

Produtores e receptores da informação jornalística: juntos em um novo cenário social

Maria Elisabete Antonioli¹

Resumo: O presente artigo pretende discutir a posição de protagonista que o receptor detém frente à informação jornalística, bem como a do próprio jornalista no seu papel de emissor, levando-se em consideração que essa ocorrência faz parte do desenvolvimento histórico do homem e foi objeto de compreensões diversas, de acordo com teorias que abordam esta questão. É na teoria das mediações, defendida por Jesús Martín-Barbero, e que apresenta o receptor como um produtor de novos sentidos, que o presente texto se apoia. Entretanto, outras teorias, como a funcionalista e a crítica, são também referenciadas neste trabalho, tendo em vista a vasta contribuição que trouxeram para o desenvolvimento dos estudos da comunicação massiva. A pragmática da comunicação, estruturada de acordo com o pensamento linear norte-americano, na qual o emissor sempre foi valorizado, ou ainda, de acordo com o pensamento dos frankfurtianos, em que o receptor sempre foi visto como um ser passivo, agora é vista, também, levando-se em consideração uma nova ordem, em que cidadãos passam a exercer os papéis de protagonistas no cenário social. Para o jornalista, entender esse novo consumidor da informação significa reconfigurar modelos, significa utilizar as possibilidades das novas mídias para a emissão e para a recepção, tendo em vista a crescente participação dos cidadãos nas decisões, principalmente nos países latino-americanos, cujo processo democrático ainda é recente.

Palavras Chave: jornalista; receptor; emissor; informação; mídias.

Abstract: This article aims to discuss the leading role that the receiver has regarding the journalistic information, as well as the journalist himself in his role as the issuer, take into consideration that this is part of the historical development of mankind and was object of different understandings, according to several theories that cover the topic. Is in the theory of mediations, defended by Jesús Martín-Barbero and that presents the receiver as a producer of new meanings, which this text is based on. However, the other theories, such as the functionalist and critical ones, are also referenced here, keeping in mind the vast contribution they have brought to the development of mass communication studies. The pragmatics of communication, structured according to the linear American thinking, in which the issuer has always been valued or, according to the thinking of the Frankfurt School, in which the receiver was always seen as a passive being, is now seen also taking into account a new order, where citizens are to exercise the role of leading actors in the social scene. For the journalist, being able to understand this new customer of information means to reset models, using the possibilities of new media to the issue and the reception, keeping in mind the increasing citizen participation in decisions, especially in Latin American countries, where the democratic process is still recent.

Keywords: journalist; receiver; transmitter; information; media.

As relações entre produtor e receptor

Atualmente, as relações entre o jornalista e o seu público se alteraram profundamente. Outrora, o relacionamento entre emissor, no caso o jornalista, e o receptor, no caso o leitor, se mantinha distante, uma vez que o profissional dificilmente teria um contato próximo com o seu público. Talvez uma correspondência pudesse chegar a suas mãos, contudo, não mais que isso. Temos, aí, o entendimento do jornalismo como processo inteiramente controlado pelo jornalista, em torno do qual tudo girava (MARQUES DE MELO 2009: 5)². Nessa mesma direção o autor enfatiza que “não havia notícia fora do jornalismo e sem a intervenção mediadora do jornalista.” Portanto, a atenção voltava-se para o emissor e o meio. Já o receptor ficava marginalizado do processo, pois sua função estava circunscrita ao recebimento da informação.

¹ Jornalista formada pela Universidade Metodista de São Paulo. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade São Paulo com pós doutorado na mesma universidade. É professora e coordenadora do curso de Jornalismo da ESPM-SP.

² BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes curriculares nacionais para o curso de jornalismo.** Disponível em: <www.mec.gov.br>. Acesso em: 20 Set. 2009.

O legado das teorias funcionalista e crítica dos anos de 1920, que tratam dos estudos da comunicação de massa, apontam para a relação entre sociedade e mídia, com posicionamentos distintos acerca da influência dos meios nos sujeitos, tanto positivamente, como advogam os integrados, ou negativamente, como defendem os apocalípticos. Entretanto, as duas escolas colocam o receptor em uma clara posição de passividade perante os meios, seja quando ele é analisado como mera audiência, por intermédio dos estudos funcionalistas, ou quando ele fica à mercê da indústria cultural, como acenam os estudos críticos.

Quando Jesús Martín-Barbero (1997: 297) analisa os estudos da comunicação na América Latina, refere-se à investigação crítica como a era do apocalipse, ao afirmar:

Entre emissores-dominantes e receptores dominados, nenhuma sedução, nem resistência, só a passividade do consumo e a alienação decifrada na imanência de uma mensagem-texto nunca atravessada por conflitos e contradições, muito menos por lutas.

Quando comenta sobre os funcionalistas norte-americanos, Martín-Barbero (1997: 280) evidencia a Teoria da Informação, ao afirmar que esse modelo começou a tomar a posse do campo “tão bem abonado por um funcionalismo que sobreviveu na proposta estruturalista e em certo tipo de marxismo”. Para ele:

Definida como ‘transmissão da informação’, a comunicação encontrou nessa teoria a referência de conceitos precisos, delimitações metodológicas e inclusive propostas operacionais, tudo isto com o aval da ‘seriedade’ das matemáticas e o prestígio da cibernética, capazes de oferecer modelos até para a estética.

As correntes dos Estados Unidos e da Europa do início do século XX, influenciadas pelas ciências sociais, contribuíram sobremaneira para os estudos comunicacionais no decorrer dos anos. A partir da metade desse mesmo século, estudos liderados por Stuart Hall, Raymond Williams, Richard Hoggart e E. P. Thompson no Centre for Contemporary Cultural Studies na Universidade de Birmingham, Inglaterra, deram início a um novo debate sobre a comunicação, que referenciou as relações entre cultura e sociedade.

Mediante a aproximação com a abordagem de Stuart Hall, que enfatiza a multiplicidade cultural, é que surgem as reflexões de Martín-Barbero sobre o processo comunicativo, contemplando a emissão e a recepção sob uma dimensão cultural e social – a Teoria das Mediações que aponta para um novo receptor enquanto consumidor de informação, ou seja, enquanto um leitor que hoje, auxiliado pelos novos aparatos tecnológicos, inclusive com a chegada das mídias sociais, tem possibilidades de expressão e não está apenas sob a condição de uma recepção passiva, o que propicia, dessa forma, a real “comunicação”.

O valor do emissor na Escola Funcionalista

Ao abordar as teorias da chamada Escola Funcionalista, de tradição americana e influência positivista, Mauro Wolf (1995) se refere ao comportamento do receptor, à audiência e aos efeitos dos meios, quando expõe as pesquisas funcionalistas que objetivavam aferir o alcance dos veículos de comunicação junto ao público e, em

seguida, analisar a utilização política dos mesmos e sua influência no comportamento das massas.

Por meio de investigação empírica, pesquisadores como Robert Merton, Paul Lazarsfeld, Harold Lasswell e Carl Hovland, entre outros, se detiveram em grandes áreas de interesse para a pesquisa, como o estudo dos efeitos provocados pelo crescimento dos meios técnicos de comunicação, o estudo da propaganda política e o estudo da utilização comercial-publicitária dos veículos de massa. Para Wolf (1995), é fundamental o conceito de sociedade de massa para a compreensão das primeiras pesquisas, que coincidem com o período entre as duas guerras mundiais e com a difusão, em larga escala, das comunicações massivas

Luiz Beltrão (1986), quando menciona o funcionalismo norte-americano, enfatizando as funções e o desempenho da comunicação de massa, diz que todo o comunicador exerce uma função, que deve ser entendida como uma ação intencional que, por sua vez, tem um objetivo social. No conteúdo da mensagem, há um interesse próprio ou coletivo que será levado ao receptor. Por isso, para ele: “o efeito é o resultado psicossocial da recepção e decodificação da mensagem (1986: 137).”

Ao se referir aos estudiosos da comunicação como Gregory Bateson, o autor afirma (1986:137):

As observações dos citados cientistas bem ilustram o princípio de que não há ato comunicativo desinteressado, estando, portanto, funções e efeitos pretendidos interligados, dependendo os últimos do desempenho do comunicador e das disposições do destinatário.

Nesse sentido, o paradigma de Lasswell, responder as questões: “quem diz o que, por meio de que canal, a quem, com que efeito”, vem demonstrar a passividade do indivíduo que apenas “recebe”. O efeito é o resultado da recepção da mensagem. Para Wolff (1995: 27):

A fórmula que se desenvolve a partir da tradição de pesquisa típica da teoria hipodérmica, salienta de facto – mas torna também implícito – um pressuposto muito sólido que a bullet theory, pelo contrário, afirma explicitamente na descrição da sociedade de massa: o pressuposto de que a iniciativa seja exclusivamente do comunicador e os efeitos recaiam exclusivamente sobre o público.

Já para Armand Mattelart (1999), a fórmula se traduz em setores da pesquisa: análise do controle, análise do conteúdo, análise das mídias, análise da audiência e análise dos efeitos.

No jornalismo, de acordo com Nilson Lage (2003: 27), “o lead, na síntese acadêmica de Laswell, informa o que? a quem? quando? onde? como? por quê e para quê?” Trata-se de uma técnica norte-americana de construção do primeiro parágrafo da notícia, em que devem constar as respostas dessas perguntas. O lead faz parte do corpo do texto jornalístico, elaborado de acordo com o princípio da pirâmide invertida, cujas informações são inseridas por ordem decrescente de importância.

Laswell mostra a linearidade do processo comunicacional com a preocupação centralizada no emissor, que decide o que vai informar, o meio que irá utilizar, para quem irá informar e, por fim, o efeito da mensagem junto ao receptor. De um lado, há o emissor ativo, do outro um receptor passivo, que reage de acordo com o estímulo recebido. De acordo com Carlos Alberto Araújo (2001), fatores ligados à organização

das mensagens, como a credibilidade do comunicador, a ordem da argumentação, a integralidade das argumentações e a explicação das conclusões interferem na eficácia do processo e na natureza dos efeitos obtidos. Todas as atenções estão centralizadas junto ao emissor e ao exercício de sua função, pois o controle está em suas mãos, enquanto o receptor se encontra em uma posição de passividade nesse cenário.

No campo jornalístico, Beltrão (1986: 143-144) particulariza o exercício das funções e seus possíveis desvios na comunicação de massa:

A difusão de notícias sobre atos de violência e comportamentos ilegais objetiva criar condições para que a sociedade se previna e condene tais práticas, exigindo a punição dos responsáveis, em defesa dos padrões morais e da segurança dos cidadãos; contudo, certas porções da comunidade são afetadas negativamente e levadas a imitar as atitudes anti-sociais enfatizadas em tais informações.

Embora os desvios sejam mencionados, Beltrão diz que, mesmo com a complexidade de tarefas, para o exercício de tais funções não deve haver distorções, e seus profissionais precisam ser conhecedores de seu campo de trabalho. No caso do jornalista, o autor (1986: 143-144) assinala suas atividades:

Processo de produção de mensagens culturais relativas a fatos, idéias e situações atuais, interpretados à luz do interesse coletivo e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum.

Lage (1999) também se reporta ao funcionalismo norte-americano, especificamente aos engenheiros Shannon e Weaver, que desenvolveram a Teoria da Informação, ao conceberem o processo de comunicação apenas como transmissão. Para ele (1999: on line), a academia elegeu o processo mais simples como paradigma:

A mensagem é produzida pelo emissor, codificada, caminha por canal até o receptor, que a decodifica e reconstitui. O erro consiste no conceito de produzir: é possível que Van Gogh tenha efetivamente produzido a mensagem de seus quadros; não é verdade, no entanto, que o repórter de polícia produza em sua mente a mensagem em que relata um atropelamento. Ele apenas formula a matéria, com base em informações que colhe na fonte. Jornalistas não inventam ou criam a informação que publicam. Eles partem de relatos e da observação e traduzem para uma linguagem padrão o conjunto do que perceberam.

Mediante essas funções atribuídas ao jornalista, verifica-se que o emissor é privilegiado, de acordo com os *mass media*, entretanto o contexto atual não sinaliza mais para pareceres dessa natureza, pois o novo papel do receptor na sociedade fez com que esta comunicação seja entendida de outra forma: como um caminho de mão dupla, em que ambos podem ser tanto emissores, quanto receptores.

O valor do emissor na Escola de Frankfurt

Os estudos da escola de Frankfurt, de origem alemã, se contrapõem à escola funcionalista, entretanto a condição do receptor continua a ser vista como passiva por ambas as escolas.

Nomes como Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Walter Benjamin e Jürgen Habermas desenvolveram seus estudos sob uma perspectiva dialética marxista com preocupações sobre o estudo da produção, conteúdo e ideologia da mensagem.

Adorno e Horkheimer estabeleceram o conceito de “indústria cultural” que representa o conjunto de complexos empresariais do setor de comunicação massiva e seus produtos, criados a partir de uma produção feita em série e por uma lógica de exploração e distribuição comercial, que leva o receptor à condição de passividade. Conforme esse entendimento, os produtos dessa indústria, similar a qualquer outra pertencente ao sistema capitalista, reforçam a dominação técnica imposta pelo sistema, gerando submissão por parte da audiência.

De acordo com Pedrinho A. Guarechi (1987), a Escola de Frankfurt sustenta que a sociedade capitalista se encontra em um estágio caracterizado pela diminuição da luta revolucionária, cooptação da classe operária pelo sistema e aumento dos controles repressivos. Nesse cenário pessimista, os teóricos de Frankfurt veem a produção da indústria cultural diretamente ligada ao retorno e à obtenção do lucro, sem preocupações com os receptores, mas atenta à conquista das massas. Conforme Pedro Gilberto Gomes (1997: 68), o objetivo é desenvolver ao limite máximo a difusão de um produto, pois “a quantidade de anúncio que um veículo poderá receber está diretamente ligada à capacidade de difusão que possui. Isso determina a produção de mensagens.” Gomes (1997: 69) ainda afirma que, “como os valores básicos de uma ideologia confundem-se com a ideologia dominante, os produtos da indústria cultural nunca irão contrariar esta ideologia.”

A indústria cultural não se caracteriza apenas pelo processo de produção em série dos bens culturais, mas também fabrica o valor do consumo, fabrica o bem e a vontade de consumi-lo por meio do apelo. Ela está voltada à consciência do consumidor. Talvez estas últimas considerações sejam as que ganharam voz nos últimos tempos e as mais polêmicas. No entanto, o apelo exacerbado do consumo por meio de ideologias leva a questionamentos de diversas naturezas. Os conceitos de escravização, manipulação e alienação do indivíduo pelos meios massivos e discutidos por esses pensadores pertencentes a uma escola, por meio de suas afinidades políticas, filosóficas e ideológicas, trazem imensa colaboração à discussão do fenômeno midiático. Entretanto, sob essa ótica, o receptor mais uma vez não tem escolha, quando é submetido a um sistema que irá aliená-lo. Ele é a grande vítima do sistema capitalista e por meio dessa visão encontra-se em uma situação que não lhe permite qualquer mudança.

Os estudos críticos foram os primeiros a tratar da atuação do emissor sobre o receptor, mediante instrumentos ideológicos e contexto social, mas, assim como os estudos da escola funcionalista, não procuraram explorar as possibilidades do receptor. Nas palavras de Douglas Kellner (2001: 61): “A Escola de Frankfurt foi excelente ao traçar as linhas de dominação na cultura da mídia, mas foi menos sagaz para trazer à tona momentos de resistência e contestação.”

Com referência ao jornalismo, também considerado um produto do sistema capitalista, é possível discuti-lo à luz do pensamento de Habermas, seguidor da Escola de Frankfurt e idealizador da Teoria da Ação Comunicativa, quando discorre sobre a mercantilização da imprensa. Ao comentar sobre a crise de jornais alemães em artigo publicado no jornal Folha de S. Paulo no ano de 2007, Habermas foi enfático ao afirmar que, mesmo com a concorrência dos digitais, o lucro dos jornais impressos havia aumentado, principalmente em função das medidas de racionalização e manobras nas redações. Ao se referir às manobras nas redações, o filósofo alemão demonstrou suas preocupações em relação às empresas jornalísticas em não fazer

justiça à dupla função que a imprensa de qualidade até hoje desempenhou: atender à demanda por informação e formação, sem comprometer taxas de lucro aceitáveis.

Sobre a mídia televisiva, Habermas (FOLHA DE S. PAULO: 2007) mais uma vez tratou da mercantilização da informação ao dizer:

Ouvintes e espectadores não são apenas consumidores mas também cidadãos com direito à participação cultural, à observação da vida política e à voz na formação de opinião.

Com base nesses direitos, não é o caso de deixar programas voltados a tais necessidades fundamentais da população à mercê da conveniência publicitária ou do apoio de patrocinadores.

As palavras do pesquisador suscitam diversos questionamentos acerca do jornalismo do século XXI, que atualmente sofreu profundas modificações em sua produção, tendo em vista as novas plataformas tecnológicas que estão sendo utilizadas e a racionalização técnica que propiciou uma nova arquitetura nas redações. Esta é uma preocupação que faz parte da agenda daqueles que têm na imprensa seu objeto de discussão. Entretanto, mesmo com as alterações sofridas, o jornalismo não poderá perder seus valores e sua reflexão enquanto emissão, enquanto recepção, enquanto cidadania, pois essas são questões cruciais para sua sobrevivência, tendo em vista o interesse público.

O valor do emissor e o valor do receptor na Teoria das Mediações

A partir da Teoria das Mediações, é possível discutir o fenômeno comunicacional tendo em vista uma ampla abordagem. Autores como *Jesús Martín-Barbero*, Guillermo Orozco e Néstor Canclini, entre outros, fazem parte de um grupo de pesquisadores que traz um novo olhar para a comunicação, apontando o processo de produção existente na recepção.

A afirmação de Orozco (1990), de que no processo comunicativo o receptor não é necessariamente passivo, pois a audiência deve ser analisada de diversas formas, indica a complexa configuração em que este processo ocorre e a multiplicidade de interferências, no contexto social, que podem propiciar diferentes respostas. A partir dessa premissa, é possível colocar em evidência o sujeito protagonista que, como detentor da capacidade de resgatar, tem também a capacidade de criar e recriar novos sentidos, levando-se em consideração as próprias contradições existentes no seu meio. É possível ver que a comunicação pode ser abordada em uma dimensão ampla, que ultrapassa os conceitos de dominados e dominantes ou de audiências, mesmo com a ciência das reais questões sobre a mercantilização que, muitas vezes, podem comprometer as mídias.

Martín-Barbero (1997: 278) afirma que, durante um longo período, a América Latina estava convencida de que precisaria apresentar somente uma teoria, quer seja a sociológica, a semiótica ou a informacional. No entanto, com a derrubada das fronteiras, algo na realidade se mexeu e agora não é possível falar em comunicação sem questioná-la, trabalhá-la e produzi-la. Para ele: “Foi necessário perder o ‘objeto’ para que encontrássemos o caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo.”

Mauro Wilton de Sousa (2000), ao reavivar as reflexões de Martín-Barbero (1995) sobre a comunicação a partir das práticas culturais, assinala três pontos. O primeiro diz que a comunicação é questão de cultura, culturas, e não apenas ideologias. O segundo ponto diz que a comunicação é questão de sujeitos, atores e não

somente de aparatos e estruturas e, finalmente, o terceiro diz que a comunicação é questão de produção, e não apenas de reprodução. Esses três pontos assinalados demonstram a complexidade do processo comunicacional, tendo em vista sociedade e cultura.

Os diversos elementos que intervêm nesse processo e favorecem uma recepção ativa nos permitem refletir sobre a comunicação em sua natureza mais profunda, quando existe uma apropriação do receptor, pois ele vai ser, também, o protagonista neste cenário multicultural de tensões e resistências que, neste ponto, encontra no pensamento de Antonio Gramsci a contribuição teórica da hegemonia cultural, que relaciona poder e classe social.

Conforme as mediações de Martín-Barbero, os conflitos, as tensões, as diferenças e as resistências devem, necessariamente, ser levadas em conta na abordagem da comunicação entre emissor e receptor, pois será a partir desses elementos que o processo propiciará resultados muitas vezes distintos, tendo em vista o contexto em que essa ação se dará e no qual a cultura é fundamental.

Tendo em vista o pensamento de Ilana Polistchuk e Aluizio Ramos Trinta (2003: 148), mediar significa fixar entre duas partes um ponto de referência comum, mas equidistante, que a uma e a outra faculte o estabelecimento de algum tipo de inter-relação. Para eles, mediações são estratégias de comunicação. Ainda, segundo os autores, são diversas as práticas mediadoras. Existe a mediação estrutural, que diz respeito à classe social, à característica do repertório. Uma mediação institucional que diz respeito ao papel desempenhado pela escola, igreja, partido político e agremiação esportiva. A mediação conjuntural que imerge o receptor em seu contexto, ou seja, no seu modo de ver e, ainda, uma mediação tecnológica que se refere aos mecanismos técnicos de produção e de proposição de significados.

Necessariamente, fazem parte do processo comunicativo as diversas mediações e, ainda que todas tenham igualmente importância, a mediação tecnológica é agora enfatizada neste trabalho, tendo em vista as novas possibilidades que o receptor tem quando escolhe os conteúdos e quando se expressa por meio das novas mídias.

O novo leitor de informação

Ainda que as preocupações de Habermas (2007: FOLHA DE S. PAULO) acerca da mercantilização da imprensa e das manobras nas redações sobre o receptor apresentem uma realidade incontestável, é preciso notar, também, que esse consumidor de informação do século XXI tem a seu favor o suporte das tecnologias em rede, que propiciam a ele mais condições de diálogo, discussão, contestação e produção.

Gramsci (1978: 163), ao discorrer sobre jornalismo, fala especificamente sobre o leitor:

Os leitores devem ser considerados a partir de dois pontos de vista principais: 1) como elementos ideológicos, ‘transformáveis’ filosoficamente, capazes, dúcteis, maleáveis à transformação; 2) como elementos ‘econômicos’, capazes de adquirir as publicações e de fazê-las adquirir por outros.

É a partir da consideração do pensador italiano sobre ideologia, conforme o aporte da abordagem de hegemonia gramsciana, que Martín-Barbero concebe um

receptor que possa se apropriar das experiências vivenciadas para assimilar a informação e ser, também, um novo produtor de sentidos. Assim, é interessante lembrar o trabalho de pesquisa realizado por Lins da Silva (1985: 135) sobre a audiência do Jornal Nacional, da TV Globo, entre trabalhadores, e suas considerações “de que não é necessariamente verdade que todos os trabalhadores brasileiros recebam as mensagens da televisão passiva e acriticamente e que façam da visão do mundo que ela lhes apresenta a sua.” Para o pesquisador, se não houver monopólio da representação do real, as pessoas podem ser críticas diante da TV.

A pragmática do jornalismo, estruturada de acordo com o pensamento linear norte-americano, no qual o emissor sempre foi valorizado, agora é substituído por uma nova ordem em que cidadãos e instituições passam a exercer também os papéis de protagonistas no cenário social. O jornalista, por sua vez, não é apenas o único que tem o controle da emissão, pois hoje ele precisa trabalhar sintonizado com seus interlocutores, que também têm repertório para pronunciar-se. É preciso olhar com atenção para as fontes, pois “não havia notícia fora do Jornalismo e sem a intervenção mediadora do jornalista. Reduzidas ao papel de instâncias sem vida própria, as fontes nem citadas eram. Como se não fizessem parte do todo.” (MARQUES DE MELO, 2009: 5)³. Mas é preciso dirigir o olhar ainda para os consumidores da notícia, pois eles também têm a dizer. Nas palavras de Sousa (2000: 81), “desloca-se o olhar a partir do emissor para o campo das práticas sociais onde se insere o receptor.”

O jornal impresso é apenas um dos exemplos nessa nova relação. Se, antes, a única possibilidade de o leitor pronunciar-se com referência a qualquer conteúdo publicado era a Seção de Cartas, hoje, além dos outros meios, via *web*, disponibilizados pelo próprio jornal, ele poderá pronunciar-se de forma independente, por meio das redes sociais. Claro que esta questão perpassa o desenvolvimento de cidadania, as práticas sociais e as desigualdades e, por isso, também deverá ocorrer de formas diferentes e por meio de mecanismos diversos. Agora, os discursos são pronunciados de diversas instâncias, e não apenas pelos veículos tradicionais, como era natural, mas também pelas novas possibilidades de emissão por meio da rede social, favorecendo aqueles que outrora tinham menos possibilidades de expressão. É uma sociedade plural, participante, favorecida pelas conquistas que o estado democrático permite e que tem nas relações de poder entre indivíduos uma diminuição da gradação.

Um exemplo significativo ocorreu nas últimas eleições presidenciais no Brasil, quando a discussão sobre o segundo turno teve na rede uma forte penetração. Durante discussão no 4º Seminário Internacional de Jornalismo on line (Mediaon), ocorrido no final de 2011, em São Paulo, os coordenadores das campanhas nas redes sociais dos principais candidatos à presidência, Dilma Rosseuff e Marina Silva, respectivamente Marcelo Branco e Caio Túlio Costa, concordaram que a *web* foi muito importante para que o segundo turno das eleições acontecesse. Ainda conforme Caio Túlio Costa, a candidata Marina Silva conseguiu a mobilização de muitos eleitores pela rede.

Manuel Castells (1999) diz que a inclusão da maioria das expressões culturais no sistema de comunicação digitalizado apresenta consequências importantes para as formas de processos sociais, pois enfraquece de maneira considerável o poder simbólico dos emissores tradicionais.

Ao considerar a afirmação do estudioso análoga ao jornalismo, é possível afirmar que a posição do jornalista em relação ao seu receptor se alterou

³ BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes curriculares nacionais para o curso de jornalismo**. Disponível em: <www.mec.gov.br>. Acesso em: 20 Set. 2009.

profundamente, a partir do surgimento das redes, pois agora, além da produção da notícia, ele mantém uma conexão interativa com o seu leitor. Para isso, os veículos de comunicação, chamados de tradicionais, necessitaram ir em busca do auxílio das redes para fazer valer o intercâmbio e para se aproximarem de seus leitores ou espectadores em um ambiente multimídia.

Para Castells (1999: 458), a característica mais importante da multimídia é a captação, em seu domínio, da maioria das expressões culturais em toda a sua diversidade, pois sua criação equivale ao fim da separação e da distinção da mídia audiovisual e impressa, cultura popular e cultura erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão.

Todas as expressões culturais, da pior à melhor, da mais elitista a mais popular, vêm juntas nesse universo digital que liga, em um supertexto histórico gigantesco, as manifestações passadas, presentes e futuras da mente comunicativa. Com isso, elas constroem um novo ambiente simbólico. Fazem da virtualidade nossa realidade.

Esse novo cenário oferece possibilidades amplas e desafiadoras e, nesse sentido, serão as linguagens apropriadas, as técnicas e a ação ética que qualificarão a produção jornalística e colaborarão com o interesse público cujo serviço está no jornalismo.

Considerações finais

A tecnologia avança em um ritmo célere, e é necessário que o jornalismo também avance em direção à qualificação da informação, pois esse é um bem que sempre será construído, a partir do interesse público e do desenvolvimento social. Quanto mais o jornalismo atender à sociedade, melhores condições os indivíduos terão para o desenvolvimento da cidadania e consequente inclusão social. Quando emissores e receptores interagem, quando um ouve o que o outro tem a dizer é que a comunicação realmente acontece.

Na medida em que sociedade brasileira avança na cobrança de seus direitos, os cidadãos tendem a se expressar de diversas formas e por diversos meios de comunicação. O jornalista, por sua vez, desempenha um papel importante nesse contexto, pois seu trabalho, ou seja, a informação jornalística é um bem social. Ambos, produtores e receptores, são protagonistas de um cenário social e estão juntos em busca dos mesmos objetivos.

Referências bibliográficas

- ARAÚJO, Carlos Alberto. **Teorias da comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- BELTRÃO, Luiz; QUIRINO, Newton de Oliveira. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Summus, 1986.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes curriculares nacionais para o curso de jornalismo**. Disponível em www.mec.gov.br. <acesso em 20 Set. 2009>.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora URFJ, 2006.

- CASTELLS, Manuel. Trad. MAJER, Roneide Venancio. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- GOMES, Pedro Gilberto. **Tópicos de Teoria da Comunicação**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 1997.
- GRAMSCI, Antonio. Trad. COUTINHO, Carlos Nelson. **Os intelectuais e a organização da cultura**. 2. ed. Botafogo: Civilização Brasileira, 1978.
- GUARECHI, Pedrinho A. **Comunicação & Poder: a presença dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1987.
- HALL, Stuart. Trad: LOURO, Guacira Lopes; TADEU DA SILVA, Tomaz. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora URFJ, 1997.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. 2. ed. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.
- OROZCO, Guillermo. La audiencia frente a La pantalla. In: **Dia-logos de La Comunicación**. N. 30. Lima: FELAFACS, 1990.
- POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- SOUSA, Mauro Wilton. Novos cenários no estudo da recepção mediática. In:
- LOPES, Dirceu Fernandes; TRIVINHO, Eugênio. **Sociedade Mediática: significação, mediações e exclusão**. Santos: Ed. Universitária Leopoldinaum, 2000.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

Referências on line

- HABERMAS, Jürgen. **O valor da notícia**. Disponível em: <www.folha.uol.com.br. 27 de mai. 2007>. Acesso em 10 Nov. 2010.
- LAGE, Nilson. **A formação universitária dos Jornalistas**. Disponível em: <www.saladeprensa.org. out. 1999>. Acesso em 04 Out. 2010.

Recebido para publicação em 03-05-13; aceito em 10-06-13