

Cadeias produtivas aplicadas à comunicação: das teorias gatekeeping e newsmaking à era do jornalismo multifuncional ¹

Caíque Toledo de Camargo Campos²

Edson Aparecida de Araujo Querido Oliveira³

Viviane Fushimi Velloso⁴

Universidade de Taubaté - Unitau

RESUMO

Este artigo busca analisar o conceito de cadeias produtivas aplicadas à comunicação, com foco nas dinâmicas da produção jornalística. A pesquisa qualitativa, baseada em revisão bibliográfica e análise documental, utiliza autores como White (1950), Tuchman (anos 1960 e 1970), Wolf (1987) e Traquina (2004) para compreender as rotinas produtivas do jornalismo, que envolvem diversos agentes, como jornalistas, plataformas e o público, e destaca como transformações tecnológicas e econômicas demandam reorganizações constantes, afetando a noticiabilidade e o mercado de trabalho. O estudo visa contribuir para o entendimento do jornalismo como processo em constante adaptação e atualização.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Estudos da Comunicação; Cadeias Produtivas; Noticiabilidade; Desenvolvimento.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte, realizado de 28 a 30 de maio de 2025.

² Graduado em Jornalismo pela Universidade de Taubaté (Unitau), especialista em Gestão em Comunicação e Mídias Digitais pela Universidade Anhembi Morumbi e mestrando em Planejamento e Desenvolvimento Regional pela Universidade de Taubaté. Docente colaborador da Universidade de Taubaté. E-mail: caique.toledo@unitau.br.

³ Graduado em Ciências Econômicas pela Universidade do Vale do Paraíba, Mestrado em Economia do Trabalho e da Tecnologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Doutorado em Engenharia Aeronáutica e Mecânica - Área de Organização Industrial pelo Instituto Tecnológico de Aeronáutica. Pós-Doutorado em Gestão da Inovação Tecnológica - Área de Produção pelo Instituto Tecnológico de Aeronáutica. Professor Assistente Doutor aposentado da Universidade de Taubaté (Unitau). Docente e Pesquisador de Programas de Pós-graduação Stricto Sensu. Exerce a função de Pró-Reitor de Pesquisa, Pós-graduação e Extensão do Centro Universitário ETEP-São José dos Campos, Membro do Conselho Editorial da Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional (ISSN 1809-239X), na função de Editor Chefe; e Membro do Conselho Editorial da Revista Latin American Journal of Business Management (ISSN 2178-4833) na função de Editor Chefe. E-mail: edson.oliveira@unitau.br .

⁴ Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/SP), docente e pesquisadora do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté. E-mail: viviane.fvelloso@unitau.br.

INTRODUÇÃO

Na função de levar informações à sociedade, com senso crítico e plural, o fazer jornalístico passa por escolhas e decisões sobre o ato de informar. Sendo assim, há uma série de etapas necessárias para que as informações sejam apresentadas de forma interessante e tecnicamente adequada, para oferecer dados e conteúdos relevantes à população para a construção da opinião pública.

Nesse cenário, percebe-se que ao longo dos anos o jornalismo vem atuando tanto na elaboração das notícias em veículos de comunicação como na área organizacional, na construção da identidade e imagem de organizações públicas e privadas. Portanto, é possível analisar como conceitos de rotina produtiva do jornalismo, debatidos a partir de White, Tuchman e Wolf, por exemplo, podem ser percebidos e adotados como padrões de referência para o reconhecimento de uma cadeia produtiva da comunicação a partir da prática jornalística mediante os avanços tecnológicos.

METODOLOGIA

A abordagem metodológica adotada neste artigo é qualitativa, combinando revisão bibliográfica e análise documental. A revisão de literatura fundamenta-se em referenciais teóricos sobre economia política da comunicação, teorias para prática do jornalismo diário, atualizações do mercado profissional jornalístico e estudos de cadeias produtivas, examinando sua aplicação ao setor da comunicação. A análise documental abrange estudos acadêmicos e casos específicos que ilustram a organização e a transformação dessas cadeias em um cenário de constantes mudanças.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico utilizado apoia-se nos estudos sobre teorias do jornalismo, analisando como os processos de produção e distribuição de conteúdo se organizam aplicando conceitos de cadeias produtivas na comunicação.

Modelos de cadeia são explorados para compreender a interdependência entre os agentes envolvidos, desde a apuração e redação até a circulação e consumo das informações. Além disso, considera-se o impacto das inovações tecnológicas e das novas práticas

jornalísticas, que reconfiguram continuamente essas cadeias, influenciando a produção e a disseminação de conteúdos em múltiplas plataformas.

ANÁLISE E PRINCIPAIS RESULTADOS

Os pontos levantados na pesquisa evidenciam a complexidade da organização produtiva na comunicação, destacando a interdependência entre os agentes e os desafios impostos pela digitalização e pela convergência midiática. O jornalista contemporâneo assume um papel multifuncional, desempenhando atividades que vão desde a apuração e redação até a edição e distribuição de conteúdos em diferentes plataformas.

Esse novo perfil profissional impacta diretamente a configuração das cadeias produtivas, tornando-as mais dinâmicas e exigindo uma adaptação constante dos profissionais e das empresas de comunicação. A integração entre tecnologia e jornalismo amplia oportunidades para inovação na produção e circulação da informação, mas também impõe desafios quanto à formação dos jornalistas e à gestão eficiente dos processos produtivos dentro do mercado de comunicação.

CONCLUSÃO

A análise das cadeias produtivas aplicadas à comunicação revela a importância desse modelo para a compreensão das transformações do setor. A interconexão entre os diferentes agentes e a necessidade de adaptação contínua tornam-se fundamentais para a sustentabilidade da área. As mudanças tecnológicas e econômicas impactam diretamente a configuração dessas cadeias, demandando reestruturações nos modelos de negócio, nos formatos de trabalho e nas políticas públicas voltadas para o setor. O estudo contribui para o aprofundamento das discussões sobre os processos produtivos na comunicação e suas implicações no cenário atual e futuro: ao seguirem uma cadeia produtiva estruturada e com interesses voltados para a isonomia, os processos jornalísticos entregam notícias com uma maior credibilidade ao público. Dessa forma, garantir a precisão e imparcialidade das informações com uma comunicação jornalística baseada em procedimentos rigorosos e uma metodologia visando princípios éticos ajuda a contribuir para a construção de uma sociedade pautada na pluralidade e equidade social.

REFERÊNCIAS

ANTONIOLI, M.E.; JÚNIOR, E.M. Jornalismo e newsmaking no século XXI: novas formas de produção jornalística no cenário online. In: **ALTERJOR**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2016.

CANTANHEDE, Y.S.; ZANFORLIN, S.C. As definições do newsmaking: um estudo bibliográfico sobre as perspectivas do conceito. In: **Revista Anagrama**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2020.

CASTELLS, M. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. Vol. 2 - **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CICILLINI, F.M. **Gestão da informação na cadeia produtiva do jornalismo impresso**. 2008. 194 p. Dissertação (mestrado em Comunicação) - Bauru: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista, 2008.

FERNANDES, B.R.D.. **A Teoria Clássica do Gatekeeper e do Newsmaking na Rádio: O caso da RDP**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2011.

FILHO, O.F. **Primeira Página: Folha de S. Paulo**. Publifolha: São Paulo, 2007.

FOTOS, R. Gatekeeping e Gatewatching: diálogos da participação do público na construção do jornalismo online. In: **Intercom (Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação)**. São Paulo, 2016.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 5ª Ed. São Paulo: Loyola, 1996.

GOLDING, P; ELLIOTT, P. **Making the News**. Longman, 1979.

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

MEYER, P. **Os jornais podem desaparecer?: como salvar o jornalismo na era da informação**. São Paulo: Contexto, 2007.

PENA, F. **Teoria do jornalismo**. 2ª Ed. São Paulo: Contexto, 2008.

PIMENTEL, A.S.; TEMER, A.C.R.P.; **Newsmaking in Portuguese: uma discussão das hipóteses de Gaye Tuchman no contexto brasileiro**. Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2012.

SEIXAS, L. Valores notícia: uma proposta de análise. In: **Revista Observatório**. Palmas, 2018.

SHOEMAKER, P.; VOS, T. **Teoria do Gatekeeping: seleção e construção da notícia**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SOUSA, J.P. **As notícias e os seus efeitos. As “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1999.

TRAQUINA, N. **O estudo do Jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

TUCHMAN, G. A Objetividade como Ritual Estratégico. IN: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: teorias, questões e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

VIZEU, A. **Decidindo o que é notícia: Os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: Edipucrs, 2014.

WHITE, D. Gatekeeper: uma análise de caso na selecção de notícias. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Veja, 1999.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 8ª Ed. Lisboa: Presença, 1987.

YANAZE, M.H. **Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações**. 2ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2012.