. 2, p. 7-34, 2017. DOI: <<https://doi.org/10.21878/compolitica.2017.7.2.119>>.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer**. 2. ed. São Paulo: EdUSP, 2008.
- BRENOL, M. V.; WEBER, M. H. Interesse público e política na prática do jornalismo de dados no Brasil. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 29., 2020, Campo Grande. **Anais [...]**. Campinas: Galoá, 2020. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2020/papers/interesse-publico-e-politica-na-pratica-do-jornalismo-de-dados-no-brasil>>. Acesso em: 11 jan. 2021.
- COSTA, S. Estrutura social e crise política no Brasil. **Dados**, v. 61, n. 4, p. 499-533, 2018. DOI: <<http://dx.doi.org/10.1590/0011525820181666>>.
- ESTEVES, J. P. **Sociologia da Comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.
- EXTREMA direita avança na Europa. **Deutsche Welle**, [S.l.], On-line, 29 abr. 2019. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/extrema-direita-avan%C3%A7a-na-europa/a-48527752>>. Acesso em: 20 dez. 2020.
- FRANÇA, V. O acontecimento e a mídia. **Galaxia**, n. 24, p. 10-21, 2012. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/12939>>. Acesso em: 12 jan. 2021.
- GERBAUDO, P. Social media and populism: an elective affinity?. **Media, Culture & Society**, v. 40, n. 5, p. 745-753, 2018. DOI: <<https://doi.org/10.1177/0163443718772192>>.
- GOMES, W. **A democracia no mundo digital: história, problemas e temas**. São Paulo: Edições Sesc, 2018.
- GÖRGEN, J. Sistema Central de Mídia: conglomerados de comunicação no Brasil. *In*: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C. (orgs.). **Comunicação Pública e política: pesquisa e práticas**. Florianópolis: Insular, 2017, p. 483-508.
- GREENWALD, G.; POUGY, V. Intercept e Veja publicam reportagem de capa que mostra impropriedades em série – e inéditas – de Sergio Moro na Lava Jato. **The Intercept Brasil**, [S.l.], On-line, 5 jul. 2019. Disponível em: <<https://theintercept.com/2019/07/05/veja-conduta-moro-lavajato/>>. Acesso em: 23 nov. 2020.

ITO, L. L. Inovação e disrupção como elementos essenciais à sustentabilidade do jornalismo profissional. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 43., 2020, Salvador. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2020. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0367-1.pdf>>. Acesso em: 11 jan. 2021.

OLIVEIRA, I. D. **Jornalismo Declaratório**. São Paulo: Casa Flutuante, 2018.

ORIGEM DA PALAVRA. **Coalizão**, On-line, 2020. Disponível em: <<https://origemdapalavra.com.br/palavras/coalizao/>>. Acesso em: 26 out. 2020.

PAULINO, F. O.; GOMES, R. O. M. Jornalismo e Accountability no Brasil: como jornalistas percebem e vivenciam a accountability no contexto brasileiro. *In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM JORNALISMO INVESTIGATIVO DA ABRAJI*, 6., 2019, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Abraji, 2019. Disponível em: <https://projetos.abraji.org.br/seminario/PDF/6/FERNANDO_OLIVEIRA_PAULINO_et_al-Jornalismo_e_Accountability_no_Brasil.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2020.

RAMONET, I. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

ROCHA, H. C. L.; GRADIM, A. M. A. Autonomia do jornalista, ética e política editorial: as implicações do enquadramento da notícia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 17, n. 1, p. 96-108, 2020. DOI: <<https://doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p96>>.

TÉLLEZ GARZÓN, M. P. Observatório e ouvidorias de mídias no Brasil, Colômbia e Argentina. *In: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C. (orgs.). Comunicação Pública e Política: pesquisa e práticas*. Florianópolis: Insular, 2017, p. 391-404.

WARTBURG, R. G. Países diversos e seus diferentes sistemas de mídia. **Swissinfo.ch**, [S.l.], On-line, 7 fev. 2018. Disponível em: <https://www.swissinfo.ch/por/sociedade/m%C3%ADdia-p%C3%BAblica_outros-pa%C3%ADses---outros-sistemas-de-m%C3%ADdia/43869296>. Acesso em: 23 out. 2020.

WEBER, M. H. Do acontecimento público ao espetáculo político-midiático. **Caleidoscópio**, n. 10, p. 189-204, 2011. Disponível em: <<https://recil.ensinolusofona.pt/handle/10437/6068>>. Acesso em: 10 out. 2020.