

ZELIZER, BARBIE (ED.), (2009)

The Changing Faces of Journalism—Tabloidization, Technology
and Truthiness

London e New York: Routledge

CARLA BAPTISTA

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS – UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

Este livro, editado por Barbie Zelizer e contando com os contributos de vários académicos, incluindo, entre outros, Michael Schudson, Peter Dahlgren, Mark Deuze e Herbert Ganz, trata da mudança no jornalismo. O jornalismo é um campo, uma profissão, uma disciplina marcada pela diversidade e multidimensionalidade, sublinha Barbie Zelizer na introdução.

Mas a pesquisa académica sobre o jornalismo tem valorizado o que existe de uniforme e agregador, de certa forma contribuindo para aumentar a resistência em relação a novas formas de noticiar factos, de utilizar novas ferramentas informativas, de recompor a identidade dos jornalistas e de manter a relevância desta actividade num mundo caracterizado pela mudança acelerada.

O livro propõe, explicitamente, o desafio de incorporar o conceito de mudança na investigação sobre o jornalismo, reconhecendo-lhe as suas "múltiplas faces", como se lê no título, instigando os autores a navegarem de forma mais ousada e profunda os variados caminhos que separam o jornalismo que imaginamos daquele que efectivamente temos.

As três palavras chave do subtítulo – tabloidização ou popularização, tecnologia e verdade (a expressão original é "truthiness") apontam as vias rápidas, se quisermos, onde todos esses atalhos e caminhos se cruzam na contemporaneidade.

Herbert Ganz situa o conceito de popularização dentro de uma visão conservadora dos bens culturais que, originalmente criados para classes sociais altas, sofrem um processo de adaptação e recomposição, implicando simplificação do conteúdo e alteração estilística com o intuito de agradar ao gosto menos cultivado de classes mais baixas e mais numerosas. Ganz não ignora o movimento oposto, a que chama de despolarização, quando um bem cultural, por exemplo a música tradicional ou popular, ascende e passa a ser legitimado pela crítica cultural, nem os aspectos positivos da popularização, como a democratização dos consumos culturais.

O "dumbing down" das notícias tem-se reflectido na substituição de uma cultura jornalística centrada nos factos e no seu relato objectivo por outra que privilegia o interesse humano das histórias (e não o interesse público), formatos narrativos originários da ficção (como os docudramas), temas ligados ao entretenimento ao invés da política, da economia e do internacional.

Ganz inspira-se no modelo de popularização das ciências para apontar caminhos alternativos de popularização do jornalismo: uma maior aposta nos conteúdos pedagógicos, partindo da assumpção de que muitas pessoas não consomem notícias porque não as compreendem (estas são demasiado rápidas, a linguagem é rebuscada, o tom é sério, os temas são abstractos).

Uma maior simplicidade e informalidade, o uso do humor e a adaptação a nichos particulares de públicos, são mecanismos úteis e positivos para fixar audiências menos escolarizadas ou fugidias, sem comprometer o essencial, ou seja, a ideia de que o jornalismo deve continuar a promover a capacidade das pessoas participarem como cidadãos na democracia.

O capítulo sobre tecnologia é porventura o mais céptico em relação ao papel que as tecnologias têm desempenhado na transformação do jornalismo. A proliferação de artefactos técnicos, cada vez mais poderosos e portáteis, tem contribuído mais para o empobrecimento e "desvalorização" dos valores e dos *standards* do jornalismo do que para o seu reforço. *Deadlines* apertados ou mesmo contínuos que violentam a prática da verificação dos factos, *bloguers* que competem com os jornalistas, misturando factos com comentário, uma escrita mais apressada e menos cuidada, uniformização dos conteúdos e menos rigor, mais notícias falsas ou deturpadas, são algumas das consequências apontadas pelos autores.

Pablo Boczkowski refere como um hábito antigo dos jornalistas – a tendência para se imitarem uns aos outros e a resistência em tomarem decisões que envolvam risco, já analisado em estudos anteriores sobre o modo como agem de forma quase mimética quando viajam juntos ou partilham durante algum tempo o mesmo espaço de trabalho (por exemplo, durante a cobertura de uma campanha eleitoral em que um grupo acompanha o mesmo candidato, o chamado *pack journalism*), foi reconfigurado pela nova paisagem digital de trabalho.

Partindo de uma análise empírica do seu país de origem, a Argentina, nomeadamente nos jornais *Clarín*, *La Nación* e *Lanacion*, aquele investigador sublinha que os jornalistas abdicaram da interacção com os colegas, tornaram-se mais sedentários e privilegiam a mediação tecnológica. Mantiveram o hábito de reproduzir e mimetizar outros discursos, mas agora aqueles que chegam através do computador.

A vigilância de uns sobre os outros através da consulta dos *sites* faz parte da rotina diária de trabalho e muitos jornalistas continuam a auto-percepcionar-se como "caçadores" que vão à procura de notícias, mas admitem fazê-lo de uma forma sedentária, sem saírem da redacção. A conclusão reforça a convicção de outros estudos, realizados em contextos diferentes, nomeadamente o *Projecto para a Excelência no Jornalismo* (www.stateofthedia.org) de que a emergência do *online* trouxe consigo um paradoxo: "mais meios cobrindo menos histórias".

Mark Deuze analisa os efeitos da digitalização das redacções no mundo profissional dos jornalistas, apontando duas grandes tendências: a contingência do trabalho, marcada por um aumento exponencial dos *freelancers*, da precariedade dos vínculos laborais e da individualização dos conteúdos produzidos. As redacções *online* são maioritariamente formadas pelos jornalistas mais novos e menos experientes e possuem a sua própria "mini-cultura", separada da redacção-mãe, que progressivamente está a mudar os valores tradicionais do profissionalismo jornalístico.

Na nova *tribo* de jornalistas desgarrados da redacção, trabalhando numa base temporária e contingente, existe maior diversidade étnica e de género. Não estão ligados por nada, nem sequer por uma ideologia profissional consensual. A desprofissionalização do mundo laboral dos jornalistas é um dos efeitos da nova economia dos media.

No entanto, sublinha Deuze, há um traço comum: a tendência para valorizar o trabalho individual, que o autor vê como um aspecto da resistência aos constrangimentos impostos por

uma organização das rotinas profissionais ditada pelas tecnologias. A lógica do *online* aconselha a privilegiar valores como o trabalho em equipa e a partilha de conhecimentos, mas colide com a vontade dos jornalistas se posicionarem como vozes e autores individuais.

No artigo que encerra o livro, Peter Dahlgren sublinha a evolução "turbulenta" do jornalismo, cuja razão de existir é a democracia. Esta não pode ser vista como um sistema formal e abstracto, mas como "um modo de vida". Nessa medida, o papel do jornalismo é muito mais do que providenciar informação correcta, também "tem de nos tocar, de nos inspirar e de nutrir diariamente os nossos horizontes democráticos". Parece muito, mas menos do que isto não é aceitável.