



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Perspectivas sobre as funções dos jornalistas na era pós-industrial¹

Perspectives about journalists' functions in the post-industrial era

Lívia Guilhermano²

Resumo: Este artigo propõe uma discussão acerca do espaço do jornalista profissional na era pós-industrial. Nosso objetivo é debater quais as funções do jornalista nesse ecossistema, uma vez que há uma emergente cultura da participação, em que todos têm a possibilidade não apenas consumir, mas também de produzir, compartilhar e interferir no conteúdo jornalístico. Através de uma revisão bibliográfica de autores norte-americanos do século 21, observamos que o jornalista tem o desafio de incluir público, máquinas e multidões em sua atividade diária. Enquanto o seu tradicional papel de *gatekeeper* fica enfraquecido nesse ambiente, outras funções são fortalecidas – como a de curador. Também surgem novas funções – como a de empoderador, que dá ferramentas aos cidadãos para produzir e receber informações confiáveis.

Palavras-chave: jornalismo pós-industrial; jornalista profissional; cultura da participação

Abstract: The purpose of this article is to raise a discussion about the place of professional journalist in post-industrial era. We aim to debate what are the journalists' functions in this ecosystem, considering that there is an emerging participatory culture, that allows everyone not only to consume, but also produce, share and interfere in the journalistic content. By making a literature review of North Americans authors of 21th

¹ Trabalho apresentado ao III Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 6 a 10 de maio de 2019.

² Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS). Especialista em Televisão e Convergência Digital pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Century, we observed that the journalists face the challenge of including public, machines and crowd in daily activity. Meanwhile the traditional gatekeeper role is getting weaker in this environment, other functions are stronger – like the curator. Also new functions arise – for example, the empowerer, that gives tools to citizens to produce and consume reliable informations.

Keywords: post-industrial era; professional journalist; participatory culture

1. Introdução

Há mais de duas décadas estamos testemunhando a difusão da internet nos diferentes espaços sociais e a descoberta de novas ferramentas que fazem parte dos diversos âmbitos da nossa vida. Ainda que não sejam mudanças abruptas, a sensação é de que vivemos novos tempos e que precisamos nos adaptar. Essa premissa é especialmente verdadeira para quem trabalha com o jornalismo e precisa encontrar sentido na sua atividade diante de tantas transformações.

“Adaptação aos novos tempos” é justamente o subtítulo do relatório “Jornalismo pós-industrial” produzido no *Tow Center for Digital Journalism*, da *Columbia Journalism School*, por Anderson et al. (2013), que analisa o jornalismo no contexto norte-americano. Para os autores, observamos uma explosão de novas técnicas e ferramentas nos últimos anos, a partir de uma maior distribuição da internet, que tem transformado os métodos de apuração e divulgação de notícias. Essas mudanças provocaram uma revolução em todo o ecossistema jornalístico, com a inclusão de novos agentes – amadores, multidões, máquinas –, obrigando o jornalista a repensar o seu papel e o seu modo de agir.

Considerando o ecossistema jornalístico descrito por Anderson et al. (2013), o presente artigo propõe levantar a discussão sobre as funções do jornalista hoje, diante



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

das transformações trazidas pela difusão da internet e das redes sociais digitais. Para isso, pretendemos fazer uma revisão bibliográfica, a partir de pesquisadores norte-americanos que estudam as mudanças no jornalismo contemporâneo. Nosso objetivo é levantar diferentes pontos de vista sobre o assunto, a fim de subsidiar estudos na área, sem a pretensão de esgotar o debate.

O jornalista profissional não é mais o primeiro a informar sobre um acontecimento? Em tempos de superabundância de informações, ele perdeu a função de selecionar o que o público deve saber? São questões que pretendemos debater no presente trabalho, considerando a complexidade de se compreender um momento enquanto ele é vivido (CHARRON; DE BONVILLE, 2016).

Neste artigo, dividiremos a discussão em duas partes. A primeira tem como objetivo traçar um panorama das características do ecossistema do jornalismo contemporâneo: o que mudou com a introdução da internet e das mídias sociais digitais em termos de audiência e também para as empresas do setor. Na segunda parte, trataremos a discussão das consequências dessas mudanças para o jornalista profissional: o que muda, de acordo com diferentes autores, na sua função social e no seu *modus operandi*.

2. Do industrial ao pós-industrial

O jornalismo do século 20 era caracterizado por um número restrito de empresas que produziam em escala industrial. Nesse contexto, era bastante improvável que qualquer iniciativa independente que quisesse entrar nesse cenário ou criar algum produto competitivo seria bem-sucedida. Não havia como fazer parte desse círculo, sem haver uma grande estrutura para isso, conforme Anderson et al. (2013). O termo “jornalismo pós-industrial”, adotado pelos pesquisadores norte-americanos, designa uma superação de um modelo, preponderante até então, de ligação do fazer jornalístico



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

com o maquinário de produção.

Para imprimir e distribuir um jornal diário, era preciso uma equipe grande e qualificada – e maior ainda para produzir e transmitir um telejornal. A concorrência era limitada por esses custos e dificuldades, bem como pelo alcance geográfico de caminhões de entrega e sinais de transmissão. No pequeno número de organizações com meios para criar e distribuir notícias, estruturas profissionais completas foram erigidas. [...] 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. Departamentos de jornalismo de emissoras de rádio e TV seguiram o mesmo padrão, inventando categorias e práticas profissionais para subdividir e sistematizar tanto o trabalho como distintas categorias de profissionais envolvidos na produção de notícias para a radiodifusão (ANDERSON et al., 2013, p.72).

Concordamos com Anderson et al. (2013) quando caracterizam a atividade jornalística do período industrial como um processo linear. Repórteres e editores criavam o produto, decidiam quando estava pronto e o distribuía. A distribuição, por sua vez, passava pelas torres de transmissão ou rotativas. Já a audiência era receptora do produto, em seu formato final. “A notícia era algo que recebíamos, não algo que usávamos. Se quiséssemos tornar pública a nossa própria opinião, precisávamos pedir permissão a profissionais”, que poderiam, então, colocá-la na seção de cartas de uma publicação ou ceder um espaço limitado em um programa de rádio ou televisão aberto à participação do público (ANDERSON et al., 2013, p. 70). Havia, portanto, uma clareza de divisão quase total entre profissionais e amadores. Esse modelo ainda é central para



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

muitas instituições, mas o ecossistema jornalístico³ como um todo está longe de ser dominado por ele.

O que testemunhamos na transição para o século 21, porém, foi o surgimento de inovações que se traduziram em transformações sociais e culturais e que vão muito além de um processo tecnológico. Uma cultura da convergência está se consolidando, à medida que o conteúdo passa a fluir por múltiplas plataformas de mídia, a relação entre produtores e consumidores se modifica e o público reconhece o potencial inclusivo das mídias sociais digitais no processo comunicacional (JENKINS, 2009). Assim, o que se observa, segundo Anderson et al. (2013), não é a entrada de um novo ator em cena – a internet –, mas a transformação de todo ecossistema jornalístico.

De acordo com Anderson et al., nas últimas décadas,

todo mundo passou a ter muito mais liberdade. Produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a turma anteriormente conhecida como audiência gozam hoje de liberdade inédita para comunicar, [...] sem as velhas limitações de modelos de radiodifusão e da imprensa escrita (2013, p.32).

O termo “audiência”, de acordo com os autores, pode ser usado, desde que não se perca de vista o fato de que as pessoas não são apenas receptoras de conteúdo produzido pela mídia. Hoje, todo mundo pode fazer muito mais. Segundo Shirky (2011, p.25), que percebe uma emergente “cultura da participação”, “as pessoas gostam de consumir, mas também gostam de produzir e de compartilhar. Nós sempre gostamos dessas três atividades, mas a mídia tradicional premiava apenas uma delas”. Isso não significa, segundo o autor, que as pessoas vão deixar de assistir à televisão negligentemente. Em determinados momentos elas serão apenas consumidoras, mas, em outros, agirão como produtoras, editoras e distribuidoras de conteúdo.

³Anderson et al. (2013) utilizam o termo ecossistema jornalístico para trazer a ideia da totalidade do ambiente de produção, disseminação e recepção do jornalismo contemporâneo, ressaltando a profundidade das transformações observadas.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

O fato é que o jornalista não detém o monopólio da produção de notícias. Com isso, é possível que questione qual, afinal, é a sua função. O que faz com que ele seja essencial? Além disso, para aumentar a sensação de instabilidade, o formato de produção de conteúdo jornalístico baseado no subsídio da publicidade está em declínio (ANDERSON et al., 2013; KOVACH; ROSENSTIEL, 2014; BELL; OWEN, 2017). Muitos anunciantes decidiram investir na publicidade pela internet e mídias sociais digitais, uma vez que elas permitem conhecer melhor os hábitos de consumo dos usuários e escolher a parcela do público que se quer atingir.

De acordo com Bell e Owen (2017, p. 4), nas últimas duas décadas, “o jornalismo tem experimentado três mudanças significativas nos modelos de negócios e distribuição: a troca do analógico para o digital, a ascensão das redes sociais na internet, e agora o domínio dos *smartphones*”. Nessa última fase, o jornalismo tem sido abalado pelo domínio de plataformas de redes sociais e de empresas de tecnologia, que detêm boa parte da receita dos anunciantes, e tem sido forçado a repensar processos e estruturas.

Existe um rápido processo de empresas incluindo *Facebook*, *Snapchat*, *Google* e *Twitter* assumindo o controle do papel tradicional de editor, o que não mostra sinal de diminuir e que levanta sérias dúvidas sobre como os custos do jornalismo vão ser mantidos. Essas empresas evoluíram para além dos seus papéis de canais de distribuição, e hoje controlam o que as audiências veem, quem ganha dinheiro com a atenção delas, e até que formato e tipo de jornalismo prospera (BELL; OWEN, 2017, p.4, tradução nossa)⁴.

Grande parte do público migrou para os *smartphones* e para as mídias sociais digitais e as organizações jornalísticas não tiveram outra opção a não ser segui-lo. Isso

⁴No original: “There is a rapid takeover of traditional publishers’ roles by companies including Facebook, Snapchat, Google, and Twitter that shows no sign of slowing, and which raises serious questions over how the costs of journalism will be supported. These companies have evolved beyond their role as distribution channels, and now control what audiences see and who gets paid for their attention, and even what format and type of journalism flourishes”(BELL; OWEN, 2017, p.4).



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

significa, no entanto, perder o controle da publicação. Nesse cenário, as organizações jornalísticas deixam de publicar – distribuir, hospedar e monetizar – como atividade central. Elas estão diante de um dilema: decidir se é melhor continuar custeando o próprio negócio e ter menos audiência, mas controle total sobre a receita, marca e dados dos usuários, ou, então, ceder o controle em troca de um aumento significativo de audiência proporcionada pelas plataformas (BELL; OWEN, 2014).

O investimento em plataformas de redes sociais não subsidia necessariamente a produção de conteúdo jornalístico. A consequência disso é o enxugamento das redações, redução de páginas e cadernos – no caso de jornais e revistas – e até mesmo fechamento de publicações. O jornalismo busca formas de sobreviver diante dessa crise.

De acordo com Kovach e Rosenstiel (2014, p. 10), “a crise que o jornalismo organizado enfrenta é mais fundamentalmente um problema de receita. Apesar de a audiência ter migrado para veículos de notícias online, a receita não migrou”. No entanto, para os autores, não há crise de audiência. As pessoas ainda buscam informação de veículos que consideram confiáveis, seja pelos meios tradicionais ou pela internet. De forma complementar, Charron (apud GUILHERMANO, 2019) afirma que os profissionais não estão procurando reinventar a atividade profissional, mas buscam novas fontes de recursos para mantê-la. Enquanto se busca uma solução para a queda de receita publicitária, os jornalistas esforçam-se para entender esse novo ecossistema e se posicionar dentro dele.

3. O espaço do jornalista profissional

Para Anderson et al. (2013), no contexto do jornalismo pós-industrial, determinadas atividades não precisam mais ser realizadas exclusivamente por jornalistas. Dificilmente, o profissional será o primeiro a chegar no local de algum acontecimento e registrá-lo, por exemplo. Com *smartphones* na mão, qualquer



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

indivíduo pode anunciar ao mundo, através das redes sociais digitais, que algum fato importante acaba de ocorrer. Outro exemplo é a mobilização de pessoas unidas em rede (CASTELLS, 2013). É possível estar em contato com pessoas de diferentes partes do mundo e produzir conteúdo de forma colaborativa. As multidões podem contribuir para levantar dados e perspectivas sobre a realidade social em grande escala, o que para um jornalista sozinho se tornaria muito difícil (ANDERSON et al., 2013).

Dessa forma, os autores norte-americanos defendem que o jornalista foi deslocado para um ponto mais alto da cadeia editorial, deixando de fazer as observações iniciais sobre um acontecimento para fazer a verificação e interpretação. Ele seria responsável por dar sentido à enxurrada de informações que as pessoas recebem todos os dias, agindo, dessa forma, como um curador.

Kovach e Rosenstiel (2014), no entanto, discordam dessa afirmação. Eles argumentam que os jornalistas fazem mais do que simplesmente “dar sentido ao fluxo produzido pelo público” e que “a noção de que jornalistas como descobridores de fatos têm sido deslocados é muito teórica e até perigosa. Deixa muito poder para o governo, corporações e outras instituições controlarem os fatos públicos”⁵ (KOVACH, ROSENSTIEL, 2014, p.40, *tradução nossa*). Segundo os autores, muitas das decisões que importam para a sociedade são tomadas longe da vista do público. Em muitos casos, saber a verdade sobre algum acontecimento só é possível através de um processo – questionar, reagir, observar, fazer novas perguntas – que envolve esforço.

Eles concordam, no entanto, que uma das suas funções mais tradicionais do jornalista está enfraquecida: a de *gatekeeper* – que decide qual a informação o público deve receber. Em tempos de internet, se um jornalista deixar de dar alguma informação, outra pessoa, veículo ou canal vai dar. Em vez de selecionar o que deve ser tornado público, o jornalista ganha uma série de outros papéis. Os autores (2010, 2014) citam

⁵No original: “The notion that journalists as fact finders have been displaced is too theoretical, even dangerous. It leaves far too much power to the government, corporations to control the supply of public facts” (KOVACH, ROSENSTIEL, 2014, p.40).



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

oito: 1) autenticador – afirmar qual informação é verdadeira e confiável; 2) produtor de sentidos – colocar informações em um contexto e buscar conexões; 3) investigador – manter a função de investigador público ou de cão de guarda, expondo o que tem se mantido em segredo; 4) testemunha – simplesmente estar presente para observar e monitorar acontecimentos; 5) empoderador – dar ferramentas aos cidadãos para produzir e receber informações confiáveis; 6) agregador inteligente – agir como curador das informações, selecionando o que é mais relevante; 7) organizador de fórum – ajudar a criar discussões para os cidadãos participarem ativamente; 8) ser um modelo – servir de exemplo para cidadãos que querem agir como jornalistas cidadãos.

Concordamos que o jornalista não perdeu a função de ser o primeiro a tornar um fato público, porém ele não é mais o único que pode fazer isso. O trabalho de investigação, como apontam Kovach e Rosenstiel (2014), é ainda mais importante quando todos, inclusive governantes, têm a opção de tornar pública a sua própria versão dos acontecimentos. De forma similar, entendemos que a função de *gatekeeper* não é mais definidora do exercício do jornalista, mas ela continua existindo. Está presente visivelmente na rotina de produção dos meios tradicionais, na qual o profissional precisa definir quais notícias vão ocupar os espaços restritos das páginas ou vão completar o espaço de um noticiário de rádio ou de televisão. O que Kovach e Rosenstiel (2014) corretamente pontuam é que o indivíduo hoje tem muitas formas de ser informado sobre algum fato, que não necessariamente passam pelo trabalho do jornalista profissional.

Para Anderson et al. (2013), a fim de manter a relevância do seu trabalho, os jornalistas devem, além disso, especializar-se em algum tema, uma vez que hoje as pessoas esperam receber informação de forma já contextualizada. Saber compor narrativas a partir de dados e estatísticas também é uma habilidade que se espera do jornalista.

Entre as exigências que recaem sobre o jornalista nesse contexto está a



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

imposição das empresas de que o funcionário seja multitarefas, que conheça todos as etapas do processo de construção do produto jornalístico. Com isso, algumas atribuições passam a ser comuns a mais de um cargo, o que afeta algumas atividades tradicionais na profissão. Quando todos são responsáveis por procurar pautas, por exemplo, não há mais a necessidade de haver uma pessoa específica para a função de pauteiro. Nesse sentido, Anderson et al. (2013) alertam para o fato de que com a queda no financiamento, as redações não poderão arcar com os custos de manter algum funcionário que não seja, de alguma forma, produtor de conteúdo.

A nosso ver, há uma flexibilização na atividade do jornalista na contemporaneidade. Ela pode ser observada, ainda, na ampliação na gama de áreas de atuação – é cada vez mais comum que o profissional atue como *freelancer*, como pessoa jurídica e, até mesmo, em sites próprios mantidos através de financiamento coletivo.

Somado a essa flexibilização, observamos um aprofundamento do caráter mercadológico da informação jornalística, que já era visível no período industrial. Percebe-se que o conteúdo jornalístico hoje se aproxima do entretenimento. Esse aspecto também traz consequências para o jornalista. O que se espera é que o jornalista tenha uma postura informal e explique as informações com simplicidade e criatividade. Charron e Bonville (2016), que observam o jornalismo norte-americano, afirmam que a partir dos anos 1970 e 1980 a identidade discursiva do jornalista se tornou muito forte.

Ele negocia discursivamente o sentido dos acontecimentos com os agentes sociais, toma posição implicitamente, por meio de uma grande variedade de procedimentos estilísticos na reportagem que faz sobre as ações desses agentes. [...] Ele mostra desenvoltura em suas declarações, lida naturalmente com a ironia, permite a si mesmo desvios para o registro familiar de seus leitores. Os gêneros da informação comentada também dão a ele a possibilidade de se expressar pessoalmente, de se exhibir (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 240).



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Tal aspecto é ratificado por Anderson, Bell e Shirky (2013) quando dizem que entre os fatores que diferenciam o jornalista dos demais atores do ecossistema está a aptidão de lidar com o público e com as fontes: o profissional com carisma e estilo diferenciado faz com que as pessoas se interessem por aquilo que ele tem a dizer. Além disso, o jornalista é capaz de manter bom relacionamento com as fontes, que são essenciais para a divulgação de informações.

É inegável, porém, que o cidadão comum tenha ganhado um novo *status* nesse ecossistema. Como vimos, ele faz, muitas vezes, o primeiro registro dos acontecimentos, produz e compartilha conteúdo. Por isso, também precisa se apropriar e compartilhar valores com os profissionais a fim de agir em prol da coletividade. Segundo Kovach e Rosenstiel (2014, p.10-11, tradução nossa), “a rede é igualmente mais aberta para quem quer manipular o público – de propagandistas a comerciantes e até governos. Portanto, maior responsabilidade recai sobre todos nós cidadãos e jornalistas para perseguir os fundamentos do jornalismo e protegê-los”⁶. Portanto, uma mudança fundamental nesse cenário é que boa parte da responsabilidade de saber o que é verdadeiro cabe a cada indivíduo.

De muitas maneiras, isso até redefine o que nós queremos dizer quanto à ideia de cidadania. [...] Em vez de depender da imprensa, Congresso, comissões reconhecidas, ou outras autoridades sociais para filtrar informações para eles, os cidadãos vão cada vez mais filtrar eles mesmos as informações a partir de uma gama de fontes concorrentes (KOVACH; ROSENSTIEL, 2010, p.12, tradução nossa).⁷

⁶ No original: “Yet the network is equally open to anyone who wants to manipulate the public – from propagandists to commercialists to governments. Thus more responsibility falls on all of us citizens and as journalists to grasp the fundamentals of journalism and to protect them” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2014, p.10-11).

⁷ No original: “In many ways, it even redefines what we mean by the idea of citizenship. [...] Rather than relying on the press, Congress, esteemed commissions, or other social authorities to filter information for them, citizens increasingly will filter information for themselves from a competing array of sources” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2010, p.12).



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Segundo Kovach e Rosenstiel (2014), essa é uma oportunidade de elevar a qualidade do jornalismo, mas para que isso aconteça é preciso que haja um melhor entendimento do que os cidadãos precisam das notícias e de como eles e as máquinas podem contribuir. Exemplos de reportagens construídas a partir de *crowdsourcing* (quando o profissional solicita o engajamento da audiência para coletar um grande número de dados ou para responder uma pergunta) mostram que a tecnologia permite unir esforços para chegar a um conteúdo mais aprofundado. Para Anderson et al. (2013, p.42), “a lista daquilo que um jornalista pode fazer cresce diariamente, pois a plasticidade de tecnologias de comunicação muda tanto recursos de apuração de fatos como a conduta do público”. Para os autores, o trabalho de reportagem devia ser mais valorizado, pois atende diretamente ao interesse público e “essa reportagem deveria aprender a conviver com formas mais recentes de apuração de informações de interesse jornalístico” (ANDERSON et al., 2013, p.43).

Em um processo de colaboração com os cidadãos na produção de notícias e reportagens, o jornalista traz o acesso, a habilidade de interrogar pessoas do poder, de ir a fundo, de traduzir, de verificar e de ouvir diferentes pontos de vista (KOVACH; ROSENSTIEL, 2014).

Nesta visão, jornalistas não são deslocados, reproduzidos, confinados, limitados, ou transformados em sintetizadores de significados. Essa visão não reduz o poder da narrativa, ou o significado da reportagem de observação ou a importância de simplesmente descobrir o que aconteceu. É uma visão do futuro do jornalismo que não renega seu passado. Ao contrário, essa nova visão de um novo jornalismo depende que a cultura de rede conectada se comprometa, como fez o antigo sistema, a estabelecer informação verificada e verdadeira e a construir sentido a partir desse alicerce de fatos (KOVACH; ROSENSTIEL, 2014, p.42, tradução nossa)⁸.

⁸No original: “In this view, journalists are no displaced, replicated, confined, or elevated to synthesizers of meaning. This view does not denigrate the power of narrative, or the significance of witness-bearing reporting, or the importance of simply finding out what happened. It is a vision of journalism’s future thar doesn’t denigrate its past. Instead, this new vision of a new journalism depends on the networked media



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Anderson et al. (2013), assim como Kovach e Rosenstiel (2010, 2014) mostram-se otimistas quanto à possibilidade de fazer jornalismo de qualidade, a partir da inclusão do público no processo e do uso das novas tecnologias. Apesar de não esquecerem da crise de financiamento, os autores não oferecem respostas que possibilitem enxergar como o jornalismo vai sobreviver para chegar ao modelo colaborativo que é proposto. No entanto, convergem quanto ao entendimento de que o jornalismo é essencial e que o profissional pode fazer um trabalho ainda mais relevante se reconhecer a importância dos cidadãos, da tecnologia e da união em rede no mundo contemporâneo.

4. Considerações finais

O jornalismo pós-industrial caracteriza-se pelo surgimento de um ecossistema em que novos atores passam a fazer parte da produção de notícias – amadores, máquinas e multidões. Nesse cenário, o jornalista não detém o monopólio da produção de conteúdo informativo. É caracterizado pela queda do financiamento publicitário nos grandes veículos, o que coloca em xeque a forma como o jornalismo até então estava sendo mantido. Essas mudanças favorecem a sensação de instabilidade: o jornalista passa a questionar o seu papel nesse novo cenário.

A partir da revisão de autores norte-americanos do século 21, observamos que o profissional está diante de um desafio: como incluir em sua rotina diária os novos atores e como manter seu trabalho relevante, uma vez que o jornalismo não é mais produzido apenas nas grandes redações? É importante ter em mente que as características da fase industrial não desapareceram. Elas seguem se fazendo presente no período pós-

culture committing itself, as the old system did, to establishing verified and truthful information, and building out from that foundation of facts toward meaning” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2014, p.42.).



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

industrial de muitas maneiras. No entanto, é inegável que o ecossistema jornalístico esteja em transformação, com uma emergente cultura da participação. Assim, é compreensível que determinadas funções do jornalista profissional ainda existam, apesar de estarem enfraquecidas, assim como outras passem a ter maior relevância nesse cenário.

O jornalista não é o único a produzir e é provável que não seja o primeiro a registrar um acontecimento. Porém, é importante que ele siga agindo como investigador, trazendo à tona informações que não estão ao alcance do público. Já a função de *gatekeeper* está enfraquecida nos dias atuais, uma vez que, em tempos de superabundância de informações, o público tem acesso às notícias sem o trabalho de mediação de um profissional. Além disso, a tradicional divisão de tarefas dentro das redações está dando lugar à exigência de que os profissionais se envolvam em todas as fases do processo de produção.

Nesse novo ecossistema, outras funções ganham importância. Mais do que nunca o jornalista precisa agir como curador, dando sentido à enxurrada de informações. A verificação também se torna essencial. É preciso distinguir notícias falsas das verdadeiras e buscar a exatidão. Destacamos, por fim, o papel de empoderador. Ao reconhecer o espaço do público nesse cenário, o jornalista precisa contribuir para que o cidadão possa produzir e receber informações confiáveis, o que pode ser realizado a partir do compartilhamento dos princípios do jornalismo com toda a população. Saber trabalhar em conjunto com o público e com as máquinas é o caminho consensual para a produção de conteúdo jornalístico correto e contextualizado, que cumpre o seu papel social.

Referências bibliográficas

ANDERSON, C.W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, n. 5, ano 2, Abr./Mai./Jun.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

2013, p. 30-89.

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 jan. 2017.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

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

GUILHERMANO, Livia. A crise não é do jornalismo, mas do seu financiamento: entrevista com Jean Charron. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 45, p. 292-295, maio/ago. 2019. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/82397/51010>> Acesso em: 18 de abril de 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Blur**: what to know what is true in the age of information overload. New York; Berlin; London: Bloomsbury, 2010. (e-book)

_____. **The elements of journalism**: what newspeople should know and the public should expect. 3. ed. rev. e ampl. New York: Three Rivers Press, 2014. (e-book)

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.