



Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

ISSN: 1809-5844

ISSN: 1980-3508

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

Salaverría, Ramon; Costa, Carlos
O jornalismo é tautológico! Pois é um fazer que contém em si todos os significados
Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação,
vol. 43, núm. 1, 2020, Janeiro-Abril, pp. 193-200
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442020110>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69868713010>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org



Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

O jornalismo é tautológico!

Pois é um fazer que contém em si todos os significados

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442020110>

Ramon Salaverría¹

<https://orcid.org/0000-0002-4188-7811>

Entrevista concedida a:

Carlos Costa²

<https://orcid.org/0000-0001-8501-1689>

¹(Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación, Departamento de Proyectos Periodísticos. Navarra, Espanha).

²(Faculdade Cásper Líbero, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. São Paulo – SP, Brasil).

Professor titular de jornalismo na Universidade de Navarra, Espanha, Ramón Salaverría Aliaga nasceu em Burgos em 1970. Jovem, construiu uma carreira sólida, concentrando-se nas pesquisas sobre ciberjornalismo e meios digitais, temas nos quais é uma referência mundial. É professor visitante da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Concepción, no Chile; do Instituto Universitário de Lisboa; e da Faculdade de Filosofia da Universidade Nacional de Assunção, no Paraguai. Na última década, ministrou cursos e seminários em trinta países. Uma de suas mais recentes palestras foi a conferência de abertura do 42º Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (integrante da programação do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2019), no início de setembro do ano passado, na Universidade Federal do Pará (UFPA).

A conversa a seguir foi realizada após um curso de gestão empresarial no ISE Business School, na rua Martiniano de Carvalho 573, em São Paulo. Ensino e tecnologia, jornalismo digital e a função do correspondente internacional no contexto da *Internet* são alguns dos temas abordados na entrevista.

Revista Intercom – *As escolas de jornalismo estão ainda tímidas para o talento digital. Quando falam de jornalismo, o pressuposto é o impresso. O The New York Times, em seu*



Créditos: Manuel Castells Clemente

documento “Innovation”, de 2014, insiste que o “digital first” deveria ser como um mantra, repetido sempre. Como o senhor analisa isso?

Ramón Salaverría – Nas últimas duas décadas, na educação em geral, e nas universidades em particular, a forma de aproximar o ensino à tecnologia tem sido quase apenas instrumental. Ensina-se a usar ferramentas com tecnologia, mas não se explica ou ensina para o que se pode utilizá-la. Este é um cenário quase inevitável, mas, ao mesmo tempo, é preciso superá-lo. Muitos professores afirmam ser “professores de tecnologias” porque ensinam a utilizar determinados *softwares* ou dispositivos. Utilizar as ferramentas em si não é dominar a tecnologia. No momento, é a tecnologia que domina você. O salto qualitativo chegará quando entendermos que as tecnologias não se ensinam por si mesmas, mas por suas finalidades, as potencialidades de uso que proporcionam. Para isso, é preciso pesquisa, os professores devem ter mais clareza sobre os desafios de suas disciplinas, de modo a saber o que as tecnologias proporcionam para responder essas situações. Ao mesmo tempo, isso coloca muitas interrogações. Para resumir: temos de superar a situação de ensinar tecnologia como ferramenta para passar a uma nova fase, que é a de aprender a resolver os problemas com o apoio da tecnologia. Isto será o mais importante.

Revista Intercom – *Um caminho seria criar disciplinas ou grupos de trabalho que integrassem como parceiros estudantes de comunicação com seus colegas das engenharias da informação e analistas de computação?*

Salaverría – Do ponto de vista da disciplina em que estão inseridos, ou seja, a disciplina da Comunicação, é um território extremamente transversal por incorporar aspectos que têm a ver com o uso intensivo da tecnologia, mas, também, com princípios, valores e conceitos que nos conectam com o mundo da filosofia, da psicologia e da ética, entre outros. Por isso, vejo o aprendizado como um território extremamente transversal. É um espaço em que podemos colocar juntas essas duas esferas que efetivamente estão bastante distantes uma da outra. O mundo da tecnologia tem uma lógica de crescimento própria e o mundo das ideias e dos valores está em uma situação um pouco defensiva nessa revolução tão rápida que acontece no mundo tecnológico. De fato, não só no mundo da comunicação e do jornalismo temos de buscar esses espaços de encontros.

Revista Intercom – *Na Universidade de Pamplona, há longa tradição do que no início dos anos 1990 se chamou de “periodismo total”. Como é pensado isso no curso de jornalismo de sua escola hoje?*

Salaverría – O curso tem três eixos fundamentais. O primeiro está associado com as humanidades, o conhecimento do ser humano em sua dimensão ética, histórica, social, literária, ou seja, um repertório que permita interpretar a sociedade contemporânea. O segundo eixo é centrado na cultura profissional da comunicação e dos meios. É necessário conhecer as estruturas das empresas de comunicação, os processos econômicos que funcionam no mundo, o direito da informação, a opinião pública, ou seja os fenômenos que permitem interpretar

as características específicas do mundo da comunicação. O terceiro eixo se volta para as destrezas profissionais que têm a ver com a redação, com o *design*, com a edição, produção de conteúdo audiovisual. Então a pergunta é como integramos o ensino das tecnologias nesta estrutura – fundamentos humanísticos, cultura profissional, habilidades profissionais? O que fazemos é ver, por uma parte, como as tecnologias estão desafiando os conceitos das humanidades, que têm relação com a vida social e a ética, afetadas com a presença da tecnologia digital. Por outra parte, do ponto de vista da cultura profissional, vemos como as tecnologias digitais são disruptivas nos modelos de negócios das empresas jornalísticas, na necessidade de regulamentação das normas legislativas do direito da informação. E um terceiro ponto, uma parte estritamente técnica, ensinamos o aluno a elaborar informação jornalística de uma perspectiva estritamente digital. Ensinamos linguagem multimídia, como produzir conteúdo informativo para a *web* e dispositivos móveis conjuntamente com outras plataformas como a imprensa, o rádio ou a televisão. A ideia é que a tecnologia digital é transversal e conecta todas estas esferas. Não é uma disciplina isolada das outras. Por mais que eu seja professor de alguma disciplina centrada em tecnologias, existem outras que também incorporam parte do aspecto tecnológico digital. Para nós, insisto, o ensino da tecnologia digital é transversal.

Revista Intercom – *O NYT, no documento “Innovation”, de 2014, fala da qualidade de seu jornalismo como o maior trunfo desde a fundação, em 1875, e como esse DNA marca os mais de 14 milhões de artigos de seu histórico. Como manter tudo isso, contando com apenas um correspondente para toda a América Latina?*

Salaverría – Desconheço os dados e números exatos de correspondentes do NYT na América Latina hoje. Vou falar de algo que tenho conhecimento. Em 2003, participei de um estudo realizado na Europa sobre a figura dos correspondentes internacionais em um contexto em que existia; por uma parte a disrupção, por causa da tecnologia, e era também o momento mais crítico da crise financeira nos países europeus e que levou a reduzir o número de jornalistas e, claro, a diminuir o time de correspondentes. Uma das coisas que observamos é que a *Internet* produziu um efeito: o acesso da mídia internacional a fatos e ocorrências em um determinado local, se dá quase sempre pelos meios de comunicação regionais ou locais. Há 20 anos, se acontecesse algo na Índia, era difícil ter acesso à informação se não houvesse um correspondente ou um jornalista de alguma agência de notícia. Agora, existe a possibilidade de ter este acesso através do que as fontes publicam. Uma das descobertas desse estudo é que não são mais os correspondentes que encontram a notícia, que informam a existência de um fato. Todos já conhecem o acontecido graças às agências que fazem circular a notícia pela *Internet*. O papel do correspondente é contextualizar a informação, explicá-la, com fontes locais, enriquecer com informações, mas não contar a notícia. O papel do correspondente não é mais o de contar uma novidade. Mudou muito o trabalho deles. Por outro lado, não existe uma certeza de que um lugar ou grande capital será fonte constante de notícias. Claro que alguns lugares serão fonte de notícias sempre: Washington, Londres, Paris. Mas Buenos Aires terá momento de ser notícia principal, seja por determinada situação econômica, e

haverá semanas e meses em que não acontecerá nada substancial para ser manchete mundial. Nestas circunstâncias, o que tem se consolidado nos meios de comunicação é a figura do *freelancer*, um jornalista que está trabalhando para vários meios e que, em determinado momento, é requisitado para uma tarefa especial. Na Europa, os correspondentes contratados de maneira estável estão dando lugar a outro tipo de correspondente, que não é contratado de maneira estável, mas mantém um vínculo com um determinado meio de comunicação. E, quando há necessidade de seus serviços, ele os presta.

Revista Intercom – *Há um discurso do NYT de que eles são os melhores. Até que ponto?*

Salaverría – Há números incontestáveis. A The New York Times Company é uma empresa cotizada, e, portanto, está obrigada a apresentar uma série de contas publicamente para que seus investidores possam avaliar o desenvolvimento da empresa. E a afirmação de que são os melhores, com base nesta informação publicamente divulgada, é incontestável. A empresa está investindo em tecnologia e em contratações de profissionais respaldadas por uma série de cálculos econômicos. No entanto, o que ocorre é que o perfil das pessoas contratadas não segue mais o de 15 ou 20 anos atrás. Agora há uma espécie de perfil misto. Por uma parte, buscam contratar jornalistas com alta qualificação, uma elevada especialização em diferentes disciplinas ou destrezas, mas, ao mesmo tempo, e de maneira cada vez mais importante, as redações estão sendo enriquecidas com desenvolvedores tecnológicos *experts* em computação, que, por uma parte, são os que possibilitam um tratamento mais avançado da informação que se produz e, em paralelo, melhoram os processos internos de gestão da informação nas organizações. O NYT pode ter despedido centenas de seus 1.400 jornalistas e agora contratou umas quantas centenas mais, talvez o número total de profissionais de jornalismo haja reduzido, mas o número total na organização cresceu. Neste momento, está na faixa de 1.600. O que temos de nos perguntar é se precisamos, para melhorar a qualidade da informação, contar com o apoio de especialistas de desenvolvimento tecnológico. Particularmente, acredito que sim.

Revista Intercom – *O The Wall Street Journal foi radical na remodelização, criando nomenclaturas que não existiam em um documento lançado em março de 2019.*

Salaverría – Os meios de referência dos EUA estão tendo uma evolução que foi bastante traumática para toda a indústria midiática nos últimos anos em termos de reconversão industrial e ainda estão neste processo, mas todos esses meios de referência finalmente estão vendo um cenário distinto, onde há menos competição e competidores de alto nível e há muitos competidores pequenos que trabalham em categorias diferentes. O NYT compete com a BBC, Guardian, Washington Post, mas não compete com um meio local da Filadélfia. São dois cenários completamente diferentes.

Revista Intercom – *Neste tema dos grandes contra os pequenos, há uma suspeita de que os meios inclinados a fazer mudanças são os pequenos...*

Salaverría – O que ocorre é que as grandes corporações midiáticas estavam acostumadas até o final dos anos 1990 a um nível de retorno econômico de dois dígitos anuais no mínimo. Essas empresas ganhavam entre 10% e 20% anualmente. Essa rentabilidade caiu de maneira dramática. O que as grandes corporações estão tentando fazer é recuperar aqueles níveis de ingresso que tinham, enquanto os pequenos meios não aspiram a estes níveis de retorno e, em muitas ocasiões, se contentam com o *break even*¹, o suficiente para permitir que façam um jornalismo de qualidade. O objetivo não os torna mais ricos, mas podem cumprir o compromisso que os levaram a estar na profissão: dar informação de qualidade. Neste sentido, parece que os pequenos atores independentes, que a *Internet* multiplicou, são extremamente saudáveis para a profissão de jornalista porque enriqueceram muito a quantidade de fontes disponível para o público. Quebrou o oligopólio informativo que existia entre as grandes corporações, mas são inquestionáveis a potência informativa e a capacidade de influência na opinião pública de marcas como o NYT, BBC ou The Washington Post. Não se pode compará-los com os pequenos atores.

Revista Intercom – *“O jornalismo praticado pela mídia digital continua sem um nome definido”, são palavras do senhor. Falamos sobre “jornalismo digital”, “jornalismo cibernético”, “jornalismo online” ou “jornalismo multimídia”. Não é apenas nomenclatura. Acho que há certa armadilha em falar sobre jornalismo em um novo meio. Talvez a melhor palavra seja: jornalismo em uma nova plataforma.*

Salaverría – No ano de 2015, me dirigi à Real Academia Espanhola, que prima pela pureza da língua, depois de analisar qual era a definição que a Real Academia dava para o termo jornalismo e percebi que era uma definição absolutamente anacrônica. Havia duas acepções. A primeira era: é jornalista aquela pessoa que tem uma autorização legal para poder exercer. Isto é pré-democrático. A segunda definição limitava a qualificação jornalística para os profissionais que trabalhavam em meios escritos ou audiovisuais. Portanto, não considerava jornalista: a) os profissionais que trabalhavam em agências de notícias; b) os *freelancers*; e c) os que trabalham no âmbito da *Internet*, que é o espaço, hoje, de maior movimento. Publiquei estas reflexões nas redes sociais e isto teve eco. O fato é que houve bastante impacto e foi repercutido por muitos usuários da rede e pela própria mídia. A Real Academia se dirigiu a mim uma semana depois dizendo: “parece que tem sentido o que está questionando, nos faça uma proposta formal que vamos estudá-la”. E, no prazo de uma semana, disseram que o que eu havia proposto parecia oportuno, iria demorar um tempo, mas iriam modificar a definição de jornalismo e depois de jornalista. Essa mudança de definição aconteceu realmente no final do ano de 2018. São palavras importantes por serem muito utilizadas. Então fizeram uma redefinição do termo. E me parece que a nova definição responde muito mais à natureza do objeto e já não é tão anacrônica como era antes. Então vamos para a segunda parte da sua pergunta: como podemos definir jornalismo no âmbito digital? Aqui eu distinguiria duas

¹ O ponto de equilíbrio entre as despesas e os ingressos financeiros de uma empresa.

coisas. Jornalismo é uma disciplina que se pode expressar em distintas plataformas, como aconteceu durante vários séculos. Meios impressos, na rádio, na televisão, nas agências e, há 25 anos, nos meios da *Internet*. Uma coisa são as plataformas de publicações e outra coisa são as ferramentas para fazer o jornalismo. Hoje, no ano de 2019, todo jornalismo é digital.

Revista Intercom – *Talvez a melhor palavra seja: por que?*

Salaverría – Porque recorrem em grande medida à tecnologia digital para poder ser expressada. No momento, você me entrevista com um bloco nas mãos, mas a gravação está sendo realizada com um dispositivo digital. Não sei se será publicada no formato *web* ou impressa, ou se não vai ser publicada em nenhum lugar.

Revista Intercom – *Será publicada em um site e provavelmente haverá um upload em PDF.*

Salaverría – Neste caso, podemos dizer que é um tipo de tratamento informativo tradicional, mas sua disseminação ou difusão terá caráter digital. Também a sua produção está sendo digital. É isto que chamo jornalismo digital. Neste sentido, jornalismo e jornalismo digital já é uma tautologia. Não existe um jornalismo que não seja digital, pelo menos em sua maior parte. Jornalismo impresso, radiofônico, televisivo, já são jornalismo digital porque utilizam tecnologia digital. Outra coisa é ciberjornalismo, que é o jornalismo que se publica na rede. Jornalismo que tem, na rede, território de encontro com o seu público. E aí há uma série de publicações específicas que não têm presença em outras plataformas, que utilizam gêneros cada vez mais próprios, linguagens cada vez mais específicas, linguagem multimídia e formas de relação com o público distintas dos formatos do impresso, do rádio e da televisão. Isto aconteceu tradicionalmente na história quando apareceu a publicação impressa, quando apareceu o rádio ou a televisão. E, agora, está se verificando a mesma coisa com os cibermeios ou os meios digitais. Portanto, o ciberjornalismo é uma variante do jornalismo digital. E o jornalismo digital é o jornalismo. Na Índia, há o jornal *The Musalman*, uma publicação toda escrita à mão. Editam o jornal a mão, mas é um caso excepcional².

Revista Intercom – *Em São João del Rei, houve o “Jornal do Muro”.*

Salaverría – Sim, isto existia em Roma, as *Acta Diurna Romana*. Estão reproduzindo algo que era feito há 25 séculos. Por isto digo que, neste momento, jornalismo e jornalismo digital é uma tautologia. Dentro do jornalismo existe uma variante que alguns chamam jornalismo digital que é o jornalismo que se expressa na rede.

Revista Intercom – *Há tempos escrevi um artigo em que criticava essas variates e as pessoas não gostaram muito. O artigo teve o título “Jornalismo substantivo”, pois não vejo a necessidade de adjetivá-lo. Manuel Castells, por exemplo, fala de jornalismo cidadão. Isto me incomoda, porque é adjetivar.*

2 Disponível em: <https://pt.globalvoices.org/2012/04/03/india-ultimo-jornal-escrito-mao-mundo/>. Acesso em: 6 fev. 2020.

Salaverría – Estou de acordo com você. A etiqueta jornalismo cidadão é, também, tautológica porque se não há um jornalismo para a cidadania, não podemos qualificar como jornalismo. Se estamos fazendo jornalismo para a elite ou para fontes poderosas, isto não é jornalismo. O jornalismo por sua própria natureza é cidadão. É uma ferramenta da cidadania. Tem um autor de referência que é Dan Gillmor. Ele escreveu “*We, the media. Grassroots Journalism by the People, For the People*” [Nós a mídia. Jornalismo de base pelo povo e para o povo]³, publicado em 2004. Ele era assim como um profeta do jornalismo cidadão e, efetivamente, dizia que graças à rede o jornalismo poderia se liberar das limitações que os meios de comunicação impunham e poderíamos passar para uma espécie de cenário no qual os próprios cidadãos seriam autossuficientes na hora de criar e construir sua própria informação. Claro, isso não é bem assim e logo se comprovou que existem muitos outros problemas.

Revista Intercom – *As fake news seriam um desses problemas?*

Salaverría – Sim. Não existem os protocolos profissionais para garantir o que é certo ou o que não é. Se alguém está divulgando uma mentira ou está compartilhando algo correto. Não é só isto. Que assunto tratam? Quando passamos para o âmbito do suposto jornalismo cidadão, encontramos um conjunto de acontecimentos incidentais em que os cidadãos tropeçaram e não foram buscá-los. Em que foram testemunhas, em muitos casos, involuntárias. Um acidente durante uma caminhada, algum tipo de evento natural surpreendente. Com o jornalismo cidadão, é difícil descobrir uma operação da dimensão da Lava-Jato. Isto que alguns autores como Gillmor denominaram como jornalismo cidadão não é o final do jornalismo, mas, sim, o seu começo. Quer dizer, ali quando terminam os testemunhos dos cidadãos é onde começa o trabalho do jornalista. Explicar por que ocorreu, contextualizar os acontecimentos, incluir fontes adicionais, analisar as consequências dos fatos. Nenhum cidadão fez isto nas redes sociais, pois isto é um trabalho estritamente profissional e que os preparados para dar conta desses desdobramentos são os jornalistas.

Revista Intercom – *O senhor acredita que as escolas de jornalismo estão dando conta da missão?*

Salaverría – Observo que elas apresentam vários problemas e um deles é a massificação. No momento, há mais estudantes, mais faculdades do que os diferentes países estão em condições de assumir. Por outro lado, há outro problema que é a vocação jornalística do jovem que vai estudar. Temos a tentação a pensar que o tempo passado foi melhor. Resisto a este olhar nostálgico, mas percebo que os jovens têm uma exposição muito limitada da informação jornalística, ao contrário do que acontece com as redes sociais. Sua perspectiva é muito mais de usuários do que de produtores de informação. Quando um aluno não tem esta vocação e chega a uma aula de jornalismo, a primeira coisa que é preciso fazer é despertar esta vocação. Se não conseguirmos isso, este aluno nunca será um bom jornalista. É melhor

3 Dan Gillmor é um jornalista norte-americano muito engajado com o tema da tecnologia. Diretor do Knight Center for Digital Media Entrepreneurship da Walter Cronkite School of Journalism and Mass Communication da Universidade do Estado do Arizona.

que se dedique a outra coisa. O tipo de ensino de *softs skills* que as universidades ensinam nos cursos de Comunicação são enormemente polivalentes, quer dizer, uma pessoa com habilidades de comunicação pública, planejamento, articulação de distintas realidades, em princípio, tem uma capacidade de estratégia, organização de equipes que são valores importantes dentro de qualquer organização, não apenas nas empresas de jornalismo. Mas, se tratamos especificamente de jornalistas, precisamos de pessoas com imensa vocação de sacrifício, uma curiosidade impenitente, qualidades comunicativas por escrita ou audiovisual e um grande conhecimento de mundo. E isso encontramos em um número reduzido de alunos.

Referências

GILLMOR, D. **We, the media**. Grassroots Journalism by the People, For the People. O'Reilly Media, Sebastopol (Califórnia), 2004.

Carlos Roberto Costa (entrevistador)

Jornalista formado pela Cásper Líbero é mestre e doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. É professor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero: Comunicação na Contemporaneidade. É autor dos livros “*A revista no Brasil do século XIX: a história da formação das publicações, do leitor e da identidade do brasileiro*”, tema de seu doutorado (Editora Alameda, São Paulo, 2012, 456 páginas, em 2ª edição, 2019), e “*Manuel de Araújo Porto-Alegre, um artista fora do foco*”, Alameda 2019, resultado do pós-doutorado em Letras Clássicas e Vernáculas (FFLCH-USP). E-mail: ccosta@casperlibero.edu.br.

Recebido em: 11.01.2020

Aprovado em: 05.03.2020

