

FERNANDO ARTECHE HAMILTON

**CAIU NA REDE É NOTÍCIA: UMA ANÁLISE SOCIOLÓGICA DO
WEBJORNALISMO**

Dissertação apresentada ao Programa
de Pós-Graduação em Sociologia
Política da Universidade Federal de
Santa Catarina, para obtenção do
título de Mestre.

Florianópolis, SC
2002

FERNANDO ARTECHE HAMILTON

**CAIU NA REDE É NOTÍCIA: UMA ANÁLISE SOCIOLÓGICA DO
WEBJORNALISMO**

Orientador: Prof.^a Dr.^a Tamara Benakouche

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

Florianópolis
2002

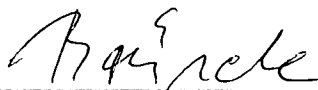
CAIU NA REDE É NOTÍCIA: UMA ANÁLISE SOCIOLÓGICA DO WEBJORNALISMO.

FERNANDO ARTECHE HAMILTON

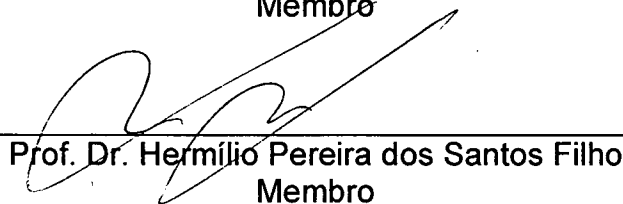
Esta Dissertação foi julgada e aprovada em sua
forma final pela Orientadora e Membros da
Banca Examinadora, composta pelos
Professores:



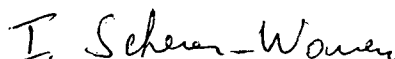
Profa. Dra. Tamara Benakouche
Orientadora



Prof. Dr. Franz Josef Brüseke
Membro



Prof. Dr. Hermílio Pereira dos Santos Filho
Membro



Profa. Dra. Ilse Scherer-Warren
Coordenadora

Florianópolis, (SC), Fevereiro de 2002.

AGRADECIMENTOS

Ao Programa de Pós-graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina.

A minha orientadora Prof.^a Dra. Tamara Benakouche.

Aos membros da banca prof. Dr. Franz Brüseke, prof. Dr. Hermílio Pereira dos Santos Filho e prof. Dr. Caleb Faria Alves.

SUMÁRIO

Lista de tabelas	vii
Resumo	viii
Abstract	ix
INTRODUÇÃO	01
I – JORNALISMO E VELOCIDADE	06
1. Os Primórdios do Jornalismo.....	07
2. A Técnica e o Jornalismo	13
3. As Influências do Capitalismo	18
3.1 Capitalismo e Sociedade	18
3.2 As Crises do Capitalismo	21
3.3 Jornalismo e Capitalismo	25
4. Cultura: o conteúdo das informações jornalísticas	28
5. Velocidade e Informação como Elementos de Estratégia	39
5.1 Guerra e Informação	40
5.2 Velocidade e Estratégia	42
II – OS SENTIDOS SOCIAIS DO JORNALISMO	45
1. As Mudanças da esfera Pública e do Jornalismo: Habermas	46
1.1 A Técnica e o Capitalismo contra a Cultura: o sistema industrial	50
1.2 Interação: o mundo da vida	55
2. A Autonomia da Cultura Popular: mediação	59
3. A Pragmática do jornalismo	65
III – WEBJORNALISMO	69
1. O Campo do Jornalismo e os Desafios da Atualidade	70
1.1 A Prática Atual	73
1.1.1 A produção de notícias: a pauta	73
1.1.2 A busca da notícia	74
1.1.3 A edição	75
1.1.4 A veiculação	76
1.2 Análises da Prática Atual	76
2. A Revolução Informacional e a Sociedade da Informação	78
3. A Tecnologia da Inteligência Informática: o hipertexto	81

3.1 A Oralidade	82
3.2 A Escrita	83
3.3 A Informática	84
4. Jornalismo e Informática: um relacionamento polêmico	92
5. Webjornalismo: uma prática em construção	98
IV – WEBJORNALISMO E MUDANÇAS NO JORNALISMO: UM ESTUDO DE CASO	
.....	106
1. A Prática do Jornalismo on Line: o caso <i>Último Segundo</i>	109
1.1 A Pauta	110
1.2 Reportagem	112
1.3 A Edição	113
1.4 Veiculação e Interatividade	116
2. A Percepção do Trabalho on Line pelos Jornalistas	118
2.1 Os Critérios de Importância da Notícia	118
2.2 Vantagens do Veículo on Line	120
2.3 Desvantagens do Veículo on Line	123
2.4 O Significado da Atualização em Tempo real para o Veículo	125
2.5 O Significado da Atualização em Tempo real para o Público	127
2.6 O Relacionamento do Público com o Jornalista	128
2.7 Características Exigidas de um Jornalista para o Trabalho em Veículo on Line	
.....	130
3. A Prática na Teoria	132
3.1 Webjornalismo e Alterações no Campo do Jornalismo	133
3.2 Webjornalismo e Capitalismo	135
3.3 Webjornalismo, Tecnologia e Cultura	137
CONCLUSÃO	143
ANEXOS	146
Anexo 1: Questões da entrevista	
Anexo 2: Páginas iG e Último Segundo	

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Os critérios de importância da notícia.....	119
Tabela 2: Vantagens do veículo on line	121
Tabela 3: Desvantagens do veículo on line	124
Tabela 4: O significado da atualização em tempo real para o veículo	126
Tabela 5: O significado da atualização em tempo real para o público.....	127
Tabela 6: O relacionamento do público com o jornalista	129
Tabela 7: Características exigidas para o trabalho em veículo on line .	131

RESUMO

Este trabalho trata das mudanças na prática do jornalismo em decorrência do webjornalismo. Junto a isso, oferece subsídios para considerações teóricas a respeito da inserção social do jornalismo na nova modalidade. O ponto de partida de seu desenvolvimento foi a realização de uma observação participante e de entrevistas com profissionais que trabalham em veículo de jornalismo on line. Através da percepção que esses profissionais têm do trabalho, comparativamente com o jornalismo em outros veículos, foi possível detectar as novidades e mudanças na prática do jornalismo, as características principais do webjornalismo como é praticado no Brasil e suas possíveis tendências. A velocidade na veiculação apareceu como a característica principal do webjornalismo. Ao mesmo tempo que define a nova modalidade de jornalismo diante de outros veículos, a velocidade traz problemas para a prática profissional: altera a avaliação da importância de uma notícia, prejudica a capacidade de interpretação e opinião no jornalismo e provoca a possibilidade de erros nas informações veiculadas.

ABSTRACT

This work deals with the changes in the practice of journalism in the result of the web-journalism. Together with this, it offers subsidies for theoretical considerations regarding the social insertion of the journalism in the new modality. The start point of its development was the accomplishment of a participant observation and interviews with professionals who work with the journalism online vehicle. Through the perception that these professionals have of the work, comparatively with the journalism in other vehicles of communication, which it was possible to detect the new developments and changes in the practice of the journalism, the main features of the webjournalism as practiced in Brazil and its possible trends. The velocity in the transmission appeared as the main characteristics of the webjournalism. At the same time it defines the new modality of journalism of other vehicles of communication, the speed brings problems for the professional practice: it modifies the evaluation of the importance of news, harming the capacity of interpretation and opinion in the journalism and provokes the possibility of errors in the transmitted information

INTRODUÇÃO

O surgimento de um novo veículo de comunicação de massa é sempre acompanhado de desconfiança e euforia. Enquanto alguns teóricos e profissionais vislumbram possibilidades magníficas para o novo veículo, outros prevêem retrocessos e problemas. O webjornalismo não foge à regra. Seu estudo é ainda mais problemático pela relativa brevidade de sua prática no mundo – a partir da década de 90 – e pela dificuldade de avaliação de uma série de possibilidades sociais novas, trazidas pelo desenvolvimento da Informática, pelo atual estágio do modo de produção capitalista e pela radicalização da mundialização da cultura. Inserido neste contexto dinâmico, o webjornalismo sofre suas conseqüências: abrem-se novas possibilidades para o jornalismo realizado até agora, ao mesmo tempo em que se abre mão de aspectos que foram incorporados ao jornalismo ao longo de sua história.

Este trabalho tem como objetivo analisar as mudanças na prática do jornalismo e também na inserção social desta atividade em sua nova forma: o webjornalismo. Consideramos o webjornalismo como a prática do jornalismo na web, graças ao uso das novas possibilidades que esta oferece em todas as fases da

atividade: produção, captação, edição e veiculação de notícias. Deve-se levar em conta ainda no webjornalismo a possibilidade de digitalização e manipulação informática de todos os recursos de comunicação: texto, áudio, vídeo e interatividade.

Consideramos ainda que webjornalismo é hoje sinônimo de jornalismo on line. Este foi a primeira modalidade de jornalismo na rede mundial de computadores, quando as empresas de comunicação passaram a disponibilizar o conteúdo de seus outros veículos na Internet, sem maiores modificações. A partir de um certo momento (a década de 90), essas empresas passaram a incorporar os recursos do hipertexto e outros próprios da web na forma de veiculação de notícias na Internet. A partir de então, pôde-se chamar a essa atividade de webjornalismo, já que ela significava novas práticas e modos de fazer jornalismo. Atualmente, praticamente todo o conteúdo noticioso veiculado na web incorpora esses recursos. Portanto, são termos sinônimos e assim serão utilizados neste trabalho.

Para dar conta da complexidade que envolve a sociedade hodierna, em relação à sua apreensão teórica, dividimos o estudo do webjornalismo e sua inserção social a partir de três pontos de vista: o econômico, mais especificamente o modo de produção capitalista; o técnico, precisamente a informática; e o cultural, este visto como o conteúdo das notícias e sua influência nas discussões da sociedade moderna. Esses três elementos serviram ainda para a discussão de uma das principais características do jornalismo on line: a velocidade na divulgação de notícias. Esta velocidade, crescente na história do jornalismo, parece chegar a um ponto que põe em dificuldades o próprio trabalho jornalístico, conforme veremos na última parte do trabalho. Ressaltamos que essa divisão metodológica foi aleatória, mas cumpriu a função de auxiliar na percepção das mudanças que procuramos investigar.

Vale esclarecer desde já, nesta introdução, o que tratamos por jornalismo, apesar das diversas nuances verificadas no decorrer das análises teóricas: uma atividade baseada na divulgação da singularidade dos fatos, mantidos os

pressupostos das particularidades culturais e contextuais, e os da universalidade moral e filosófica. Para tanto, o jornalismo compreende as etapas de escolha e produção dos temas que serão transformados em notícia; a busca de informações sobre os temas, que compreende também a investigação e a checagem dessas informações; a seleção dos aspectos dos fatos que serão veiculados e sua formatação de acordo com o veículo; e a veiculação propriamente dita, que segue padrões diferenciados de acordo com o veículo e com o público que se tem como alvo. Estas são as características definidoras da atividade jornalística. Foi com elas que abordamos as transformações ocorridas no jornalismo com a prática on line. As linhas gerais das pesquisas de newsmaking, que investigam justamente o jornalismo em suas diversas etapas, também serviram de suporte para a análise da pesquisa de campo.

O primeiro capítulo do trabalho trata da história do jornalismo, a partir dos fatores que levaram esta atividade a sofrer um aumento de velocidade no cumprimento de suas diversas etapas. Consideramos este ponto de vista mais adequado aos propósitos deste trabalho do que simplesmente recontarmos a história da prática jornalística, tarefa já encetada por diversos autores, que serão citados ao longo do capítulo. Utilizando os pressupostos teóricos escolhidos, averiguamos de que forma o capitalismo, a técnica e a demanda cultural promoveram, ou, ao menos, proporcionaram condições de acelerar o processo jornalístico.

No segundo capítulo, abordamos três teorias que tratam a inserção social do jornalismo (por vezes inserido na mídia de um modo geral; por outras, de forma específica). São três pontos de vista diferenciados, mas que não se excluem. São formas de analisar o jornalismo que não se esgotaram em determinado período histórico, mas, ao contrário, servem para essa análise até hoje. Isso porque representam abordagens amplas da atividade jornalística, concebendo esta como parte de um complexo jogo de forças econômicas e culturais, passando pela técnica. Essas teorias serviram para a abordagem final do jornalismo on line.

No terceiro capítulo tratamos especificamente do webjornalismo. Para tanto, foram utilizadas algumas teorias que analisam a sociedade atual em seu estágio de desenvolvimento técnico, econômico e cultural. Isto porque consideramos que o jornalismo on line faz parte de um contexto mais amplo de relacionamento desses fatores (dentre outros, que não serão abordados neste estudo). A partir dessas teorias, passamos para a consideração do webjornalismo em sua breve história e em suas práticas mais comuns.

No quarto e último capítulo, um estudo de caso, que envolveu a observação participante e a realização de entrevistas com jornalistas que trabalham em veículo on line – no caso, o *Último Segundo*, veículo jornalístico do portal iG - completa este trabalho. Através do trabalho empírico, tentamos avaliar a percepção que os jornalistas têm do trabalho no webjornalismo, em relação às mudanças que este traz sobre o jornalismo em outros veículos e em relação à inserção do webjornalismo junto ao público.

A partir dessas considerações, apontamos tendências do webjornalismo observadas durante o trabalho de campo e de consultas a sites informativos na Internet, bem como relacionamos a prática do webjornalismo com o jornalismo através da história. Para uma melhor organização do trabalho, teremos sempre em vista o jornalismo impresso, quando forem necessárias comparações entre o webjornalismo e a prática anterior a este. Isso porque o jornalismo impresso foi a primeira modalidade de jornalismo na história, porque as demais formas posteriores sempre levaram em conta o formato do jornalismo impresso e porque mesmo na modalidade on line, os veículos de jornalismo impresso foram os primeiros a entrar na rede.

Com isso, procuraremos detectar em que medida o webjornalismo sofre influências da técnica, do capitalismo e da demanda cultural (ou da possibilidade de atendimento dessa demanda) e se essas influências chegam a alterar a prática do jornalismo realizado em outros veículos. De que forma, por exemplo, a técnica permite um aumento da velocidade da divulgação de informações a ponto de impedir

a investigação e a apuração das informações? Como o capitalismo organiza a lucratividade e o trabalho jornalístico nas novas bases tecnológicas e econômicas? Qual o sentido da fragmentação dos fatos comandada pela atualização em tempo real? São todas questões complexas e de difícil apreensão, mas cujo esclarecimento se torna importante enquanto se configura uma nova prática jornalística em novas condições sociais.

CAPÍTULO I

JORNALISMO E VELOCIDADE

Neste capítulo são abordados os fatores que contribuíram para o aumento da velocidade da atividade jornalística através do tempo: a técnica, o modo de produção capitalista e a cultura. Também serão feitas considerações sobre as possíveis implicações da velocidade na prática do jornalismo.

Uma breve retrospectiva histórica permitirá examinar com mais detalhes de que forma a técnica, o capitalismo e a demanda da cultura veiculada nos jornais influenciaram o jornalismo através do tempo. Auxiliará também na compreensão do estágio atual do jornalismo, onde a técnica, a concorrência no mercado e a mundialização da cultura são elementos integrantes de uma nova aceleração na busca e divulgação de informações para o público.

1 Os Primórdios do Jornalismo

A atividade jornalística propriamente dita se desenvolveu a partir do século XVI. É nesta época que o jornalismo começa a incorporar de forma definitiva suas características básicas, diferenciando-se da transmissão de informações generalizada e necessária entre os indivíduos nas mais diversas formações sociais. As características próprias do jornalismo foram consolidadas durante seu desenvolvimento histórico, desde seus primórdios na Idade Antiga até os dias de hoje - uma história que não terminou.

Para que seja considerada jornalismo, essa transmissão de informações deve a) promover a divulgação de temas que representem novidade, atualidade, que não sejam de conhecimento público; b) apresentar uma variedade temática; c) permitir a circulação dessas informações entre as pessoas; e d) ter uma periodicidade definida.¹

A partir de sua caracterização básica (informações novas, disponíveis, a um público amplo, com periodicidade definida), pode-se verificar a gênese do jornalismo atual no Império Romano. Foi o senador Júlio César, em 69 a.C., quem decidiu publicar diariamente “os atos do povo e do Senado”. As *Acta diurna* serviram inicialmente para divulgar os atos dos senadores, seus discursos e suas decisões. Mais tarde, no entanto, começaram a incorporar maior variedade de temas cotidianos vulgares. “Respingando (sic!) os autores, constata-se inserirem os mais variados assuntos: nomeações de funcionários, éditos, discursos de tribunos, sucessos militares, nascimentos, casamentos, divórcios, óbitos, rixas, incêndios, bancarrotas, prodígios e espetáculos”.²

¹ Carlos RIZZINI, *O jornalismo antes da tipografia*, pp. 5-6.

² *Ibid.*, p. 5.

As *Acta diurna* foram publicadas durante 500 anos, do governo de Augusto ao de Teodósio. Durante todo esse tempo, não mudou sua forma de publicação: eram afixadas no muro do Fórum de Roma. Se já possuíam as características da periodicidade e da variedade temática, esses exemplares primitivos do jornal tinham uma circulação limitada às pessoas que pudessem ir até ao Senado para lê-las – e, de forma indireta, às que tinham acesso às narrativas dos leitores. Ainda não estava disponível na época, um meio eficiente de circulação, que permitisse que as informações das *Acta* chegassem a um público mais amplo. Também faltava uma maior disponibilidade de material: o papiro e o pergaminho, utilizados então, eram caros. Mesmo assim, as *Acta diurna* são consideradas precursoras do jornalismo atual pelos historiadores da atividade. “Desaparecidos com a transferência da capital do Império para Bizâncio, só ao cabo de mil anos ressurgiam os diurnais nas epístolas-circulares e nas gazetas quinhentistas”.³

O lapso de tempo entre a publicação das *Acta diurna* e outra modalidade de publicação de informações através de meio escrito se deve à decadência desse tipo de prática durante o início da Idade Média. Nesse período predominaram formas verbais de transmissão de informações, através dos trovadores e dos jograis. Utilizando a rima e as formas cantadas de mensagens, essas pessoas circulavam em determinado território, levando a castelos e cidades as narrativas do que se passava em terras distantes. De acordo ainda com Rizzini⁴, os jograis eram aguardados com ansiedade, na primavera, pelos senhores em seus castelos, ávidos por novidades depois de um inverno de isolamento. A temática dos trovadores e jograis era variada, indo de canções de amor à crônica dos fatos, passando pela crítica. A crítica, aliás, valeu a esses grupos a perseguição e uma série de controles à sua atividade durante a Idade Média.

A periodicidade das novidades nessa época ficou atrelada a vários fatores, como as estações do ano, as condições das estradas e a segurança nas viagens – era, portanto, aleatória, indefinida. O isolamento dos indivíduos nas grandes

³ Carlos RIZZINI, *O jornalismo antes da tipografia*, p. 7.

⁴ *Ibid.*, passim

extensões de terras, a ordem estamental e a falta de estruturas que permitissem a circulação de informações com regularidade periódica foram determinantes para que houvesse um retrocesso na transmissão pública de informações durante a Idade Média. A falta de material apropriado para essa transmissão (no caso da escrita) contribuiu para essa situação.

A partir do século XVI, a informação transmitida através da escrita começa a ganhar força na Europa. Contribuiu para isso uma série de inovações instrumentais. A primeira delas é a fabricação do papel, que substituiu os pergaminhos de couro e os papiros egípcios, feitos a partir das plantas das áreas alagadas do rio Nilo. Mais barato e produzido de forma mais simples, o papel foi primeiramente utilizado pelos chineses, que o fabricavam a partir de pedaços de seda misturados em água, em 213 a.C. A técnica de fabricação do papel passou por mudanças ainda na China, com o acréscimo de pedaços de madeira e de outros tecidos misturados à água e se espalhou para a Europa através de migrações e da rota comercial explorada pelos árabes.

Segundo Wilson Martins⁵, há notícias de um moinho de papel em pleno funcionamento na Itália, em 1276.⁶ A fabricação do papel era, nessa época, totalmente artesanal e de baixa capacidade produtiva. Mas veio suprir a necessidade de um material abundante e barato, em comparação com os instrumentos utilizados para a escrita anteriormente.

Se o papel ofereceu o suporte para o desenvolvimento da informação escrita, o estabelecimento do correio foi o responsável pela possibilidade de segurança e periodicidade das correspondências. Significou a superação das determinações climáticas, geográficas e de segurança que prevaleceram na transmissão de

⁵ Wilson MARTINS, *A palavra escrita*.

⁶ Os moinhos, que se espalharam por todos os principais países da Europa até o século XVI, “consistiam no uso da força hidráulica para acionar pesados pilões, que (...) fragmentavam as matérias-primas (panos, trapos de algodão, fibras diversas) e as reduziam a um mingau claro, a pasta de papel” (Ibid., p. 121). Essa pasta era, depois, aparada em telas de arame emolduradas com madeira e posta a secar.

informações na Idade Média. Apesar de iniciativas esporádicas anteriores, na Pérsia e em Roma, a implantação de um sistema de correios regular teve lugar na França, no ano de 1464. Por iniciativa do rei de França Luís XI, “o édito de *Luxiès* instituiu em toda a extensão do território ‘responsáveis de correio’ e lançou as bases do sistema: pontos de substituição [de cavalos], elos essenciais na cadeia de transmissões que a rede postal constitui”.⁷ A correspondência regular entre Paris e outras cidades francesas, no entanto, já existia desde 1315, por iniciativa de universidades e casas comerciais e industriais.

O papel e o correio propiciaram melhores condições para a correspondência entre indivíduos a partir do século XV, tendo ambos influência decisiva no desenvolvimento posterior do jornalismo. As cartas, com periodicidade garantida pelos correios, forneceram um meio de troca de informações entre pessoas privadas que acabou por extrapolar as paredes das casas aristocráticas para chegar aos cafés e às ruas. No século XVII, por exemplo, a periodicidade de posta a cada oito dias, transformou certas correspondências em verdadeiros periódicos informativos. Isso em plena concorrência com as já existentes gazetas manuscritas e impressas. “As cartas particulares dos séculos XVI, XVII e XVIII possuíam maior conteúdo jornalístico, no sentido informativo, do que a maioria das folhas à mão e deixam a perder de vista as primeiras gazetas impressas sob a égide dos governos e, por isso, voltadas ao noticiário deformado e gratulatório”.⁸

A correspondência trocada entre aristocratas passou a ser divulgada a um número crescente de pessoas: primeiro através da leitura em grupos; mais tarde, pela publicação mesmo das missivas. Um refinamento profissional dessa última prática daria origem às gazetas manuscritas, no século XV. As primeiras informações sobre essas gazetas vêm de Veneza, segundo Rizzini. As gazetas não tinham periodicidade fixa e eram publicadas de acordo com o interesse e as possibilidades do “editor”.⁹ Na França, as gazetas manuscritas eram formadas

⁷ Armand MATTELART. *A comunicação-mundo*, p. 15.

⁸ Carlos RIZZINI. *O jornalismo antes da tipografia*, p. 60).

basicamente por um administrador geral, encarregado de “copiar as notícias fielmente, cuidar da receita e da despesa e manter em dia a cobrança dos assinantes”.¹⁰ Também havia o administrador encarregado de cuidar do pagamento dos copistas e das despesas com tintas, papel e correios.

As gazetas manuscritas já contavam com o trabalho de repórteres e editores com funções semelhantes às dos profissionais de hoje. Os primeiros vasculhavam os recantos das cidades atrás da novidade. O relato de Rizzini mostra de forma precisa que o trabalho de reportagem nessa época se parece com o que se firmou mais tarde nas modernas redações. “Milhares à cata de assunto, empoleiravam-se os repórteres nos corredores e copas dos palácios e antecâmaras das embaixadas; esvoaçavam nas praças, adros e claustros; pousavam nos cafés e bodegas; papagueavam com lacaios e boleiros, recorrendo à indiscrição, à espionagem, à peita, para bicar a novidade”.¹¹

Os editores da época ou copiavam as informações de forma fiel ou eram responsáveis pela opinião aberta e a crítica dirigida a poderosos.

Os assuntos eram os mais variados, desde a crônica política até os casos particulares, de acordo com o desprendimento dos repórteres. O noticiário internacional, garantido pelas informações de “correspondentes” também chamava a atenção dos editores e do público, principalmente na seara política.

Exemplares de veículos de transmissão de informações, com características de variedade, periodicidade, atualidade e circulação, as gazetas manuscritas foram parte da prática artesanal do jornalismo. Seus instrumentos de trabalho eram o

⁹ As primeiras gazetas com periodicidade fixa (semanal, mensal ou bimensal) surgiram a partir de 1597. Neste ano, Samuel Dilbaum lança uma publicação mensal em Augsburg (P. Albert e F. Terrou, *História da Imprensa*, passim).

¹⁰ Rizzini, op. cit., p. 85.

¹¹ Rizzini, op. cit., p. 87.

papel, o bico de pena, a tinta e a busca de informações. A intenção de evitar a censura e o controle oficial deu às gazetas manuscritas uma capacidade de sobrevivência, mesmo com as tipografias já funcionando e anunciando a era da industrialização do jornalismo.

As limitações técnicas da atividade jornalística foram sendo superados ao longo do tempo, e permitiram que o jornalismo adquirisse sua feição característica como atividade social. Com o passar do tempo, o jornalismo agrega à sua tarefa básica de divulgar fatos novos, periodicamente, a um grande número de pessoas, a meta de fazer essa divulgação o mais rápido possível. Isso trouxe mudanças na sua execução e também no seu sentido..

Três fatores nos parecem fundamentais para o aumento da velocidade no jornalismo através do tempo. O primeiro é o desenvolvimento técnico. O aperfeiçoamento das técnicas de impressão, sintetizado no século XV pela invenção da imprensa de tipos móveis, forneceu à atividade jornalística condições de trabalho mais ágeis e com custos mais baixos. Ao mesmo tempo, os novos meios de transporte e de comunicação, como o correio regular, o trem e o telégrafo, permitiram maior eficiência e rapidez na transmissão de notícias, principalmente das provenientes de locais mais distantes.

O segundo fator que contribuiu decisivamente para o aumento da velocidade na atividade jornalística foi a consolidação do modo de produção capitalista no Ocidente. A partir da Revolução Industrial, na Inglaterra do século XVIII, o capitalismo impõe regras de mercado que atuam de forma definitiva sobre a sociedade e também sobre o jornalismo. A organização industrial nos moldes capitalistas das empresas jornalísticas e a valorização da informação como mercadoria influenciaram a atividade de forma definitiva em sua prática e em seu sentido.

Mas de nada serviriam uma maior possibilidade técnica de produção e processamento de informações e a influência de um sistema de produção industrial do tipo capitalista na atividade jornalística, se não houvesse um interesse explícito pelo conteúdo do jornalismo, na história, por parte do público. Esse conteúdo, formado basicamente por versões de fatos ao redor do mundo, é capaz, hoje, de influenciar as percepções de mundo e de vida das pessoas. As experiências mediadas, afinal, passaram a disputar em número e intensidade com as experiências imediatas, a atenção das pessoas e a influenciar sua conformação ou contrariedade a respeito da realidade que as cerca.

A consideração mais detalhada de cada um desses fatores, em suas múltiplas interpretações e em suas influências sobre o campo do jornalismo, permite compreender melhor a atual realidade da atividade. Essa contextualização, por sua vez, servirá de parâmetro para o estudo do jornalismo on line. A separação entre técnica, capitalismo e cultura serve apenas como método de abordagem do assunto, já que os três fatores agem intermitentemente na definição do jornalismo, tanto na atualidade, quanto no seu desenvolvimento histórico.

2 A técnica e o Jornalismo

A técnica tem recebido tratamento variado da sociologia. Da parte da crítica há, por exemplo, a ameaça da *jaula de ferro*, tal como expressa por Weber, onde a técnica confundiria meios e fins da ação racional; o desocultamento do ser, denunciado por Heidegger, em que a técnica desvelaria aspectos do ser, mas afastaria sua essência; e a restrição ideológica feita pela Teoria Crítica, principalmente por Marcuse, para quem a técnica definiria as intenções da classe hegemônica em uma sociedade.¹²

¹² Para uma análise mais aprofundada dessas diversas críticas, cf. Franz BRÜSEKE, *A crítica da técnica moderna* e IDEM, *A técnica e os riscos da modernidade*.

De outro lado, um grupo de autores procura demonstrar que a técnica sempre fez parte da sociedade, auxiliando os homens em sua vida e também definindo práticas sociais, a partir do surgimento de determinados artefatos. Aqui podemos citar o trabalho de Bruno Latour, que considera a sociedade como uma rede formada não por objetos e homens, mas por estruturas híbridas que se influenciam mutuamente. Essas teorias negam, portanto, a noção de impacto tecnológico. Ao analisar três linhas da chamada *sociologia da técnica* (Large Technical Systems, Social Construction of Technology e Actor Network), Benakouche afirma que, "...entender o significado da técnica é uma tarefa essencialmente política, na medida em que esse entendimento é fundamental tanto na tomada de decisões a respeito de seu desenvolvimento, como no planejamento da sua adoção ou uso, seja por indivíduos, unidades familiares ou organizações".¹³

Pressuposto semelhante tem Pierre Lévy sobre o papel da técnica no desenvolvimento da humanidade. Diz ele que "...não somente as técnicas são imaginadas, fabricadas e reinterpretadas durante o seu uso pelos homens, como também é o próprio uso intensivo de ferramentas que constitui a humanidade enquanto tal (junto com a linguagem e as instituições sociais complexas)".¹⁴

Em nosso estudo, não trataremos a técnica com uma perspectiva de valorização, mas sim como estrutura dada sobre a qual é desenvolvido o trabalho jornalístico. Partimos do pressuposto adotado por Marcondes Filho de que, "...as tecnologias estão aí, invadem nosso cotidiano com velocidade espantosa e o que nos resta fazer é mudar nossas formas arcaicas e obstinadas de pensar, abandonar velhas teorias e relacionarmo-nos com esses novos "seres", buscando encontrar uma boa forma de convivência e atuação crítica nessa nova sociedade".¹⁵

¹³ Tamara BENAKOUCHE, *Tecnologia é sociedade*, p. 3.

¹⁴ Pierre LÉVY, *Cibercultura*, p. 21.

¹⁵ Ciro MARCONDES FILHO, *Cenários do novo mundo*, p.14

A máquina símbolo da palavra impressa (e do jornalismo) é a tipografia, desenvolvida por Gutenberg, entre 1438 e 1440. Mas ela mesma é um aperfeiçoamento de técnicas anteriores e de um conjunto de processos. Assim, para que a imprensa fosse concebida foi necessário, antes, o desenvolvimento da fabricação do papel, da prensa, dos caracteres móveis de chumbo e de tintas duráveis. Com essas pré-condições, Gutenberg foi capaz de criar uma máquina que imprimia textos em papel, com a utilização de tipos móveis. A mobilidade e o reaproveitamento das peças para a impressão de outros textos é justamente o que diferencia a tipografia de processos anteriores de impressão, como a xilografia.

A invenção de Gutenberg permitia, na época em que foi posta para funcionar, a impressão de 300 páginas por dia. Dos cem exemplares impressos da *Bíblia de 42 linhas*, 100 o foram em pergaminho.¹⁶ A partir dessa experiência pioneira, a impressão se espalha pela Europa. Ainda no século XV, já havia tipografias implantadas em 247 cidades.

Junto com a disseminação da tipografia vieram os aperfeiçoamentos da invenção. Depois de libertar-se das influências do texto manuscrito, cujo estilo os tipógrafos procuravam imitar no início, a tipografia encontra caracteres próprios e uma diversidade de estilos. Como afirma Martins, “é que [na Renascença] como técnica, a tipografia tinha tudo por fazer: restava-lhe criar formatos portáteis e cômodos de livros; belos e nítidos tipos de impressão; máquinas mais aperfeiçoadas, rápidas e manuseáveis; novos processos de ilustração; fórmulas mais perfeitas ou mais belas e papel”.¹⁷

¹⁶ A “invenção” da imprensa custou ao seu executor a falência econômica. Para que pudesse imprimir a sua mais conhecida obra, a *Bíblia de 42 linhas*, em 1455/1456, foi preciso associar-se a um rico ourives da Mogúncia, na Alemanha, John Fust, para quem terminou por repassar sua invenção para pagar as dívidas que contraíra. As despesas com a compra de papel, de chumbo e das seis prensas necessárias para imprimir as 1.200 páginas da Bíblia, consumiram todo o adiantamento que Gutenberg obtivera de John Fust. Foi este quem terminou de executar a obra. A invenção da imprensa por Gutenberg é contada, com detalhes, em Wilson MARTINS, *A palavra escrita*, pp. 152-176, e também considerada por Carlos RIZZINI, *O Jornalismo antes da tipografia*, pp. 131-137.

¹⁷ Wilson MARTINS, op. cit. p. 225.

O desenvolvimento técnico da tipografia se dá em grande parte influenciado pela concorrência. Prestando serviços, por exemplo, a estabelecimentos eclesiásticos, "...a própria multiplicação das oficinas criou entre elas uma penível (sic!) concorrência, pouco amenizada pela procura ainda incipiente do mercado".¹⁸

A partir dos aperfeiçoamentos da tipografia, a atividade, com a impressão de livros e periódicos, entra na era industrial. O mesmo autor destaca três características que diferenciam a atividade tipográfica nessas duas fases: o volume de produção, que cresce a ponto de inviabilizar o trabalho artesanal no atendimento da demanda dos produtos impressos; o maquinismo, situação em que o uso de máquinas torna o artesão manipulador de instrumentos em operário/mecânico do processo de industrialização; e a organização mercantil da atividade, com prioridade para o atendimento do mercado e incremento da divisão do trabalho.¹⁹

O aperfeiçoamento técnico das máquinas trouxe consigo a capacidade de aumentar a velocidade de produção dos impressos.²⁰ Em 1814, as prensas, antes operadas pela força humana, passam a ser mecânicas, aproveitando o vapor como força motriz. A utilização de cilindros nas máquinas de impressão também contribuiu para o aumento de velocidade da impressão. Já nessa etapa, junto com a fabricação de prensas de metal (mais resistentes que as de madeira), a capacidade de impressão passa de 300 folhas para 3.000 folhas por dia. Seguem-se, então, as primeiras experiências com máquinas rotativas, em que um certo número de cilindros contendo papel entra em contato com um cilindro principal, que traz a fôrma da página a ser impressa. Em 1846, com dez cilindros de papel, a capacidade de impressão da máquina já é de 20 mil folhas por hora. Finalmente, chegou-se à rotativa propriamente dita, considerada o auge da tecnologia mecânica de impressão dos jornais. A capacidade de impressão precisará então de uma nova

¹⁸ Ibid., p.201).

¹⁹ Wilson MARTINS, op. cit., pp.269-271)

²⁰ Em relação às prensas manuais, em 350 anos elas só sofreram um aperfeiçoamento, em 1777, na capacidade de imprimir as folhas dos dois lados com apenas um movimento da rosca de madeira.

medida, diferente do número de páginas impressas por dia, devido ao aumento considerável da produtividade dessa máquina: são 20 mil exemplares de jornal por hora.²¹

O próximo marco no aperfeiçoamento técnico da impressão é a criação do linotipo. Esse equipamento consiste na composição dos textos através de um teclado, que organiza os tipos móveis. É o equipamento ancestral da máquina de escrever, adaptado às máquinas impressoras.²²

O aperfeiçoamento técnico da impressão, que permitiu um aumento de velocidade de 20.000 exemplares, em 1846, para 300.000 exemplares de jornal de oito páginas, em 1935, trouxe, é claro, mudanças no trabalho jornalístico. Como resume Wilson Martins, "...basta dizer que a composição se tornou de três a quatro vezes mais rápida por homem empregado e a impressão se tornou milhares de vezes mais rápida. Esses dois resultados conjugados provocaram maior volume de produção em menos tempo, o que é bem o signo da indústria moderna".²³

Junto com o desenvolvimento nos processos de composição e impressão de jornais, auxiliados, a partir do final do século XIX, pela eletricidade, outros processos de comunicação aumentam ainda mais a capacidade industrial da atividade jornalística. O telégrafo, implantado em 1839, na Inglaterra, passa a ser utilizado para a transmissão de informações das agências de notícias, substituindo práticas anteriores, como os pombos-correio, com vantagens para a agilidade nessa transmissão.

²¹ A impressora rotativa começa a ser utilizada (depois de alguns aperfeiçoamentos no uso do papel em bobina, no recorte e dobramento das folhas e impressão dos dois lados do papel) em 1867, no jornal parisiense *Petit Journal*. O idealizador da máquina foi Hippolyte Marioni.

²² O primeiro jornal a utilizar a linotipo foi o *Tribuna de Nova Iorque*, por volta de 1885. Em seguida, esse equipamento foi adotado por outros veículos concorrentes, como o *Notícias*, de Chicago, o *Correio-Jornal*, de Louisville e o *Correio de Chicago*.

²³ Wilson Martins, op., cit., p. 282.

O telefone, que começa a ser explorado em 1877, nos Estados Unidos, dá mais dinâmica a essa transmissão de informações à distância e, no caso específico do jornalismo, permite a incorporação de uma nova forma de composição: a ligação de aparelhos receptores de sinais telefônicos a linotipos, o que permite uma composição à distância, sem a interferência de intermediários humanos.

A convergência entre sistemas de comunicação e parques industriais dos veículos impressos deriva para novos aperfeiçoamentos, como a chamada impressora *offset*, conjunto de três rotativas e aparelhos fotoeletrônicos que, na década de 1970, permite a impressão de 360 mil exemplares por hora, com a utilização de quatro cores. Outra inovação é a impressão a laser, que permite a impressão simultânea de jornais, em diferentes localidades geográficas.

Novas formas de captação de informações, de recursos de edição e de veiculação de notícias periódica para um grande número de pessoas – ou seja, de jornalismo – surgiram ainda. Os recursos proporcionados pelo desenvolvimento da informática, por exemplo, fornecem toda uma nova gama de possibilidades para a atividade jornalística, e serão abordados mais adiante.

3 As Influências do Capitalismo

3.1 Capitalismo e Sociedade

O modo de produção capitalista começou a se desenvolver no Ocidente a partir da Revolução Industrial na Inglaterra, em meados do século XVIII. Foi nessa época que começaram a tomar forma os elementos do capitalismo: propriedade privada, capital e trabalho assalariado. O processo de cercamento transformou o regime de propriedade da terra na Inglaterra, tirando a possibilidade de exploração

da agricultura de um vasto contingente de indivíduos que utilizavam as terras compartilhadas. Com o cercamento, firmou-se a propriedade privada da terra e liberou-se mão-de-obra para a indústria incipiente. Sem acesso à terra, restou aos indivíduos afastados do campo o emprego nas fábricas têxteis como trabalhadores assalariados.

O capital surge dessa nova forma de organização do trabalho. Segundo Marx, o uso do dinheiro como simples meio de troca não gera nenhum valor excedente nas transações, isto é, não transforma o dinheiro em capital. Para que isso aconteça, é necessária uma mercadoria que gere valor. Essa mercadoria é a capacidade de trabalho. O tempo de trabalho despendido para a produção de uma mercadoria, com o respectivo custo da manutenção do trabalhador e dos meios de produção (e da reprodução da força de trabalho), é a fórmula geradora de valor. O uso da capacidade de trabalho além do tempo necessário para a produção de uma mercadoria e a utilização de máquinas capazes de otimizar esse uso geram a mais-valia. Esta é, em última instância, a forma como o capital se transforma em mais capital quando inserido numa equação de trocas do tipo dinheiro-mercadoria-dinheiro, onde o dinheiro é utilizado para a compra de mercadoria com o objetivo de geração de mais dinheiro, por parte do dono do capital.²⁴

A ascensão do capitalismo significou uma mudança radical na sociedade da época, desorganizando-a e reorganizando-a em outros parâmetros. No lugar de uma regulação de inspiração divina da sociedade, passa a imperar a idéia do estabelecimento de um mercado livre de interferências. De acordo com essa tendência, as regras do capital seriam capazes de regular a economia (e a sociedade).

Polanyi afirma que, para a predominância da idéia de mercado como regulador da sociedade, é preciso que o lucro, e não a subsistência, seja a motivação social e individual principal. "Todas as transações se transformam em

²⁴ Ver Karl MARX, *O Capital*, V. 1, cap. IV. 16. ed.

transações monetárias e estas, por sua vez, exigem que seja introduzido um meio de intercâmbio em cada articulação da vida industrial”²⁵

O desenvolvimento do capitalismo está relacionado também com a indústria. Foi a partir da organização industrial num mercado livre que o trabalho, a terra e o dinheiro passaram a ser encarados como mercadorias para a venda, formando o que Polanyi chama de transformação desses fatores em ficções do mercado.²⁶ O autor ainda considera que a transformação desses fatores em produtos para a venda foi consequência da introdução do sistema fabril em uma sociedade comercial.²⁷

E como falar em indústria é falar em técnica, também aqui o capitalismo trouxe implicações. O motivo da introdução de máquinas na produção é o lucro. Como explica Hobsbawn “... a economia de iniciativa privada só revolucionará as atividades econômicas no caso de esperar maiores lucros com a revolução do que sem ela.”²⁸

A introdução de máquinas cada vez mais sofisticadas e dispendiosas, por sua vez, passa a exigir novas condições de mercado. “[As máquinas] só podem trabalhar sem prejuízos se a saída de mercadorias é razoavelmente garantida, e se a produção não precisar ser interrompida por falta de matérias-primas necessárias para alimentar as máquinas. Para o mercador, isso significa que todos os fatores envolvidos têm que estar à venda, isto é, eles precisam estar disponíveis, nas quantidades necessárias, para quem quer que esteja em condições de pagar por eles.”²⁹

²⁵ Karl POLANYI, *A grande transformação*, p. 60.

²⁶ Essas ficções se referem aos significados originais desses fatores, que seriam a atividade humana que acompanha a vida e não é feita para a venda (trabalho), a natureza (terra) e um símbolo do poder de compra, que só ganha significado através dos mecanismos dos bancos e das finanças estatais (dinheiro). *Ibid.*, p. 94.

²⁷ *Ibid.*, p. 97.

²⁸ Eric HOBSEBAWN, *Da Revolução Industrial inglesa ao Imperialismo*, p. 39.

²⁹ Karl POLANYI, *op. cit.*, p. 60.

O capitalismo significou em sua origem, portanto, uma reformulação econômica da sociedade, que passou a ser considerada enquanto resultado da produção industrial com vistas ao mercado e ao lucro. Nessa mudança foi afetada a relação do homem com a natureza e com os outros homens, com o trabalho e com as finalidades de vida. Apesar das resistências políticas e sociais levadas à cabo através dos tempos, o capitalismo passou a ser o modo de produção predominante no Ocidente, trazendo conseqüências para todas as esferas da vida além da econômica.

3.2 As Crises do Capitalismo

O capitalismo não está, porém, livre de crises e estas aparecem desde o início da sua implantação. A primeira delas surge já na década de 1840, quando a indústria têxtil se ressentia da falta de mercados e da concorrência que obrigava a investimentos pesados em maquinaria. Se a construção de ferrovias e o surgimento de um mercado consumidor em outras nações auxiliaram o capitalismo industrial da Inglaterra a sair dessa primeira crise, outras foram as alternativas encontradas por este modo de produção para superar suas crises posteriores.

David Harvey³⁰ estuda diversas crises do capitalismo, tendo em vista a investigação do que ele chama de flexibilização da produção e do consumo. Esta flexibilização seria uma nova forma do capitalismo tentar superar suas crises periódicas, mais exatamente a crise que se abateu sobre esse sistema a partir do início da década de 1970.

De um modo geral, Harvey, baseado em Marx, ressalta que o capitalismo é propenso a crises pela combinação de três características: a orientação para o

³⁰ David HARVEY, *A condição pós-moderna*.

crescimento; o crescimento em valores reais apoiado na exploração do trabalho vivo na produção; e a necessidade constante de uma dinâmica tecnológica e organizacional. Nas palavras do próprio Harvey “Marx foi capaz de mostrar que essas três condições necessárias do modo capitalista de produção eram inconsistentes e contraditórias, e que, por isso, a dinâmica do capitalismo era necessariamente propensa a crises”.³¹

A acumulação flexível estudada por Harvey se contrapõe a uma estrutura organizacional rígida própria do fordismo, sistema de produção, de organização do trabalho e de consumo implantado no início do século XX. Esse sistema tinha como pressuposto a linha de montagem, com a divisão do trabalho em tarefas e a separação entre a concepção e a execução do trabalho. “O que havia de especial em Ford (...) era a sua visão de que a produção de massa significava consumo de massa, um novo sistema de reprodução da força de trabalho, uma nova política de controle e gerência do trabalho, uma nova estética e uma nova psicologia, em suma, um novo tipo de sociedade democrática, racionalizada, modernista e populista.”³²

Mas para que fosse consolidado, o fordismo precisou de uma estruturação rígida, envolvendo os sindicatos, as corporações e o Estado nas diversas Nações em que estava implantado depois da Segunda Guerra Mundial. Os sindicatos trataram de garantir melhores condições de trabalho para seus filiados na perspectiva capitalista de produção, através da burocratização de suas estruturas. As corporações ficaram com o papel de investir em capital fixo de forma constante, garantir a capacidade administrativa e determinar uma economia de escala com produtos padronizados. Já o Estado ficou com o papel de fornecer a infra-estrutura em transportes e equipamentos públicos, o controle das políticas financeira e monetária para a normalização dos ciclos econômicos e um complemento de renda para os trabalhadores através da seguridade social.

³¹ Ibid., pp. 169-170.

³² David HARVEY, op., cit., p. 122

Em contraposição a essa rigidez de papéis dos três atores do capitalismo surge, a partir da década de 1970, o processo de acumulação flexível. Esse processo veio em auxílio à superação de mais uma crise do capitalismo: desta vez, uma crise de superacumulação. Tipo de crise recorrente, a superacumulação consiste na disponibilidade excessiva de produtos no mercado, provocando a queda dos preços e de consumo. É “uma condição em que podem existir ao mesmo tempo capital ocioso e trabalho ocioso sem nenhum modo aparente de se unirem esses recursos para o atingimento de tarefas socialmente úteis.”³³

Harvey lista três maneiras de superação da superacumulação pelo capitalismo: a desvalorização (de mercadorias, de capacidade produtiva, do valor do dinheiro) talvez associada a destruição direta; o controle macroeconômico, por meio da institucionalização de algum sistema de regulação; e o deslocamento espacial e temporal. O autor se detém nesta última alternativa considerando-a a mais significativa (apesar de mais problemática também) na superação da crise de superacumulação surgida em 1972.

O deslocamento espacial da produção permite que o capital procure as melhores condições de produção no mundo, tanto em relação à abundância de materiais quanto à existência de mão-de-obra mais barata. O deslocamento temporal diz respeito principalmente à aceleração dos processos produtivos. Ambos os deslocamentos são favorecidos hoje pela existência de redes de transporte e comunicação, que permitem a tomada de decisões simultâneas em diversas partes do mundo, bem como a coordenação precisa dessas decisões.

A aceleração do processo produtivo, aliás, é um componente importante para a saúde do capitalismo, e é complementado pelo planejamento espacial. Trata-se da compressão espaço-tempo, típica da condição atual do modo de produção capitalista. “O tempo de produção, associado ao tempo de circulação da troca, forma o conceito de tempo de giro de capital. Este também é uma magnitude de

³³ Ibid, p. 170.

importância extrema. Quanto mais rápida a recuperação do capital posto em circulação, tanto maior o lucro obtido. As definições de organização espacial eficiente e de tempo de giro socialmente necessário são formas fundamentais que servem de medida à busca do lucro – e ambas estão sujeitas a mudança.”³⁴

A análise de Harvey ainda oferece outra contribuição de interesse para este estudo. A superação de barreiras, tanto espaciais quanto temporais, enfrenta resistências e traz conseqüências para a organização econômica e social. Em relação à remoção das barreiras espaciais, o capitalismo precisa enfrentar o fato de que isso só é possível com a criação de outros espaços (aeroportos, estradas de ferro, auto-estradas), eles também dispendiosos em recursos. Por outro lado, as estruturas de produção existentes não podem ser abandonadas de uma hora para outra, já que exigiram investimentos e requerem cuidados para não representarem prejuízos. “A produção, a reestruturação e o crescimento da organização espacial são muito problemáticos e caros, sendo prejudicados pela necessidade de vastos investimentos em infra-estruturas físicas que não podem ser levadas para outro lugar e em infra-estruturas sociais que sempre mudam com lentidão.”³⁵

As mesmas dificuldades representadas pela infra-estrutura já existente para a derrubada das barreiras espaciais são obstáculos a uma aceleração constante dos processos de produção e consumo. “A implantação de novos sistemas tem de esperar a passagem do tempo da vida natural da fábrica e do trabalhador, ou empregar o processo de destruição criativa, que se baseia na desvalorização ou destruição forçadas de ativos antigos para abrir caminho aos novos.”³⁶

Como efeitos imediatos da compressão espaço-tempo, Harvey destaca a pressa das decisões, o que pode provocar movimentos bruscos e desastrosos, principalmente no que diz respeito ao sistema financeiro mundial. E também a

³⁴ David HARVEY, op. cit., p. 209.

³⁵ Ibid., p. 212.

³⁶ Ibid., p. 210.

predominância de aspectos relativos à instantaneidade e à descartabilidade. Nas palavras do autor: “A primeira consequência importante [da compressão espaço-tempo] foi acentuar a volatilidade e efemeridade de modas, produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, idéias e ideologias, valores e práticas estabelecidas... No domínio da produção de mercadorias, o efeito primário foi a ênfase nos valores e virtudes da instantaneidade (alimentos e refeições instantâneos e rápidos e outras comodidades) e da descartabilidade (xícaras, pratos, talheres, embalagens, guardanapos, roupas, etc.). A dinâmica de uma sociedade do descarte, como a apelidaram escritores como Alvin Toffler, começou a ficar evidente durante os anos 60.”³⁷

3.3 Jornalismo e Capitalismo

Como mostramos mais acima, a história do jornalismo é anterior a do capitalismo, pelo menos em seus primórdios. Mas, já no século XVI, as informações econômicas, sobre mercadorias, preços e transportes faziam parte dos veículos informativos. Há autores, como Marcondes Filho, que afirmam que o jornalismo nasceu da necessidade de informação intrínseca ao modo de produção capitalista³⁸. Nosso ponto de vista é diferente. Assim como a sociedade não se define apenas em conformidade com seus aspectos econômicos, também o jornalismo ultrapassa essa determinação. O jornalismo teve diversos significados sociais ao longo de sua história (como veremos no Capítulo II), nem todos relacionados ao capitalismo. Apesar disso, reconhecemos que essa atividade sofreu - e sofre até hoje - influências decisivas desse sistema de produção.

A utilização de recursos técnicos para o desenvolvimento do jornalismo foi anterior à organização industrial da economia, iniciada na Revolução Industrial inglesa. A imprensa de Gutenberg serviu primeiramente para ampliar o alcance dos

³⁷ Ibid., p. 258.

³⁸ Cf. Ciro Marcondes Filho, *O Capital da Notícia*.

veículos informativos já existentes antes dela, e que continuaram a existir mesmo com a imprensa de tipos móveis. Além disso, a imprensa também ampliou o número de pessoas envolvidas com a atividade da informação

Com o início da implementação do capitalismo, o jornalismo começa a apresentar características de uma atividade industrial. Ainda mais que o grande número de tipografias já gerava uma concorrência entre os empreendedores. As constantes inovações em equipamentos, a necessidade de distinção das tipografias através de tipos próprios, por exemplo, exigiam investimentos e, portanto, receitas que os suportassem. A comercialização de notícias já era observada no século XVI, através de assinaturas dos veículos informativos ou de correspondentes particulares que se encarregavam de abastecer o pagante de novidades periódicas.

No século XIX, a atividade se desenvolve incorporando outros aspectos dentro dos parâmetros capitalistas. Além das assinaturas, surgem empreendimentos que permitem a venda de jornais a preços módicos, garantindo um público maior de leitores e, mais tarde, a venda de espaço publicitário nos veículos impressos (inicialmente com os anúncios classificados).

A conquista do mercado através de um preço atrativo, o jornal popular, inicia na França, em 1836, quando são lançados dois jornais, *Le Siécle* e *La Presse*, cujas assinaturas equivaliam a um preço unitário de 10 cêntimos por número. Na Inglaterra, o *Daily Telegraph*, de 1855, era vendido a um penny o exemplar. Em Nova Iorque, o *The Sun* (1833) e o *New York Herald* (1835) passaram a ser vendidos por 2 cents.³⁹

A busca de leitores passa a ser um dos principais objetivos das empresas jornalísticas para fazer frente a seus custos de produção e proporcionar lucros. A concorrência se acirra. Na Grã-Bretanha, a tiragem dos jornais alcançava 25 milhões

³⁹ Cf. P. ALBERT e F. TERROU, *História da Imprensa*, passim.

de exemplares impressos em 1810. No Brasil, de acordo com Bahia, no final do século XIX, “os principais jornais concorrem em tiragem e circulação, instalam o balcão de classificados, estimulam escritórios e agências de publicidade, ampliam a cobertura com prioridade para a reportagem, reservam recursos no balanço anual para o reaparelhamento editorial.”⁴⁰

A incorporação de metodologias produtivas como a fordista também influenciou na atividade jornalística. Apesar de ser uma atividade que envolve uma grande porção de trabalho intelectual, o jornalismo passou a incorporar a divisão especializada para a execução das diversas tarefas que fazem parte de sua execução, da procura pelas informações até a veiculação das mesmas. Produtor, repórter, fotógrafo, redator, editor, diagramador, chargista, diretor de redação, administrador, mecânico, impressor são alguns dos postos em que a atividade foi dividida nas complexas empresas de comunicação que se formaram a partir do final do século XIX.

Mais do que a especialização de profissionais para a execução de funções, diversos manuais surgiram no exterior e no Brasil, onde estavam prescritos padrões para a realização das tarefas. O texto jornalístico recomendado, por exemplo, deveria ter frases breves, palavras curtas, preferência pelo vocabulário usual, estilo direto, uso adequado de adjetivos, verbos vigorosos de ação, sempre na forma ativa e positividade⁴¹. Estava implementado no país o jornalismo industrial, não apenas nos processos técnicos, como também nas formas do fazer jornalístico.

⁴⁰ Juarez BAHIA, *Jornal, história e técnica*, p.173.

⁴¹ Luiz AMARAL, *Jornalismo: matéria de primeira página*.

4 Cultura: o conteúdo das informações jornalísticas

O aumento da capacidade de produção e veiculação de informações jornalísticas, através da técnica e das necessidades intrínsecas ao capitalismo não basta para explicar a grande penetração dos veículos de comunicação de massa informativos na sociedade atual. Admitir o contrário seria presumir que tanto a técnica como a economia são capazes de definir toda uma estruturação da sociedade, dirigindo as expectativas, as necessidades e os desejos dos indivíduos e grupos. Seria preciso também admitir que o sistema técnico e o sistema econômico capitalista conspirariam juntos em torno de uma dominação total da sociedade, como, aliás, já alertaram os intelectuais da escola de Frankfurt.⁴²

Não obstante uma provável predominância de um ou outro fator, técnica ou capitalismo, em determinado período histórico, têm-se observado na prática jornalística aspectos que ultrapassam essas determinações. O conteúdo dos jornais, pela variedade e abrangência dos temas, escapa do controle técnico ou econômico – e também do controle político, nos casos de regimes pouco tolerantes com a liberdade de imprensa -, seja em relação à produção das notícias, seja em relação à forma como o público recebe e elabora a compreensão dessas notícias.

Desde as origens remotas do jornalismo, em Roma, o conteúdo se mostrou variável e escapou dos objetivos de seus promotores e das tentativas de censura. Se o que Júlio César queria era tornar público o que se passava no Senado, por nobres motivos de transparência legislativa ou simples estratégia para indispor seus adversários com o público, através das *Acta diurna*, seu objetivo foi ultrapassado não só pela duração da publicação, muito além de sua morte, como também pela incorporação de outros assuntos na pauta. Entre os séculos XVI e XVIII, editores de gazetas manuscritas mantiveram sua prática, como forma de escapar à censura “governamental” imposta sobre os proprietários de tipografias,

⁴² Ponto a ser desenvolvido no Capítulo II.

mais fáceis de controlar. Abstendo-se do uso da técnica, os noticiaristas “à mão” se constituíram em fontes importantes de informação no período.

Em relação direta com a economia, durante o que Polanyi descreve como a tentativa de implantação de um mercado livre de regulamentações, no século XIX, o próprio autor reconhece que esta idéia teve resistências violentas. Foi quando “interesses sociais (...) de diferentes segmentos da população que se viram ameaçados pelo mercado, e pessoas pertencentes a vários estratos econômicos inconscientemente conjugaram forças para conjurar o perigo.”⁴³ A resistência inicial partiu da classe fundiária, que via seus interesses perderem força diante da indústria nascente, e da classe dos trabalhadores, que sofreram uma radical mudança em seu estilo de vida e em sua posição na sociedade, passando a necessitar de novas formas de organização social.

Enquanto os representantes da classe fundiária queriam um retorno às condições econômicas e de vida tradicionais, os trabalhadores buscavam alternativas de vida para fazer frente às suas novas condições de fornecedores de mão-de-obra para a indústria nascente. Isso implicava alterações não só no aspecto do trabalho, mas também em uma nova tradução cultural para as mudanças do cotidiano. Uma das tentativas de estabelecer essas novas condições partiu de um industrial, Robert Owen, que tratou de amenizar as dificuldades enfrentadas pelos trabalhadores na transição da agricultura para a indústria. Owen organizou fábricas que eram verdadeiras comunidades cooperativas, onde os trabalhadores tinham subsídios para o consumo de artigos de primeira necessidade, garantia de emprego através da associação de profissionais de diversas atividades e melhores instalações para moradia em New Lanark, do que as percebidas em outras cidades industriais.⁴⁴ Nesse período conturbado, de tentativa de estabelecimento de um mercado autônomo, a política e a sociedade representadas pelos diversos interesses em jogo, reagiram de forma incisiva, tanto contra as determinações econômicas quanto contra a nova realidade técnica de produção.

⁴³ Karl POLANYI, *A Grande Transformação*, p. 188.

⁴⁴ Cf. Polanyi, op., cit., capítulos 9 e 14.

Isso quer dizer que os indivíduos tiveram que se adaptar a novas condições de vida e criar novas formas de compreensão do mundo, diferentes das que estavam acostumados a levar em conta, a partir da predominância do capitalismo sobre outras formas de organização da produção. Mas, ao invés de ser uma aceitação passiva dessas condições “invasoras”, a adaptação significou alternativas de ação que não faziam parte da estruturação da vida anterior. É a produção no consumo, de que fala De Certeau. “Diante de uma produção racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta, posta-se uma produção de tipo totalmente diverso, (...) qualificada como consumo,... que não se faz notar por produtos próprios, mas por uma arte de utilizar aqueles que lhe são impostos”.⁴⁵

Certamente cada época histórica trouxe uma ênfase sobre determinados temas para o conteúdo do jornalismo. Os preços de mercadorias e informações sobre o transporte quando o capitalismo começa a ganhar força na Europa; a opinião política durante a Revolução Francesa; as informações sobre a guerra durante os grandes conflitos bélicos mundiais; o consumo a partir de meados dos anos 50, são exemplos dessas tendências temáticas em determinadas fases da história da humanidade. Como afirmam Albert e Terrou⁴⁶, foi a partir do século XV “que diversos fatores contribuíram para aumentar a sede de notícias no Ocidente”. Entre eles, o Renascimento, a Reforma, as grandes descobertas marítimas, os progressos nas trocas bancárias e comerciais e a formação dos novos Estados.

Todas essas temáticas foram sendo incorporadas como assuntos do jornalismo e sobreviveram às suas determinações temporais. É a esse conteúdo crescente e periodicamente renovado em sua ênfase que designamos como a cultura divulgada e assimilada pelo jornalismo. Cultura porque diz respeito à crônica periódica dos fatos singulares do cotidiano, suas interpretações e opiniões diversas a respeito. Porque a mídia, e o jornalismo em particular, ganham uma penetração cada vez mais incisiva na visão de mundo que as pessoas formam da atualidade.

⁴⁵ Michel DE CERTEAU, *A invenção do cotidiano; artes de fazer*. V.I., p. 94.

⁴⁶ P. ALBERT e F. TERROU, *História da imprensa*, p. 4.

Porque é formada de elementos simbólicos que representam formas de interpretação do mundo e da vida e criam identidades entre grupos de indivíduos. Cultura porque tem uma dinâmica própria, apesar das influências da economia e da técnica.

É cultura porque traz aos indivíduos elementos capazes de influenciar na própria noção de identidade. “Por identidad, en lo referente a los actores sociales, entiendo el proceso de construcción dei sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al qual se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido.”⁴⁷ A definição de Castells leva em conta que as identidades culturais estão em permanente construção, sendo bombardeadas a todo momento por informações que as reforçam ou confrontam. Nesse jogo, a mídia novamente vem contribuir com a variedade de considerações a serem levadas em conta na atribuição de sentido dado por um ator social a seus atos.

Mas, além de ser construída e permanentemente confrontada, a identidade cultural é definida, basicamente, por fatores que independem de uma existência a priori no caráter de determinado indivíduo, como se fosse intrínseco a este. Hall identifica cinco correntes teóricas que descentraram o sujeito moderno, deixando-o à mercê de influências externas para a conformação de sua identidade. São elas: o pensamento marxista e a consideração das relações sociais como preponderantes sobre uma noção de “essência” do homem; a descoberta do inconsciente por Freud e a identidade através do espelho, de Lacan; o determinismo do estruturalismo lingüístico da corrente liderada por Saussure, o poder disciplinar, analisado e historiado por Foucault; e o feminismo, com a contestação de papéis específicos para homens e mulheres.⁴⁸

⁴⁷ Manuel CASTELLS, *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. V. 2., p.28.

⁴⁸ Stuart HALL, *A identidade cultural na pós-modernidade*, pp. 34-46.

A identidade cultural, enfim, se forma a partir de um conjunto complexo de elementos, que remetem a estruturas típicas da modernidade e, ao mesmo tempo, apresentam novas características.⁴⁹

Esse conteúdo cultural do jornalismo também contribuiu para a necessidade de aumento da velocidade na produção e veiculação de informações. Com as novas possibilidades técnicas de comunicação e transportes, um número cada vez maior de assuntos foi incorporado ao noticiário. Esses mesmos sistemas de comunicação, aliados a interesses capitalistas na mundialização da produção e comercialização de mercadorias, aproximaram povos e culturas do planeta, tornando acontecimentos distantes assuntos de conseqüências locais.

Isto não significa dizer que o comércio mundial determine a formatação de uma cultura mundial. Ou, como afirma Ortiz, “hábitos alimentares, maneiras de vestir, crenças, enfim, os costumes, fazem um contrapeso à mobilidade mercantil, confinada ao domínio das trocas internacionais. A correlação entre cultura e economia não se faz de maneira imediata. Isso significa que a história cultural das sociedades capitalistas não se confunde com as estruturas permanentes do capitalismo.”⁵⁰

Não obstante, Ortiz⁵¹ considera que o advento de uma cultura internacional dar-se-ia, hoje, no mercado consumidor e a criação de uma memória internacional-popular dar-se-ia sob os auspícios da mídia e das empresas transnacionais. Essa cultura seria capaz de criar um ambiente de orientação para os indivíduos em qualquer lugar que apresenta as estruturas próprias dela, como os espaços padronizados dos aeroportos, hotéis e shopping centers. Ao mesmo tempo, alguns

⁴⁹ Shelley TURKLE contribui para a discussão do que seja a construção da identidade na era da informática em seu livro *A Vida no Ecrã*, relatando pesquisas realizadas com pessoas que vivem identidades paralelas quando interagem com outros no ciberespaço.

⁵⁰ Renato ORTIZ, *A mundialização da cultura*, p. 24),

⁵¹ Renato ORTIZ, op. cit., passim.

produtos da indústria cultural servem de suporte a essa cultura, fazendo com que as pessoas, ao aderir à fruição de determinado produto, criem identidade com outras que partilham dos mesmos gostos e expectativas. Neste caso, artistas de cinema e gêneros artísticos da literatura, do cinema e da televisão são exemplos.

Mesmo reconhecendo a acuidade da análise de Ortiz, deve-se levar em conta o fato de que a história da humanidade se fez através de um intercâmbio cultural crescente, mais ou menos pacífico de acordo com as circunstâncias próprias de cada período histórico. É o que Ianni chama de transculturação. “A rigor, toda a história, moderna e contemporânea, compreendendo o tribalismo e o nacionalismo, o mercantilismo e o colonialismo, o imperialismo e o globalismo, sem esquecer as guerras e revoluções, as lutas pela descolonização, as tensões entre o islamismo e o cristianismo, as polarizações capitalismo e comunismo, as ideologias e as utopias, toda essa história é uma história de contatos, intercâmbios, trocas, tensões, lutas, conquistas, destruições, acomodações, recriações e transformações”.⁵²

A transculturação não é a simples imposição de uma cultura sobre outras; mas envolve processos dinâmicos intermediários. Assim, segundo Ianni,⁵³ há tanto a perda de alguns aspectos das culturas que entram em contato quanto o ganho de novas modalidades interpretativas da realidade.⁵⁴

Especificamente em relação ao jornalismo, através da transculturação, não só a temática informativa foi aumentada nesse processo. Também o crescente confronto entre as culturas diferentes postas em contato gerou um incremento de temas a serem considerados para discussão, reflexão ou recusa, enriquecendo o

⁵² Octávio IANNI, *Enigmas da modernidade-mundo*, p. 96.

⁵³ Cf. *ibid.*

⁵⁴ Essa noção de modificação cultural através do intercâmbio de vivências e experiências entre diferentes povos também é considerada por diversos autores em relação aos efeitos da modernidade e da origem étnica dos indivíduos que formaram uma nação. No caso do Brasil, remetemos aos trabalhos de Jessé Souza, *A Modernização seletiva*, José de Souza Martins, *A sociabilidade do homem simples*, Roberto DaMatta, *Carnavais, malandros e heróis* e Gilberto Freyre, *Casa-grande e senzala*.

campo da informação jornalística. Temas que, mesmo influenciados por questões de consumo e de mercado, não se restringem a essas determinações.

“Um capítulo fundamental da ‘democracia eletrônica’ envolve a convergência e a mobilização de mercado e marketing, mercadorias e idéias, opiniões e comportamentos, inquietações e convicções. São dimensões psicossociais, socioculturais e político-econômicas que podem polarizar-se em atividades e imaginários de indivíduos e coletividades. Traduzem-se também em opções, convicções e ações políticas, em geral influenciadas pela mídia eletrônica e impressa, destacando-se a televisiva.”⁵⁵

A cultura, portanto, parece estar sendo definida, cada vez mais, na mídia, através da propagação de “sistemas simbólicos”. Com mais ou menos prejuízo para a cultura, o desenvolvimento de novos meios de comunicação de massa, inseridos num processo de produção industrial de informação, passou a ocupar um espaço cada vez maior na sociedade moderna ocidental. Os meios eletrônicos, como o rádio e a televisão, atingiram públicos cada vez mais amplos, levando às pessoas informações cada vez mais diversificadas no âmbito geográfico mundial. As experiências mediadas se tornaram, assim, parte integrante do cotidiano, servindo de referência na concepção de mundo, junto com as experiências locais e imediatas.

A cultura mediada já não diz mais respeito apenas á da burguesia ou a de um outro estamento em especial. Intermediada pela mídia, essa cultura disponibilizada ao grande público, influi e é influenciada pela forma própria de veiculação em cada meio de comunicação de massa. Ainda que não façam parte da vivência imediata, as possibilidades simbólicas de adesão a um determinado “estilo de vida” estão ao alcance de todos na televisão, no rádio, nos jornais. A incorporação da mídia pelo cotidiano modifica a concepção de cultura como parâmetro discriminatório entre grupos de vanguarda e tradicionais, burgueses e trabalhadores, dirigentes e

⁵⁵ Octavio IANNI, op. cit., p.150.

dirigidos. Parafraseando Martin-Barbero⁵⁶ (que se refere a televisão), não se trata mais de decidir se a mídia pode ser considerada ou não cultura, mas de que forma os diversos veículos que a integram modificam e influenciam a cultura.

A presença crescente da mídia na sociedade aumenta a transmissão e a fixação de “formas simbólicas”. Essas formas simbólicas são as interpretações concorrentes em determinada formação social, baseadas na competência de enunciação e na legitimidade das fontes dessa enunciação. As formas simbólicas se referem, portanto, também ao poder de se manter ou de se subverter a ordem social.

Pierre Bourdieu considera que os *sistemas simbólicos* são mantidos em uma dupla função: estruturante e estruturada. No primeiro caso, “os universos simbólicos (mito, língua, arte, ciência) são tratados como instrumentos de conhecimento e de construção do mundo dos objetos”.⁵⁷ No segundo, os universos simbólicos são tratados como estruturas dadas, passíveis de serem analisadas com base em suas imanências.

Bourdieu adota, porém, uma idéia mista, em que o poder simbólico é exercido pela imposição de um universo simbólico. Os símbolos são os instrumentos por excelência da integração social: enquanto instrumentos de conhecimento e de comunicação, eles tornam possível o consenso acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social. A integração lógica é a condição da integração moral.⁵⁸ Para ser válido, acrescenta o autor, o poder simbólico precisa ser legitimado através do desconhecimento de sua arbitrariedade, por parte de quem o sofre.

Se nos mantém em alerta sobre a possibilidade do uso das formas simbólicas como meios de legitimação do poder, a definição de Bourdieu do poder simbólico

⁵⁶ Jesús MARTIN-BARBERO, *Dos meios às mediações*.

⁵⁷ Pierre BOURDIEU, *O poder simbólico*, p. 8.

⁵⁸ *Ibid.*, p. 10.

corre o risco de considerar o público de massa como um receptor passivo das mensagens midiáticas produzidas e divulgadas pelos grupos mais poderosos, o que remonta à crítica frankfurtiana. Mas o próprio autor considera que “a competência social” é capaz de combater a dependência da massa de produtores profissionais. No caso da mídia, e do jornalismo especificamente, pode-se observar que há um aumento dessa competência, já que as mensagens midiáticas passam a fazer parte do cotidiano das pessoas e estão implicadas nas relações dos indivíduos entre si. Os condicionamentos individuais, sociais e econômicos atuam como filtros na recepção das mensagens e produzem suas próprias maneiras de interpretação das mensagens produzidas por especialistas.

Para esclarecer mais esse ponto de vista, e argumentarmos contra uma posição fatalista em relação à recepção das mensagens midiáticas, recorreremos aos estudos de John B. Thompson sobre o papel da mídia na modernidade. Seus postulados nos auxiliarão a compreender melhor a influência dos meios de comunicação de massa no que ele chama de “mundialidade mediada.”⁵⁹

Mesmo admitindo que os meios de comunicação de massa podem ser utilizados como recursos do poder simbólico, e como meios de produção e distribuição (venda) de bens simbólicos, Thompson desenvolve uma série de temas paralelos, evitando a compreensão exclusivamente política ou econômica desses meios. Como meios técnicos, os veículos midiáticos se caracterizam por permitirem a fixação das formas simbólicas (em tempos variáveis de duração), a reprodutibilidade dessas formas, o distanciamento espaço-temporal entre sujeitos e formas simbólicas e a necessidade de competências na recepção das mensagens e de acesso aos meios. O tratamento técnico das formas simbólicas permite a circulação das mesmas na massa de receptores de um modo diferenciado de outras formas de interação. John B. Thompson identifica três tipos de interação entre indivíduos: a interação face a face, a interação mediada e a quase-interação mediada. Na primeira, a interação acontece em um contexto de co-presença, como

⁵⁹ Cf. John B. THOMPSON, *A mídia e a modernidade*.

no diálogo entre duas pessoas em uma esquina qualquer. Nesse caso, “há uma multiplicidade de deixas simbólicas, a atividade é orientada para outros [interlocutores] específicos e a interação é dialógica.”⁶⁰ As deixas simbólicas são os gestos e outras formas de comunicação não-verbal que contribuem para a expressão da mensagem.

Na interação mediada, há a separação dos contextos, a disponibilidade estendida no espaço e no tempo, a limitação das deixas simbólicas, a interação ainda é orientada para outros específicos e é também dialógica. Este é o tipo de interação realizada com um meio como o telefone, por exemplo, situação em que os interlocutores não estão no mesmo ambiente e nem conseguem perceber as deixas simbólicas como na interação face a face. Mesmo assim, a mensagem é dirigida a um interlocutor específico e há a possibilidade de diálogo no instante mesmo da interação.

No terceiro tipo, a quase-interação mediada, as características são idênticas às da interação mediada, exceto na questão da orientação, que passa a ser para “um número indefinido de receptores potenciais” (não mais para um outro interlocutor específico), e na questão da possibilidade de diálogo, que passa a ser monológica.

Além de proporcionar a circulação ampliada das formas simbólicas, o aparato técnico de comunicação cria as possibilidades de ação e recepção à distância.⁶¹ A ação à distância é “orientada a ações ou pessoas que se situam em contextos espaciais (e talvez temporais) remotos.”⁶² A recepção à distância é a contrapartida

⁶⁰ John B. THOMPSON, op. cit., p. 80.

⁶¹ A ação e recepção à distância lembram o conceito de “desencaixe” de Giddens, que significa a descontextualização e recontextualização de práticas sociais, próprias da modernidade tardia. Os meios de comunicação seriam capazes de personificar alguns dos “fantasmas” distantes que acabam por invadir os contextos locais de interação dos indivíduos (Cf. Anthony Giddens, *As consequências da modernidade*).

⁶² John B. THOMPSON, op. cit., p. 92.

dos receptores nessas condições, mas que envolve também uma elaboração discursiva, contrariando a noção de recepção passiva.

“Ao responder às ações e expressões dos produtores, eles [os receptores] geralmente o fazem como uma contribuição às outras formas de interação nas quais eles participam. ... Deste modo, as mensagens da mídia adquirem o que chamo de elaboração discursiva: elas são elaboradas, comentadas, clarificadas, criticadas e elogiadas pelos receptores, que tomam as mensagens recebidas como matéria para alimentar a discussão ou o debate entre eles e com os outros.”⁶³

É por isso que Thompson considera a recepção uma forma de ação e não apenas uma aceitação passiva dos indivíduos expostos à mídia. Para ele, a recepção, integrada ao cotidiano, apresenta as características de ser atividade (elaboração discursiva), de rotina (parte integrante da vida das pessoas, sem prejuízo ao seu discernimento), situada (em determinado local geográfico e em determinada situação material do receptor), e especializada (depende de habilidades e competências, bem como do acesso do receptor aos meios de comunicação de massa).

As afirmações de Thompson querem dizer que a mídia e seus conteúdos estão integrados à vida das pessoas e são capazes de definir aspectos da mesma em relação a atitudes e idéias, ao mesmo tempo em que não são capazes, por si, de orientar seus comportamentos. O mesmo acontece com o jornalismo, como forma específica de conteúdo midiático. A narrativa de fatos, suas interpretações e as opiniões sobre os acontecimentos, que fazem parte do conteúdo jornalístico, passam a fazer parte do dia a dia das pessoas, nem que seja como recurso de iniciação e manutenção de diálogo entre indivíduos submetidos às mesmas fontes de notícias.⁶⁴

⁶³ John B. THOMPSON, op., cit., p. 100.

⁶⁴ Aqui cabe fazer referência à cobertura jornalística realizada a partir dos atentados terroristas nos EUA, em 11 de setembro de 2001. O fato, por sua amplitude e pela diversidade de implicações, provocou a ampliação da cobertura, exigindo a participação de intelectuais e especialistas de outras áreas, de forma constante, além da simples divulgação de seqüências de fatos relacionados ao

De qualquer forma, o jornalismo, com suas características específicas e em seus relacionamentos com outros campos, tem hoje uma forte penetração nas práticas cotidianas da sociedade, juntamente com outras mensagens midiáticas. Os acontecimentos singulares ocorridos em todo o mundo chegam às pessoas e interferem nas visões de mundo das comunidades mais remotas. As próprias comunidades se organizam na tentativa de verem veiculados seus discursos e propostas na mídia e como notícias. Provocam, para tanto, fatos singulares. O jornalismo também interfere, portanto, na mediação cultural dos meios de comunicação de massa, não só dirigindo ou orientando atitudes, mas também permitindo a troca de experiências mediadas à distância entre os indivíduos.

5 Velocidade e Informação como Elementos de Estratégia

Nesse contexto e premidos pela concorrência, os veículos jornalísticos precisam destacar-se no mercado e oferecem, para tanto, velocidade de informação: mais do que dar a notícia, é preciso dá-la antes dos outros. A velocidade já foi decisiva quanto ao perfil dos jornais impressos quando estes foram confrontados com o rádio e a televisão, veículos de periodicidade mais ágil. Durante a Primeira Guerra Mundial, os jornais brasileiros chegavam a tirar até seis edições diárias (clichês), com informações atualizadas do conflito. Essa prática, no entanto, tornou-se supérflua diante da agilidade dos veículos eletrônicos. Os jornais também precisaram investir mais em profundidade no tratamento do noticiário, nas interpretações dos fatos e na divulgação de opiniões diversificadas sobre os mesmos, para fazer frente às novas possibilidades informativas eletrônicas e a um novo patamar de velocidade na circulação das notícias.

assunto. Além de influenciar nas possíveis interpretações sobre o terrorismo, o jornalismo teve que aceitar novas tarefas de esclarecimento do leitor em relação ao caso.

5.1 Guerra e Informação

O aumento constante de velocidade na transmissão de informações jornalísticas foi provocado pelo entrelaçamento dos três fatores: a técnica, o capitalismo e a demanda cultural. Através do tempo, cada um deles influenciou a atividade de forma mais ou menos intensa em relação à necessidade de produção e veiculação de informações em intervalos cada vez menores. Uma condição que se pode perceber historicamente, tanto em relação à velocidade em si quanto ao jornalismo. Tanto uma como o outro já foram tratadas, e ainda o são, como elementos de estratégia política e bélica. Uma das implicações estratégicas do jornalismo são as técnicas de transmissão de informações utilizadas primeiramente nos campos de batalha para só depois serem disponibilizadas para uso civil (como no caso do telégrafo⁶⁵ e do rádio⁶⁶, principalmente).

A própria Internet surgiu a partir do esforço estratégico-militar norte-americano em formatar uma rede de comunicação eletrônica capaz de suportar a ataques bélicos sem deixar de funcionar, já que, na ausência de um dos “nós”, o caminho da informação seria deslocado através de outras conexões. O propósito da ARPA (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos) era fazer frente à disputa estratégica com a União Soviética.

A guerra influenciou também a teoria da comunicação em seu desenvolvimento (teoria que afetou principalmente a prática da publicidade, mas que não deixou de interferir nas formas de comunicação jornalística, como na ascensão do sensacionalismo a partir do início do século XX).⁶⁷ A propaganda de guerra,

⁶⁵ A primeira transmissão telegráfica aérea, entre Paris e Lille, em 1793, teve por objetivo a comunicação entre os exércitos na França em guerra (Armand MATTELART, *A comunicação-mundo*, p.13).

⁶⁶ Até 1919, a rádio era considerada arma de guerra e sofria interdições em diversos países (MATTELART, *op.*, cit., p.77).

⁶⁷ O sensacionalismo diz respeito a temas e a formas de tratamento das notícias, com ênfase nos aspectos sórdidos ou exageros. Mas também diz respeito a uma idéia de jornalismo capaz de

através de folhetos jogados atrás das linhas inimigas pelos aliados durante a Primeira Guerra Mundial, acabou por convencer os estudiosos da época que a persuasão da comunicação não encontrava quase resistência por parte do público-alvo das informações, a chamada teoria mecanicista. Essa teoria só viria a sofrer alguma alteração a partir dos anos 30, quando os primeiros estudos sobre a opinião pública passaram a considerar o que acontece do lado do receptor da informação.

A evolução nas transmissões de informações e a maior utilização dos veículos de comunicação de massas permitiram um novo tipo de utilização dos veículos de comunicação como estratégia de guerra. Durante a Guerra do Golfo, a intervenção norte-americana contra o Iraque foi transmitida pela televisão com a anuência do governo dos Estados Unidos somente depois do estabelecimento de um pool de emissoras e jornalistas selecionados com a aprovação do Estado Maior daquele país. O controle militar definiu desde o número de jornalistas nos locais de batalhas, até o tipo de informação e a escolha de imagens a serem liberadas para o público.⁶⁸

A informação como elemento estratégico, especificamente no caso do jornalismo, foi considerada em todas as muitas tentativas de censura que sofreram os veículos de comunicação em todo mundo, ao longo da história. Já no início da atividade propriamente dita, nos séculos XV e XVI, diversas foram as tentativas de controle governamental, desde o constrangimento econômico, através de taxas e impostos, até o uso peremptório da força. No Brasil, o atraso da implantação de uma tipografia, ocorrida apenas em 1808, com a vinda da corte portuguesa para a colônia, é devido a uma condição estratégica. Nas palavras de Bahia, “são razões de Estado - garantir o colonialismo, conservar incólume o despótico controle de seus interesses políticos e econômicos, deter pela força as aspirações de liberdade e

definir situações e opiniões entre o público, através da manipulação deliberada das informações. Um exemplo disso é a história de William Randolph Hearst que, à frente do New York Journal, “provocou praticamente sozinho a guerra contra a Espanha, em 1898 (...) com uma série de reportagens sobre Cuba e pela exploração da explosão acidental do encouraçado Maine na baía de Havana (P. ALBERT e A. TERROU, *História da imprensa*, pp. 56-57).

⁶⁸ Armand MATTELART, *A comunicação-mundo*, pp. 153-154.

justiça - e não de outra natureza que fazem Portugal insensível, até 1808, à tipografia e ao jornal num Brasil escravocrata e monocultor.”⁶⁹

5.2 Velocidade e Estratégia

Mais do que uma decorrência de fatores como o capitalismo, a técnica e a cultura - ou por causa desses e ainda outros fatores não analisados neste trabalho -, a velocidade se tornou uma característica da sociedade contemporânea. A ponto de se tornar estratégica em diversos setores. Na economia, por exemplo, a primazia na obtenção de uma informação pode ser decisiva para a lucratividade de uma operação financeira. Mas essa posição estratégica da velocidade já vem de um campo onde a própria estratégia é decisiva: a guerra.

A capacidade de deslocamento é, para Virilio⁷⁰, o fator decisivo da estratégia militar. Para ele, a possibilidade de um deslocamento veloz supera o movimento em si, pela ameaça constante que representa ao adversário. Dessa forma, Virilio considera que as táticas de guerra passaram do deslocamento dos exércitos de forma cada vez mais rápida (com a utilização de carros de combate, por exemplo) para um aumento da capacidade de deslocamento. Essa tática não mais se refere à travessia de continentes, fazendo mais sentido quando se trata da conquista dos oceanos. Para um contendor, saber que submarinos nucleares se deslocam rapidamente sob as águas é um fator decisivo a ser considerado para uma aventura bélica.

A questão do movimento e da velocidade ultrapassa a noção estratégica dirigida ao espaço da batalha para se inserir na sociedade, auxiliada por novos recursos logísticos. Ao mesmo tempo, deixa de ser assunto eminentemente militar,

⁶⁹ Juarez BAHIA, *Jornal, história e técnica*.

⁷⁰ Paul VIRILIO, *Velocidade e política*.

abrangendo toda a estruturação social. Esses desdobramentos resultam na valorização da velocidade do deslocamento em detrimento da importância do lugar. “Temos que admitir que *a localização geográfica parece ter perdido definitivamente seu valor estratégico* e, ao contrário, este valor é atribuído à *não-localização do vetor*, de um vetor em movimento permanente, pouco importa seja ele aéreo, espacial, submarino ou subterrâneo, contam apenas a velocidade do móvel e a não detectabilidade de seu curso” (grifo do autor).⁷¹

A velocidade gera a necessidade de mais velocidade, de acordo com Virilio. É uma questão estratégica e concorrencial que, no entanto, traz um problema sério: o aumento da velocidade impede, muitas vezes, que se possa conceber e utilizar um novo engenho, porque este se vê ultrapassado em velocidade por outro assim que é concebido. A velocidade ainda sofre a resistência de estruturas sociais e temporais que não se adaptam a ela. Um exemplo é o hábito da leitura, que exige um tempo para a reflexão, tempo este que desacelera o fluxo.

A interpretação das transformações sociais a partir da velocidade dos deslocamentos faz sentido na atual situação de capacidades técnicas capazes de atingir qualquer parte do globo, com precisão, em questão de segundos: seja através de mísseis teleguiados, seja através de mensagens por correio eletrônico. A questão estratégica da velocidade ainda ganha relevância na consideração da concorrência entre os veículos de comunicação via Internet (em tempo real), onde a rapidez na transmissão da informação é, parece, o principal objetivo.

O mesmo Virilio⁷² traz considerações sobre o aumento da velocidade na questão da informação. Para esse autor, a instituição do tempo real (transmissão e atualização dos fatos no menor lapso de tempo possível entre a ocorrência e sua divulgação) traz como resultado a valorização da informação com base exclusivamente na velocidade de sua transmissão. Nessa situação, a velocidade é a

⁷¹ Paul Virilio, *A arte do motor*, p. 124.

⁷² Ibid.

própria informação. Os meios de comunicação precisam ter como estratégia, não só a aniquilação da “duração da informação, da imagem e de seu trajeto, mas, juntamente com elas, tudo o que dura e persiste.”⁷³ Junto com a proposta do tempo real vêm os desafios. “Submetidos à tirania do tempo real, os meios de comunicação não combatem mais somente tudo o que dura, a paz como o resto, são eles agora que não têm mais tempo, mais prazos.”⁷⁴

Todos os fatores que trouxeram para o jornalismo a possibilidade de aumento da velocidade na transmissão de informações, influenciaram também as demais etapas do trabalho jornalístico: a busca e levantamento das notícias e a preparação para a veiculação (edição). A atividade sofreu interferência como um todo, não só em relação a si própria como em relação ao público e à dinâmica social. Vale dizer que o jornalismo sofreu alterações no seu sentido social graças ao capitalismo, à técnica, à cultura e ao aumento de velocidade proporcionado por esses fatores.

Estaremos na iminência do surgimento de um novo sentido do jornalismo na atualidade, graças às formas de relacionamento entre a demanda cultural, o capital e a técnica? Para avaliarmos melhor de que maneira se dá ou não essa mudança na atualidade, é conveniente que façamos uma breve retrospectiva sobre as considerações de sentido do jornalismo, de acordo com perspectivas teóricas diferenciadas. Nessas considerações, estarão presentes os elementos da velocidade do jornalismo.

⁷³ Ibid., p. 52

⁷⁴ Ibid., p. 54.

CAPÍTULO II

OS SENTIDOS SOCIAIS DO JORNALISMO

Neste capítulo serão tratadas interpretações sobre o sentido social do jornalismo, considerando essa atividade como elemento integrante da mídia. Essas interpretações levam em conta os três fatores estudados no capítulo anterior e suas formas de relacionamento em que a predominância é de uma delas. Também serão discutidas as influências que o conteúdo jornalístico sofreu da técnica e do capitalismo. O levantamento de reflexões sobre a inserção social do jornalismo e suas determinações servirá como substrato para a definição das linhas teóricas levadas em conta na continuidade deste trabalho.

As interpretações definidas para considerações neste capítulo são três. A teoria crítica, da chamada Escola de Frankfurt, com forte viés político na abordagem da mídia. A teoria das mediações, mais recente em termos de teoria da comunicação, que trata da mídia com um enfoque mais integrado à dinâmica social livre de condicionamentos político-ideológicos. E, finalmente, a pragmática do

jornalismo, que tenta explicar a atividade a partir de conceitos da lingüística e relacioná-los com a prática atual do jornalismo.

1 As Mudanças da Esfera Pública e do Jornalismo: Habermas

A relação entre técnica, capitalismo e cultura foi tema de crítica acerba por parte dos intelectuais da chamada Escola de Frankfurt, que constataram que o entrelaçamento dos três fatores foi prejudicial para o último. Suas posições passaram por considerações culturais, estéticas, políticas e econômicas, no sentido de um empobrecimento da cultura e da arte como formas de emancipação do homem. Graças a influências da economia e da técnica, a cultura foi transformada em aspecto manipulado da existência. Os meios de comunicação de massa, em vez de ampliarem a esfera de discussão pública se transformaram em instrumentos de manipulação ideológica e cultural, tratando de disseminar a racionalidade técnico-industrial para todas as esferas da vida.

Apesar desse escopo em comum, os intelectuais da Escola de Frankfurt analisaram essas condições de forma diferente. Começamos por expor as idéias de Jürgen Habermas sobre as transformações da esfera pública e seu relacionamento com os meios de comunicação de massa (mais especificamente com o jornalismo).⁷⁵ Em sua tese de livre docência, *A Mudança Estrutural da Esfera Pública*, publicada na Alemanha em 1961, e no Brasil em 1984, Habermas considera o jornalismo, a publicidade e as relações públicas no contexto de transformações da esfera pública. A análise inicia com um estudo sobre as transformações dessa esfera e seus reflexos no jornalismo.

⁷⁵ Em seu livro *Modernização seletiva*, Jessé Souza analisa a obra de Habermas com alguma coincidência de fatores, porém com outro propósito de estudo.

Para Habermas, a imprensa está atrelada ao capitalismo desde o início de sua história. Ela surge da necessidade de se estabelecer um “sistema corporativo de correspondência permanente que solidificasse a troca de informações entre centros comerciais distantes.”⁷⁶ O autor, no entanto, ressalta que nessa fase embrionária do desenvolvimento do capitalismo, a imprensa ainda não influencia a esfera pública, que continua em mãos da monarquia, apesar da crescente interferência da classe burguesa. Mas, sim, já sofre os efeitos desse relacionamento estreito, porque a venda de notícias como mercadorias incentiva a busca do lucro do proprietário do jornal.

Com a penetração de camadas da burguesia nas discussões dos problemas da sociedade, estas começam a tomar parte da esfera pública, obrigando as autoridades a terem o apoio da opinião pública para a tomada de decisões. É a esfera pública crítica, formada por indivíduos privados enquanto público, que se contrapõe ao poder, uma “esfera social, cuja regulamentação a opinião pública disputa com o poder público.”⁷⁷ É nesta fase que surge o que o autor define como jornalismo político-literário. As novas funções de poder que a burguesia começa a assumir diante da monarquia traz para aquela classe a necessidade de uma definição subjetiva de seu lugar no mundo, além da de um posicionamento político. A imprensa dá, portanto, maior ênfase a questões de identidade e de interesses privados da classe ascendente - o que já acontecia, na esfera privada, com as correspondências trocadas entre membros da aristocracia feudal, que passaram a ser lidas em grupos e, posteriormente, publicadas.

A ascensão da burguesia ao poder traz também a necessidade do estabelecimento de uma discussão pública ampliada a respeito das regras que norteiam a sociedade. As decisões tomadas em gabinetes fechados agora precisam ser debatidas pelos integrantes da classe burguesa. Há uma intensificação na publicidade de idéias e interesses, com o objetivo de se estabelecer a participação dos burgueses nas decisões políticas. Essa efervescência publicitária acaba por ser

⁷⁶ Jürgen HABERMAS, *Mudança estrutural da esfera pública*, p. 29.

⁷⁷ *Ibid.*, p. 40.

dirigida aos jornais, que, então, adquirem um aspecto marcadamente político. Cada grupo de interesse privado passa a debater com outros, consolidando, com a contribuição da imprensa, a formação de uma esfera de discussão pública decisiva para a elaboração da regulamentação da sociedade. Nas palavras de Habermas, “na esfera pública burguesa, desenvolve-se uma consciência política que articula, contra a monarquia absoluta, a concepção e a exigência de leis genéricas e abstratas e, que por fim, aprende a auto-afirmar-se, ou seja, afirmar a opinião pública como única fonte legítima das leis.”⁷⁸

Uma nova transformação da esfera pública ocorre a partir da formação dos Estados-Nação, da institucionalização da política e do predomínio do sistema capitalista. Para Habermas, esta fase traz como conseqüências, em primeiro lugar, a obsolescência da discussão política que tem como objetivo a conquista da opinião pública. Agora já estão implantados os canais e as regras de participação política, com a democracia representativa, a burocracia e a necessidade de sustentação econômica do Estado.

Para participar da esfera pública a partir de então, é necessário estar ligado a uma instituição como associações, partidos e administração pública, que são, na verdade, instâncias de administração privada de interesses em público.⁷⁹ São essas instituições que elaboram e debatem as alternativas de organização da sociedade, deixando para o público em geral a opção de “aclamar” as decisões. É o reflexo de um entrelaçamento entre a privatização de funções públicas (empresas que mantêm serviços como creches para os funcionários, por exemplo, concedendo benefícios que deveriam ser supridos pelo Estado) e da publicização de funções privadas (coordenação de planos de metas econômicos e de delegação de funções à iniciativa privada).

⁷⁸ Jürgen Habermas, *Mudança estrutural da esfera pública*, p. 71.

⁷⁹ A institucionalização da esfera pública é a origem da sociedade civil (cf. Jessé Souza, *A modernização seletiva*, Capítulo 3).

Em segundo lugar, o sistema de produção encontra seu espaço nesse contexto. A esfera privada sofre um deslocamento, concentrando-se na família, em vez de se manter também no âmbito dos negócios e da propriedade. A esfera pública, agora, escapa à influência exclusiva de uma classe com interesses próprios considerados como os mais adequados à sociedade, e a burguesia passa a dividi-la com um grande número de consumidores de “comunicação pública de massa”. Com a adesão da esfera pública literária ao consumo, está finalizado o ciclo de influência da burguesia, que se dava através da busca de identidade e de propagação dessa identidade na sociedade, porque “inserido no ciclo da produção e do consumo, a classe não é capaz de construir um mundo emancipado do que é imediatamente necessário à vida.”⁸⁰

A cada transformação da esfera pública corresponde uma ênfase na atividade jornalística e no relacionamento desta com o capitalismo. O jornalismo político-literário tinha, para Habermas, um caráter pedagógico e político, com pouca preocupação em relação ao lucro dos empreendimentos. As redações resguardavam para si a mesma espécie de liberdade verificada na comunicação “de pessoas privadas enquanto público”. Na fase de efervescência política, própria de processos revolucionários, a base comercial do empreendimento ainda se mantinha distante do conteúdo de idéias veiculado. O mais importante, nesta fase, foi o papel da imprensa como reflexo de um público também fortemente politizado.

Mas a situação muda com a transformação do jornalismo em empresa comercial. Na interpretação do próprio Habermas: “Só com o estabelecimento do Estado burguês de direito e com a legalização de uma esfera pública ativa é que a imprensa crítica se alivia das pressões sobre a liberdade de opinião; agora ela pode abandonar a sua posição polêmica e assumir as chances de lucro de uma empresa comercial.”⁸¹

⁸⁰ Jürgen Habermas, op. cit., p. 190.

⁸¹ Ibid. p.216.

O perfil empresarial do jornalismo dá margem a que grupos de interesse possam ter acesso aos veículos, fazendo da imprensa, “que até então fora instituição de pessoas privadas enquanto público, tornar-se instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas.”⁸² O jornalismo deixa de ser a “caixa de ressonância” da esfera pública, porque a própria publicidade muda de caráter: de uma forma de tornar públicas e questionáveis as decisões administrativo-políticas passa a ser uma forma de criar um ambiente de aceitação dessas decisões entre o público consumidor de comunicação de massa.

A própria discussão política perde sua função, porque não há mais a possibilidade de troca e de formação de opiniões informais, embasadas em questões morais, culturais e pessoais. Estas acabam sendo interditas quando o jornalismo e a publicidade mudam de função, adquirindo um caráter de relações públicas em relação a contribuição que dão às discussões na esfera pública. “As opiniões informais não se formam de modo racional, ou seja, através de um debate consciente com questões cognoscíveis (pelo contrário, os símbolos apresentados publicamente correspondem a processos variadamente inconscientes, cuja mecânica permanece oculta ao indivíduo.”⁸³

Os veículos de comunicação de massa não propiciam mais a possibilidade de uma discussão consciente e capaz de interferir em mudanças de rumos políticos, mas sim a construção de uma esfera pública demonstrativa e manipulada: “...as reações, apesar de intermediadas de vários modos através das opiniões de grupos, continuam a ser (...) privadas, já que não estão expostas à correção no âmbito de um público pensante.”⁸⁴

1.1 A técnica e o Capitalismo contra a Cultura: o sistema industrial

⁸² Jürgen HABERMAS, op. cit., p.218.

⁸³ ibid., p. 258

⁸⁴ Ibid., p.258

Neste ponto, a perspectiva de Habermas se aproxima bastante da perspectiva de outros integrantes da Escola de Frankfurt. Também nas análises de Adorno, Horkheimer e Marcuse, há a constatação da formação de um tipo de sistema, formado pelo industrialismo, pela técnica e pelo capitalismo, que dita as regras da ação social para os indivíduos.

Esse sistema tem como origem o Iluminismo com suas idéias básicas de domínio da natureza pelo homem e evolução do conhecimento a ponto de favorecer a toda a humanidade a partir de um determinado estágio. A partir da predominância de uma explicação técnica do mundo, no lugar das considerações religiosas e míticas, surge toda uma série de conseqüências sobre a capacidade individual de discernimento do homem sobre si e sobre o mundo que o cerca. A alienação e a dominação são partes dessa série.

“O mito converte-se em esclarecimento e a natureza em mera objetividade. O preço que os homens pagam pelo aumento do seu poder é a alienação daquilo sobre o que exercem poder. O esclarecimento se comporta com as coisas como o ditador se comporta com os homens. Este conhece-os na medida em que pode manipulá-los. O homem de ciência conhece as coisas na medida em que pode fazê-las.”⁸⁵

A produção industrial, por sua vez, traz como principal conseqüência sobre o homem a imposição de um novo ritmo de trabalho, ditado pelas máquinas. Esse tempo técnico acaba por invadir também o tempo do ócio. A diversão passa a ser encarada como “seqüência automatizada de operações padronizadas”, onde o indivíduo não necessita fazer qualquer esforço de pensamento. Como essa racionalidade técnica tem origem em centros de produção concentrados nas mãos de poucos, ela se refere à dominação social de uma recepção dispersa pelos “economicamente mais fortes”.

⁸⁵ Theodore ADORNO e Max HORKHEIMER. *Dialética do esclarecimento*, p. 24.

Neste contexto, não há mais espaço para a “arte séria” que, mesmo tendo excluído a massa de seu acesso, se referia, segundo Adorno e Horkheimer, aos interesses dos indivíduos que formavam essa massa, através da pretensão à universalidade. A indústria cultural se apropria da arte séria para inseri-la no contexto de produção da “arte leve”: a que proporciona um uso imediato e objetivo por parte das pessoas, “como simples passatempo”.

A análise de Adorno e Horkheimer tem diversos pontos em comum com a que Marcuse faz sobre a dominação racional e técnica, própria da sociedade industrial. Também Marcuse vê a decadência da cultura superior ao ser transformada em cultura material. Isso retira da arte a capacidade de sublimação, na qual a “condição do homem era representada, idealizada e denunciada”. Perde-se com isso a característica da alienação artística, capaz de contrapor alternativas de organização social e de expectativas individuais às existentes.

Outro ponto em comum entre os autores é a consideração da produção industrial como forma de direcionamento dos desejos e de adesão das pessoas à realidade. A possibilidade de uso dos produtos industriais estendida a um maior número de indivíduos transforma a doutrinação pela publicidade em estilo de vida. Marcuse considera que a sociedade industrial é totalitária, característica que se reforça através da técnica.

“Em virtude do modo pelo qual organizou a sua base tecnológica, a sociedade industrial contemporânea tende a tornar-se totalitária. Pois totalitária não é apenas uma coordenação política terrorista da sociedade, mas também uma coordenação técnico-econômica não-terrorista que opera através da manipulação das necessidades por interesses adquiridos. Impede assim o surgimento de uma oposição eficaz ao todo.”⁸⁶

O totalitarismo dessa sociedade desarma o indivíduo de sua capacidade de discernimento a respeito de sua situação conflitante no mundo, que, assim, “não parece exigir a negação de suas necessidades mais íntimas – um mundo que não é essencialmente hostil.”⁸⁷ As aptidões individuais viram desempenho industrial, ditado pela capacidade de atender à demanda de tarefas impostas externamente aos interesses de cada pessoa – a individualidade fica comprometida.

O sistema totalitário, capaz de criar necessidades e de satisfazê-las através da diversidade de produtos, atinge, na crítica da Escola de Frankfurt, um ponto quase intransponível. Principalmente na visão de Adorno, Marcuse e Horkheimer, a transformação da sociedade burguesa em uma sociedade de massa, em que a máquina dita o ritmo até mesmo da produção artística e do tempo de lazer, só pode ter um efeito em relação à cultura em geral: a decadência. A cultura, dominada pelo mercado, pelo consumo rápido e pela diversão fácil não tem mais como servir a uma identidade autêntica e muito menos como servir a uma idéia de mudança das condições de vida de indivíduos e de grupos.

Mas, se assim fosse, qual seria a validade da própria crítica da Escola de Frankfurt? Ou, outra questão, como se indagou Marcuse⁸⁸, se os indivíduos (condicionados em suas necessidades e escolhas) estão satisfeitos com as mercadorias e os serviços que lhes são entregues pela administração, por que deveriam eles insistir em instituições, serviços e mercadorias diferentes? Como seriam capazes de vislumbrar essa necessidade de mudança? Seria este o fim da História, o ocaso da Sociologia, a derrota de disciplinas que estudam processos dinâmicos frente a uma dominação paralisante pela abrangência e pela totalidade de seus efeitos?

Difícil admitir tal hipótese, mesmo para uma crítica tão profunda, violenta e pessimista da sociedade industrial. Afinal de contas, percebe-se que, apesar da suposta decadência da cultura e da possibilidade de emancipação dos indivíduos,

⁸⁶ Herbert MARCUSE, *A ideologia da sociedade industrial* (O homem unidimensional), p. 24.

⁸⁷ *ibid.*, p. 82.

algo acontece. Ou melhor, a vida não se deixa paralisar em todas as suas expectativas. As pessoas, isoladas ou em grupos, ainda são capazes de conviver com uma nova realidade técnica, com uma nova forma de relacionamento com os produtos industriais, com novas necessidades. As pessoas criam novas maneiras de viver. Ou podem criar.

É novamente Marcuse quem vai oferecer um espaço de dúvida sobre a suposta invencibilidade do sistema técnico industrial, ao considerar que um novo tipo de relacionamento pode surgir entre suas estruturas e os indivíduos. “A mecanização e a padronização podem, um dia, ajudar a mudar o centro de gravidade das necessidades de produção material para a arena da livre realização humana. Quanto menos necessária a afirmação da individualidade nos desempenhos sociais padronizados, tanto mais esta pode retirar-se para um terreno natural livre.”⁸⁹

1.2 Interação: o mundo da vida

Apesar da abrangência e da forma do sistema técnico de dominação derivado da sociedade industrial a partir do século XVIII, Marcuse parece avistar uma saída. Neste ponto, Habermas começa a se afastar do fatalismo cultural de seus colegas de Frankfurt e, a partir ainda de Marcuse, desenvolve uma teoria que tem como intenção apontar novas possibilidades de uso da razão como alternativa, ou, pelo menos, como processo paralelo ao da sociedade industrial.

Em *Ciência e Técnica como Ideologia*, Habermas considera duas formas de ação. O agir-racional-com-respeito-a-fins tem por base escolhas técnicas apoiadas no saber empírico (agir instrumental), que podem ser corretas ou falsas, e no saber analítico (escolha racional) derivado de um sistema de valores. Esse tipo de ação

⁸⁸ Herbert MARCUSE, op. cit.

depende da correta avaliação e uso dos instrumentos e das alternativas analíticas dadas em determinada situação. O agir-racional-com-respeito-a-fins está submetido ao “sistema” analisado pelos autores de Frankfurt. Este agir delimita a ação através de regras do empirismo e de sistemas de valores, estando, portanto, atrelado à configuração da sociedade num determinado estágio (o industrial, no caso analisado).

Em contraponto, o agir-comunicativo parte de outras premissas, que envolvem “uma interação mediatizada simbolicamente. Ela se rege por normas que valem obrigatoriamente, que definem as expectativas de comportamento recíprocas e que precisam ser compreendidas e reconhecidas por, pelo menos, dois sujeitos agentes.”⁹⁰ No agir-comunicativo, a racionalização visa à emancipação, individuação, à ampliação da comunicação livre da dominação; em contraste com a racionalização do agir instrumental/estratégico, baseada no crescimento das forças produtivas e na ampliação do poder de manipulação técnica.

Há nesta altura do desenvolvimento da teoria habermasiana, uma divisão entre um mundo da necessidade e um mundo da vida, mais ou menos como o sugerido por Marcuse em seu vislumbre de uma libertação do homem da repetitiva tarefa de afirmar-se diante dos papéis padronizados da sociedade. Mas não é neste trabalho que Habermas vai aprofundar sua teoria do agir-comunicativo. Ainda é forte a influência de Marcuse no sentido da crítica da sociedade industrial. Por isso, Habermas considera que a esfera do agir-comunicativo é invadida pelo agir-racional-com-respeito-a-fins. Esta passou a prevalecer na sociedade com o desenvolvimento das forças produtivas, capaz de suplantar as esferas culturais de legitimação do poder, baseadas numa visão cosmológica.

“A racionalidade dos jogos de linguagem, ligada ao agir comunicativo, é confrontada agora, no limiar dos tempos modernos, com uma racionalidade de relações meio-fim vinculada ao agir instrumental estratégico. Desde o momento em

⁸⁹ Herbert MARCUSE, *Algumas implicações sociais da tecnologia moderna*, p. 101.

que se pode chegar a essa confrontação, começa o fim da sociedade tradicional: falha a forma de legitimação da dominação.”⁹¹

O encobrimento dessa “colonização” da interação (agir comunicativo) pelo agir-racional-com-respeito-a-fins define, para o autor, a ideologia da técnica e da ciência na sociedade industrial. A saída da colonização da interação se dá através de uma discussão, isenta de dominação, sobre a conveniência dos critérios estipulados pelo agir-racional-com-respeito-a-fins na sociedade. Mas não vamos aqui abordar a teoria comunicativa de Habermas. Interessa, sim, a visão mais atualizada do autor sobre a configuração da esfera pública política e sobre o papel da mídia nessa configuração.

Em *Direito e Democracia*, Habermas parece arrefecer sua crítica em relação ao uso da mídia, feita no final de *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, onde era considerada um meio de venda capitalista de informações e de auferir lucros. Tendo em vista os canais de acesso da população às instâncias políticas representativas institucionalizadas, Habermas dá espaço ao uso da mídia (e aqui nos interessa o jornalismo e a publicidade como conteúdos midiáticos) como parte da sociedade civil. Ganha espaço também o “público leigo”, que permanece à margem das “linguagens especializadas”, mas influencia os sistemas político e legal.

O reconhecimento da necessidade de assentimento do público leigo às soluções propostas para resolver as questões problemáticas da sociedade significa uma nova forma de considerar um público de sujeitos privados que não sejam necessariamente burgueses. Ao menos no âmbito de uma esfera pública política, ainda que numa posição periférica, esse público contribui com a dramatização e a problematização das crises para que estas cheguem a ser consideradas pelo complexo parlamentar. O direito e sua linguagem (especializada) são, para Habermas, as formas como a linguagem comum do público chega aos sistemas de ação auto-regulados. E se a tecnocracia ainda pode se apropriar de um discurso do

⁹⁰ Jürgen HABERMAS, *Ciência e técnica como ideologia*, pp.310-311.

público de leigos, cuja linguagem comum não é capaz de atingir as esferas de um saber especializado, isso já não significa a incapacidade de discernimento desse público. “O fato de o público ser composto de leigos e de a comunicação pública se dar numa linguagem compreensível a todos não significa necessariamente um obscurecimento das questões essenciais ou das razões que levam a uma decisão.”⁹²

A mídia, para Habermas, está inserida no contexto de discussão da esfera pública (institucionalizada, portanto, sociedade civil), sofrendo pressões de dois flancos: de atores interessados na veiculação de suas idéias nos meios de comunicação de massa e do público, que precisa reconhecer esse atores como representantes de idéias válidas. Essa dupla pressão limita o poder de decisão e de manipulação dos profissionais da mídia na elaboração de conteúdos. Mas, ao mesmo tempo, promove um redirecionamento publicitário (no sentido de relações públicas) aos conteúdos midiáticos. Seja como for, a mídia ganha uma extensa lista de tarefas nos sistemas políticos constitucionais:

- vigiar o ambiente sócio-político, trazendo a público desenvolvimentos capazes de interferir no bem-estar dos cidadãos;
- definir as questões significativas da agenda política, as forças que as defendem e as que podem solucioná-las;
- estabelecer as plataformas para a comunicação compreensível de interesses de grupos;
- permitir o diálogo entre diferentes pontos de vista e entre detentores do poder e o público de massa;

⁹¹ Ibid., p. 314-315.

⁹² Jürgen HABERMAS, *Direito e Democracia*, v. 2, p. 106.

- criar mecanismos que permitam a prestação de contas dos detentores do poder;
- incentivar a participação política dos cidadãos;
- resistir a esforços que visem ao cerceamento de sua independência, integridade e capacidade de servir ao público;
- respeitar o público em sua capacidade de entendimento do ambiente político.⁹³

Mesmo com a manutenção de um caráter publicitário (no sentido das relações públicas) nos conteúdos da mídia, esta ganha uma participação abrangente na sociedade civil. Nota-se um contraste nesta posição do autor, em comparação com sua análise do jornalismo industrial na obra de 1961, considerado totalmente atrelado ao mercado.

Em suma, em Habermas há uma investigação sobre as formas de sobrevivência de uma ação não determinada apenas pelo aparato industrial, técnico e de exploração capitalista. Essa investigação serve de ponte sobre uma sociedade em que a degradação da cultura redundou em impossibilidade de reação ao “sistema”, como considerada por Adorno e Horkheimer, principalmente. Mas, ainda que essa ponte habermasiana nos leve à consideração de teorias mais integradas ao panorama atual da mídia (e do jornalismo) e suas tarefas na sociedade, é preciso ter em mente as críticas feitas ao “sistema” técnico-industrial. Isso porque as formas de relacionamento entre técnica, cultura e mercado se mostram variáveis ao longo do tempo – como demonstra o próprio estudo de Habermas sobre a esfera pública.

⁹³ GUREVITCH e BLUMLER, apud Jürgen HABERMAS, op. cit., pp. 111-112).

É preciso, pois, considerar o instrumental crítico da Escola de Frankfurt durante a abordagem do web jornalismo (o que será feito no Capítulo III).

2 A Autonomia da Cultura Popular: mediação

O que Habermas começa a reconhecer como potencial força integrante da esfera social política, as interações do mundo da vida, Martin-Barbero tem como enfoque central, em relação, principalmente, aos meios de comunicação de massa. A partir de um resgate histórico da cultura popular, que teria sido relegada à marginalidade nos estudos da cultura superior, este professor radicado na Colômbia defende uma outra abordagem da comunicação de massa: a mediação cultural.

Martin-Barbero considera que a Escola de Frankfurt revela uma influência marcante do contexto fascista, no sentido de repudiar o que essa forma de política tem de totalizante. Ao mesmo tempo que o fascismo conquista a massa pelo carisma dos líderes e pelo apelo ao populismo, utiliza a força em caso de dissidências. A manipulação política e o uso da força teriam influenciado os intelectuais frankfurtianos, que passariam esse repúdio à teoria crítica da sociedade. A desconfiança em relação ao fascismo passa para a massa, considerada politicamente débil e propícia à manipulação. Logo, a cultura de massa guardaria essas características, a de uma cultura invadida pelo poder político, pelos interesses capitalistas e pela configuração ideológica do aparato técnico.

Outro é o enfoque de Martin-Barbero a respeito da cultura de massa, cujas características e mudanças são temas de estudos no seu *Dos Meios às Mediações*. O autor trata, em primeiro lugar, de apontar as dificuldades de se tratar da massa em um ambiente cultural, político e econômico dominado pela classe burguesa. Nesse contexto, a massa representaria, ao mesmo tempo, “desencanto e temor da

burguesia em relação à transformação de uma sociedade construída por e para seus representantes.”⁹⁴

Uma série de eventos sociais permitiu, no entanto, o deslocamento da massa de uma posição marginal para o centro dos acontecimentos. Entre eles, o avanço da democracia na organização política do Ocidente e a necessidade de um ambiente livre de entraves culturais para a circulação de mercadorias. O avanço da democracia trouxe como idéia fulcral a participação de um contingente numeroso de indivíduos nas discussões políticas. O aumento da participação redundou na inclusão de representantes de classes diferentes da burguesia, isto é, da classe dos trabalhadores assalariados. Ainda que servindo a interesses de outros grupos, diferentes dos de massa, os indivíduos pertencentes a esta conseguiram um maior espaço na sociedade. Isso também se dá pelas possibilidades de comunicação entre os diversos estratos sociais, próprias da cultura de massa. “A cultura de massa é a primeira a possibilitar a comunicação entre os diferentes estratos da sociedade. E, dado que é impossível uma sociedade que chegue a uma completa unidade cultural, então o importante é que haja circulação.”⁹⁵

As mudanças na sociedade fazem a ligação entre cultura popular e cultura de massa. “Massa designa, no movimento da mudança, o modo como as classes populares vivem as novas condições de existência, tanto no que elas têm de opressão quanto no que as novas relações contêm de demandas e aspirações de democratização social. E de massa será a chamada cultura popular. Isso porque no momento em que a cultura popular tender a converter-se em cultura de classe, será ela mesma minada por dentro, transformando-se em cultura de massa “ (grifos do autor).⁹⁶

⁹⁴ Jesús MARTIN-BARBERO, *Dos meios às mediações*, p. 46.

⁹⁵ Jesús MARTIN-BARBERO, *op.*, *cit.*, p. 59.

⁹⁶ *Ibid.*, p. 169.

Essa maneira de considerar a cultura de massa permite analisar os efeitos dos meios de comunicação sobre a sociedade, num duplo sentido: as determinações e demandas da cultura de massa influenciam os conteúdos dos meios tanto ou mais do que os conteúdos são capazes de criar demandas.⁹⁷ E este é o segundo ponto a destacar do trabalho do autor: o poder da cultura de massa sobre os meios de comunicação.

Um exemplo do poder de determinação do público de massa sobre os produtos de comunicação massiva é o folhetim. Martin-Barbero cita aspectos que foram incorporados pelo folhetim graças às necessidades sociais do público. O folhetim surgiu por volta de 1836, na França, ocupando a parte inferior das páginas dos jornais, que era dedicada às variedades. Com uma mistura de “romance de ação e romantismo social”, o folhetim era escrito em episódios publicados periodicamente e dirigidos ao grande público, aproveitando-se das novidades da tecnologia de impressão (as rotativas). Trazendo obras de escritores como Alexandre Dumas, Honore de Balzac, Frédéric Soulié e Eugene Sue, o folhetim acabou por se tornar um elemento estratégico na concorrência entre os jornais.

Levando em conta o público ao qual se dirigia, o folhetim exigiu dos autores de romances uma adaptação à periodicidade e à fragmentação da narrativa. Analisando mais profundamente essa questão, Martin-Barbero ressalta outros fatores da exigência do público em relação ao folhetim. Na composição tipográfica, os tipos passaram a ser maiores como forma de facilitar a leitura de um público pouco acostumado à essa prática e com recursos de iluminação precários. A fragmentação da narrativa veio ao encontro de um ritmo de leitura não tão intenso quanto o de um público leitor especializado, acostumado a leitura de romances. Não só a periodicidade, mas também a inclusão de títulos e outros recursos textuais tiveram como enfoque despertar o desejo de leitura no público não especializado.

⁹⁷ A dupla pressão sofrida pelos meios de comunicação chegou a ser reconhecida por Habermas ainda num contexto de institucionalização de grupos de pressão, que mantinham as demandas do mundo da vida à parte do centro das decisões. A esse respeito, ver também Pierre BOURDIEU, *O poder simbólico*.

O despertar desse desejo também proporcionou a inclusão de “dispositivos de sedução” no folhetim. Esses dispositivos se referem à organização da história em episódios e à estrutura aberta da narrativa. Ambos relacionam a leitura do folhetim com o ritmo da vida dos leitores. O tempo do episódio é um tempo do dia, ou da semana, dedicado à leitura, junto aos tempos necessários para outros afazeres. Também é o tempo de acostumar-se com uma narrativa mais longa e fazer contato com os personagens aos poucos, sem perder-se no enredo. A estrutura aberta permite ao folhetim retratar aspectos do cotidiano através da escrita periodicamente atualizada da história pelo autor, e, ainda, a incorporação das respostas do público leitor na narrativa (feedback). Por último, há os elementos de reconhecimento, no sentido de fazer com que o leitor reconheça o mundo retratado no folhetim como parte de sua realidade. Os heróis místicos ou de romances são, agora, personagens que podem fazer parte da rotina do leitor popular.

Essa concepção de determinação dos conteúdos dos meios de comunicação pelas demandas do público guarda grande distância da visão frankfurtiana dos meios, baseada justamente na deliberada manipulação do gosto do público através de seus conteúdos. Martin-Barbero é precavido em relação a essa posição. Sobre a consideração de que os elementos que tornam o folhetim um produto cultural são, na verdade, estratégias comerciais com o objetivo de aumentar sua aceitação entre o público consumidor, o autor argumenta que o folhetim representa um exemplo de narrativa de gênero, em oposição a uma narrativa de autor. O gênero serviria para definir um tipo de narrativa determinado, cujos elementos são passíveis de reconhecimento pelas pessoas, de aceitação e de procura pelo público.

O gênero do melodrama, surgido em 1790 na França e na Inglaterra, é o gênero popular por excelência, “o grande espetáculo popular”, que mantém seu atrativo até os dias de hoje, nos conteúdos midiáticos. Esse gênero deriva das narrativas da literatura oral, representado ao modo dos espetáculos de feira. Tem como traços marcantes a esquematização e a polarização. A primeira é composta pela representação de quatro sentimentos básicos: o medo, o entusiasmo, a dor e o

riso – esses sentimentos são representados respectivamente pelos tipos do traidor, do justiceiro, da vítima e do bobo. A polarização é o esquema maniqueísta das representações melodramáticas.

O melodrama afrontou os críticos de teatro através de suas características, como os efeitos de cenário em detrimento do diálogo, a provocação pelos gestos exagerados e as falas gritadas dos atores. Proibidos de ter diálogos durante o século XVIII, na França, os grupos de representação de melodramas incorporaram a mímica como elemento. Todas essas características (exagero, histórias padronizadas e maniqueístas – onde os personagens sofrem nas mãos do mal antes que o justiceiro reponha a ordem no mundo -, o riso) ainda são encontrados na teledramaturgia, de acordo com Martin-Barbero.

Através do melodrama, em plena efervescência da Revolução Francesa, o povo entra duplamente em cena. “As paixões políticas despertadas e as terríveis cenas vividas durante a Revolução exaltaram a imaginação e exacerbaram a sensibilidade de certas massas populares que afinal podem se permitir encenar suas emoções... Antes de ser um meio de propaganda, o melodrama será o espelho de uma consciência coletiva.”⁹⁸

A teoria de Martin-Barbero contrasta com a dos intelectuais do Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt, principalmente no sentido do reconhecimento da cultura popular (cultura de massa) como uma dimensão a ser considerada em suas características próprias. Mas o autor vai além: considera que essa cultura conquistou a capacidade de pôr em contato os diversos estratos sociais, recontextualizando a situação de oposição entre cultura superior e cultura de massa, cara aos frankfurtianos. A dinâmica própria da cultura popular seria capaz ainda de se manter praticamente íntegra diante das determinações mercadológicas e técnicas. Como afirma Martin-Barbero, “pensar os processos de comunicação neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa

⁹⁸ Jesús MARTIN-BARBERO, op. cit., p.158.

romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação a das tecnologias.”⁹⁹

E, assim, os meios de comunicação deixam de ser instrumentos coordenadores de necessidades e desejos da massa, passando a ser considerados como instrumentos de mediação cultural. “Estamos situando os meios no âmbito das mediações, isto é, num processo de transformação cultural que não se inicia nem surge através deles, mas no qual eles passarão a desempenhar um papel importante a partir de um certo momento – os anos 20.”¹⁰⁰

3 A pragmática do Jornalismo

Um terceiro enfoque sobre a atividade jornalística, o da pragmática, nos permite visualizar de outra forma como se desenvolve hoje o jornalismo em sua interação com a sociedade. Desenvolvida pelo professor Manuel Carlos Chaparro, a pragmática do jornalismo é baseada em conceitos da Pragmática (que se referem às conseqüências sociais dos enunciados, numa vertente da Lingüística e da Semiótica), desenvolvidos por John Searle e Austin. A pragmática aplicada ao jornalismo tem inspiração no trabalho de Teun van Dijk.¹⁰¹

Chaparro¹⁰² parte do princípio que os enunciados, em determinadas condições, são “atos de fala”, isto é, ações sociais. Os atos de fala têm como premissas o propósito e a intenção de executar um fazer. O propósito diz respeito a resultados que se pretende atingir depois que a ação foi executada. Nas palavras do

⁹⁹ Ibid., p. 285.

¹⁰⁰ Ibid., p. 191.

¹⁰¹ O professor Teun A. van Dijk é holandês e desenvolve pesquisas nas áreas de pragmática do discurso, teoria literária e gramática textual. Atualmente é professor visitante do Instituto de Lingüística Aplicada da Universidade Pompeu Fabra, em Barcelona.

¹⁰² Manuel CHAPARRO, *Pragmática do jornalismo*.

autor, “propósito é a visualização ideal ou imaginativa de um plano ou o fim de uma ação. Está voltado para os efeitos e resultados que interessam a um lado ou outro da interlocução, ou a ambos. Relaciona-se, portanto, ao estado pós-ação.”¹⁰³ A intenção, por sua vez, não vai além da ação, mas “faz parte dela, esgota-se nela, controlando o fazer”. Está baseada em motivos e valores que levam o sujeito a agir, tornando-o responsável e consciente quanto a seu ato.

Outros conceitos buscados por Chaparro na Pragmática são o de sucesso e o de processo. O sucesso é o resultado da ação, quando esta é capaz de atingí-lo. A comprovação do sucesso se dá quando há a modificação de um estado inicial, quando “em um determinado estado, se agregam ou suprimem objetos ou quando os objetos adquirem outras propriedades ou passam a relacionar-se entre si de outra maneira.”¹⁰⁴ Mas esse sucesso pode não se dar completamente em um único impulso. As modificações podem ocorrer em etapas intermediárias até o resultado final. Essas ocorrências são o processo do sucesso de um ato de fala.

A partir desses conceitos, Chaparro começa a estabelecer a relação entre pragmática e jornalismo. Este, sendo espaço para atos de fala, contribuiria para a dinâmica social. Os atos de fala e os acontecimentos seriam as notícias.

“O acontecimento (do qual o relato asseverador do jornalismo faz parte) é uma forma complexa de processo, com mais ou menos capacidade de desorganização e reorganização social. A intervenção do relato jornalístico em acontecimentos complexos ou com elevado potencial de complexidade, pode ampliar em novos sucessos, a rota do processo e, até, desencadear processos derivados nas tramas sociais.”¹⁰⁵

¹⁰³ Ibid., p. 114.

¹⁰⁴ Ibid., p. 113.

¹⁰⁵ Manuel CHAPARRO, op. cit., p. 114

Mas, para essa relação entre Pragmática e jornalismo, Chaparro precisa “enxertar a Ética e a Moral na teoria de van Dijk”. Isso porque é preciso estabelecer os valores e limitar moralmente os motivos que levam os indivíduos a agir em determinada formação social. As ações na sociedade realmente estão limitadas ou por regras legais ou por preceitos morais, mas essas questões não fazem parte da teoria pragmática original. Daí a necessidade do “enxerto”.

Propondo um fluxograma da macropragmática da ação jornalística, Chaparro defende que o jornalismo, baseado na atualidade, em princípios éticos e razões morais, deve atender às demandas por informações e por participação dos diversos grupos sociais. Daqui se depreende uma postura profissional onde o jornalista deve permitir a atuação desses diversos grupos nos processos sociais através de relatos verazes das ações sociais. Com essa atitude, o jornalismo permite que os diversos interesses em jogo na sociedade possam ser percebidos e participem da formação social em cada momento histórico.

Esta seria, em linhas gerais, a ação jornalística ideal na sociedade: a coordenação e veiculação dos discursos dos diversos grupos sociais de interesses, permitindo sua ação discursiva, com base em princípios éticos e morais, como a democracia no acesso aos meios de comunicação e o equilíbrio de oportunidades. Há, no entanto, alguns questionamentos a serem feitos em relação à Pragmática do Jornalismo. O primeiro deles se refere à questão moral e ética. Apesar dos inúmeros tratados e da tradição moral próprios de certos tempos e lugares, não há garantias de que esses princípios sejam observados a todo instante. Quando a moral e a ética não são capazes de controlar as intenções dos atos, surgem dúvidas quanto à sua validade. Devem ser relatados, ainda que façam parte do jogo de ações?

Uma segunda questão diz respeito à disponibilidade de acesso aos meios de comunicação a determinados grupos sociais. Com necessidades contraditórias em relação aos interesses do capital, que mantém as empresas jornalísticas, podem ser marginalizados desse acesso, ficando de fora do jogo de forças imaginado pela pragmática jornalística. Além disso, há uma concentração de idoneidade para

declarações sobre determinados assuntos em certas pessoas. Assim, nos casos de fontes oficiais, os mandatários têm acesso privilegiado aos meios de comunicação de massa. Em outros casos, grupos mais capazes de organizar estruturas de comunicação adequadas ao relacionamento com os meios têm mais chances de serem relatadas suas ações do que outros menos organizados.

Um terceiro questionamento se refere à especificidade do jornalismo em relação a outras modalidades de comunicação social, como a publicidade e as relações públicas. Pela Pragmática proposta por Chaparro, tanto faz que um ato de fala tenha um caráter jornalístico (de interesse público e abrangente), publicitário (adequado à promoção de idéias e produtos no mercado) ou de relações públicas (que pretende criar um clima favorável na sociedade a determinada instituição).

Ainda assim, a Pragmática do Jornalismo permite uma visão menos parcial (em relação ao capital e à cultura) que as posições anteriores, do que se concebe como atividade jornalística na atualidade. Com a organização de fontes de notícias, a partir da criação de estruturas específicas de relacionamento com a mídia em empresas, instituições públicas e grupos organizados, e a contratação de profissionais de jornalismo para o trabalho nessas estruturas, os atos de fala que chegam às redações são cada vez mais capazes de ganhar espaço nos veículos. A mídia e o jornalismo ganham destaque como fórum de debates das discussões da sociedade.

Esses pressupostos teóricos a respeito do jornalismo e sua inserção social, irão auxiliar na abordagem do webjornalismo. Ainda que a prática recente deste impeça uma avaliação precisa de seu papel na dinâmica social - e apesar da parcialidade de um estudo do ponto de vista de quem faz o webjornalismo em detrimento das formas de recepção das mensagens -, é possível discernir de que forma o jornalismo on line pode ser enquadrado nas teorias precedentes. Este será, pois, o enfoque final do próximo capítulo.

CAPÍTULO III

WEB JORNALISMO

Neste capítulo, vamos abordar as características do webjornalismo, objeto deste estudo. Aqui serão expostos um breve histórico dessa modalidade jornalística e algumas das primeiras considerações teóricas feitas, principalmente no Brasil, sobre o tema, com a ressalva de que estas são recentes e ainda estão em formação. Mesmo incipiente, a prática do webjornalismo no Brasil já registra tendências gerais, utilizadas por alguns dos principais veículos de notícias on line, que também serão abordadas. Essas tendências dizem respeito às formas de edição e de apresentação das notícias, bem como dos intervalos de atualização das mesmas em relação aos tipos de informação que contêm.

Considerando o webjornalismo como parte da dinâmica social, abordaremos também teorias sobre as transformações causadas pela tecnologia informática na sociedade. E ainda consideraremos com mais especificidade o campo do jornalismo e sua prática atual.

1 O Campo do Jornalismo e os Desafios da Atualidade

Antes de analisarmos o atual estágio de desenvolvimento do jornalismo online no país (através de estudo de caso e de levantamento bibliográfico), é preciso atualizar a definição do nosso objeto de estudo. Para tanto, utilizaremos o conceito de *campo*, de Pierre Bourdieu. Para Bourdieu, campo é um conjunto de características que define uma atividade contra o que esta possa ter de aleatório. Ao mesmo tempo, o conceito permite perceber interações entre diversos campos. Especificamente sobre o campo, explica Bourdieu que “compreender a gênese social de um campo, e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, é tornar necessário, subtrair ao absurdo do arbitrário e do não-motivado os actos dos produtores e das obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir.”¹⁰⁶ A possibilidade de relacionamento entre os campos tem sua metodologia baseada no fato de que “as transferências metódicas de modelos baseados na hipótese de que existem homologias estruturais e funcionais entre todos os campos, ao invés de funcionarem como simples metáforas orientadas por intenções retóricas de persuasão, têm uma eficácia heurística eminente, isto é, a que toda a tradição epistemológica reconhece a analogia.”¹⁰⁷

O caso da política e sua interação com o campo da economia serve como exemplo. A disponibilidade de alternativas políticas ao eleitorado em determinado contexto, não só representa um jogo de forças e interesses próprio da política, como também se insere num esquema de oferta de produtos, próprio do campo econômico. A formatação dessas propostas como produtos midiáticos para divulgação entre o eleitorado insere um outro campo, o da mídia, na relação.

¹⁰⁶ Pierre BOURDIEU, *O poder simbólico*, p. 69.

¹⁰⁷ *Ibid.*, p. 66.

Referido ao jornalismo, o conceito de campo serve para delinear mais especificamente as características da atividade, incorporadas ao longo da história, para definir a atividade em suas relações com outros campos, como o da técnica e o da economia (como já foi, aliás, apresentado na análise anterior), e para tentar apreender novos elementos (ou novas relações entre esses elementos) próprios do desenvolvimento do jornalismo na atualidade.

Já afirmamos que o jornalismo se refere à divulgação de fatos inéditos, para um público amplo, através de veiculação periódica. No decorrer da história, o campo do jornalismo incorporou a velocidade da transmissão das informações em sua prática. Ao mesmo tempo, as diversas etapas do desenvolvimento do jornalismo como elemento da sociedade (nos referimos no capítulo anterior à análise de Habermas, em *Esfera Pública*¹⁰⁸), bem como as crescentes demandas sociais ao longo da história, contribuíram para uma diversificação das formas de divulgação dos fatos. Além das notícias propriamente ditas, o jornalismo acrescentou a interpretação e a opinião em seu conteúdo.

A questão referente à divisão dos textos jornalísticos em informativos, interpretativos e opinativos é polêmica e recebe diferentes enfoques de acordo com diferentes autores. Enquanto Luiz Beltrão dedica um livro para cada tipo de jornalismo¹⁰⁹, Clóvis de Barros Filho¹¹⁰ contesta essa divisão, afirmando que a objetividade jornalística só pode se dar em termos relativos, já que a própria narração de um fato se trata de mediação e incorpora, por isso, a subjetividade tanto do jornalista quanto do receptor da notícia. O mesmo Clóvis de Barros Filho indica os componentes de uma objetividade jornalística de tipo-ideal: “verdade, equilíbrio, checabilidade, clareza, legibilidade, eqüidistância e isenção.”¹¹¹

¹⁰⁸ Jürgen HABERMAS, *Mudança estrutural da esfera pública*.

¹⁰⁹ Referimo-nos aos livros *Imprensa Informativa* (s.n.t.), *Jornalismo Interpretativo e Jornalismo Opinativo*.

¹¹⁰ Clóvis de BARROS FILHO, *Ética na comunicação*.

¹¹¹ *Ibid.*, p. 45.

Erbolato¹¹² concorda com a divisão de Beltrão, mas divide o jornalismo em dois grandes grupos: o informativo (notícia dos fatos) e o opinativo (análise e interpretação dos fatos).

Polêmicas a parte, o fato é que o jornalismo apresenta uma divisão espacial clara entre textos informativos e textos interpretativos/opinativos. Estes ganharam local destacado do noticiário em geral, seja através de colunas e páginas de opinião, seja através de comentaristas especializados no rádio e na televisão.

Mas a especificidade da informação jornalística se mantém e se renova através da história, mesmo com influências predominantes de um ou outro fator técnico, econômico ou de estilo. Ela está na ênfase sobre aspectos singulares e efêmeros dos eventos. A mesma ênfase que se percebe na comunicação diária dos indivíduos entre si, com a diferença de que, nesta, as particularidades do contexto estão presentes de forma mais intensa do que no jornalismo. Como explica Genro Filho, "...o critério jornalístico de uma informação está indissoluvelmente ligado à reprodução de um evento pelo ângulo de sua singularidade. Mas o conteúdo da informação vai estar associado (contraditoriamente) à particularidade e universalidade que nele se propõem, ou melhor, que são delineadas ou insinuadas pela subjetividade do jornalista. O singular, então, é a forma do jornalismo, a estrutura interna através da qual se cristaliza a significação trazida pelo particular e o universal que foram superados. O particular e o universal são negados em sua preponderância ou autonomia e mantidos como o horizonte do conteúdo."¹¹³

1.1 A Prática Atual

Com as influências do capitalismo industrial, da tecnologia e também da crescente demanda por conteúdo, o jornalismo chegou a uma forma de fazer

¹¹² Mário ERBOLATO, *Técnicas de codificação em jornalismo*.

praticamente padronizada nos diversos veículos. Ela consiste da divisão de funções e de uma série ordenada de tarefas, nas fases de produção, captação, edição e veiculação de informações. Em relação ao conteúdo, apesar da diversidade crescente de assuntos e do tratamento dos fatos, também se percebe uma padronização. No gênero informativo do jornalismo encontram-se a nota, a notícia, a reportagem e a entrevista. No gênero opinativo, o editorial, o artigo, o comentário, a resenha crítica, a crônica, o conto e a coluna, além do espaço reservado para opiniões de leitores através de cartas.¹¹⁴

1.1.1 A produção de notícias: pauta

A produção de notícias supõe a passagem por algumas etapas. A elaboração da pauta é a fase de definição de quais assuntos serão transformados em informação jornalística em determinado veículo. Normalmente essas decisões são tomadas através de reuniões que congregam editores e chefia de redação, além dos pauteiros propriamente ditos. Nessas reuniões são debatidos os “assuntos do dia”, sugestões de pautas dos vários profissionais, analisados *releases* e definidos os assuntos que terão destaque nas respectivas editorias. Nas reuniões de pautas também começam a ser definidas as capas do jornais, ou as manchetes dos telejornais.

As reuniões de pautas ocorrem em número variável, de acordo com a rotina adotada pela empresa ou de acordo com a periodicidade dos noticiários. Em televisão, por exemplo, as reuniões são geralmente duas antes de cada telejornal: uma para a definição geral e a outra, mais próxima do horário do programa, para o “fechamento” definitivo do “espelho” do telejornal (definição das matérias e notas e a sua ordem no programa). Nos jornais impressos, as reuniões são geralmente feitas

¹¹³ Adelmo GENRO FILHO, *O segredo da pirâmide*, p. 163

¹¹⁴ José MARQUES DE MELO, *A opinião no jornalismo brasileiro*.

pela manhã, para definição das coberturas do dia, e no início da tarde, para uma reavaliação dos acontecimentos e a definição da edição do dia seguinte.

O trabalho dos pauteiros, responsáveis pelo levantamento dos assuntos e pelo acompanhamento da atualização dos acontecimentos, é seguido pelo dos produtores. Estes são os responsáveis pelo levantamento preliminar de informações, fontes, material de arquivo, contatos e agendamento de entrevistas, assim que os assuntos do dia forem definidos. O trabalho do produtor, além de proporcionar as condições básicas para a captação da notícia, também pode enriquecer o produto final, através do acréscimo de elementos que auxiliem na compreensão e na ilustração da reportagem.

1.1.2 A busca da notícia

Definidos os assuntos e levantados os dados preliminares, cabe às equipes de reportagem a transformação do plano de cobertura de determinado assunto em notícia. O trabalho de reportagem é variado e também depende das condições e do ritmo de cada veículo. No caso do jornal, as reportagens podem ser feitas por telefone ou pessoalmente, o repórter pode ser acompanhado ou não por fotógrafo. Em televisão, há uma maior necessidade de produção, já que a estrutura de equipamento necessária é maior (com a presença obrigatória da câmera). Além disso, a exigência de imagens que acompanhem as informações, própria do veículo, atrela o texto, limitando-o em sua coordenação com as imagens (esse “entreve” pode ser solucionado com a explicação posterior do apresentado sobre algum detalhe da matéria, a chamada “nota pé”).

Estes são apenas os contornos mais superficiais do trabalho de reportagem. Em qualquer veículo, a variação no resultado final desta etapa de elaboração da notícia fica por conta de vários fatores, como as condições de trabalho anteriores à reportagem (pauta e produção), a disponibilidade de condições técnicas para a

equipe (equipamentos, veículo), o número de profissionais (que redundam no número de matérias feitas por uma equipe durante a jornada) e a competência dos profissionais.

No geral, no entanto, o trabalho de reportagem consiste no levantamento de dados através de entrevistas e de material de apoio, na coleta de depoimentos de pessoas envolvidas com o fato e no esboço do enfoque a ser dado ao assunto através da ordenação desses elementos. Também nesta roteirização das informações há regras definidas no jornalismo. Nos jornais diários, prevalece a prática da chamada pirâmide invertida. Essa técnica de redação é formada pelo *lead*, primeiro parágrafo, onde estão resumidas as informações, respondendo a cinco questões básicas para o leitor: o que, como, quem, quando e por que. A partir do *lead*, as informações complementares são distribuídas por ordem de importância. Os critérios para a definição dessa ordem são os mesmos seguidos para a valorização de uma notícia. Um apanhado geral em diversos autores¹¹⁵ destaca os seguintes critérios: novidade, abrangência das consequências, conflito, interesse humano, proximidade e curiosidade.

1.1.3 A edição

O trabalho da equipe de reportagem chega, então, aos editores. São estes que definem de que forma o assunto será tratado, principalmente em sua disposição nas páginas do jornal ou na ordem do telejornal. Mas o trabalho do editor pode mesmo interferir no conteúdo da notícia, através de cortes e acréscimos no texto escrito, ou de alteração do roteiro sugerido pelo repórter na edição da matéria para a tv. O editor ainda define elementos acessórios que complementam a informação: títulos, chamada do apresentador, fotos e ilustrações, efeitos e recursos gráficos.

¹¹⁵ Fraser BOND, *Introdução ao jornalismo*; Luiz AMARAL, *Notícia, matéria de primeira página*; Mário ERBOLATO, *Técnicas de codificação em jornalismo* e Manuel C. CHAPARRO, *Pragmática do jornalismo*.

Para cumprir essas tarefas, os editores precisam ter experiência na atividade jornalística e também estar sintonizados com a “linha editorial” ou o estilo do veículo onde trabalham, garantindo um perfil definido para o mesmo.¹¹⁶

A edição depende do planejamento gráfico e das definições editoriais. Esses elementos tornam os veículos produtos reconhecidos pelo público, seja através do horário da programação, seja através da disposição gráfica das informações (cadernos, páginas de opinião e editoriais definidas) e da distribuição (por assinaturas e nas bancas).

1.1.4 Veiculação

A veiculação é a forma como as informações chegam ao público. Envolve principalmente a distribuição dos veículos e as formas de acesso que os consumidores têm deles.

1.2 Análises da Prática Atual

O campo do jornalismo tem sido examinado por vários autores, não só da área em questão. Bourdieu¹¹⁷ destaca algumas características específicas dessa atividade. Uma delas é a dupla dependência dos jornalistas da aprovação de seus próprios pares e também da penetração do trabalho entre o maior público possível. Bourdieu destaca também que a procura pelo “furo”, a notícia da novidade, faz com

¹¹⁶ Os “copidesques” eram os responsáveis por uniformizar o estilo e corrigir os textos dos jornais, mas a função foi praticamente extinta, sendo substituída pelos processadores de texto informatizados. Hoje a função é pouco utilizada no jornalismo brasileiro.

¹¹⁷ Pierre Bourdieu, *Sobre a televisão*.

que, muitas vezes, o jornalista se precipite na divulgação de um fato e que esse fato, as vezes, vai interessar mais a uma luta pela prioridade na divulgação entre os próprios jornalistas do que ao público em geral. Outro aspecto negativo do campo jornalístico é a concorrência entre os veículos, que, segundo Bourdieu, leva à uniformidade mais do que à diversidade dos fatos noticiados.¹¹⁸

A visão crítica de Bourdieu mostra aspectos que são estudados pela *communication research*, através das pesquisas do *Gatekeeper*, das distorções involuntárias e do *Newsmaking*. O *Gatekeeper* trata de investigar de que forma os fatos são selecionados para serem divulgados nos veículos de comunicação, quem e como se selecionam os temas e os enfoques dados a esses fatos.

As distorções involuntárias consideram as distorções na divulgação dos fatos não através da ótica da manipulação deliberada, mas “relacionam a imagem da realidade social, fornecida pelos mass media, com a organização e a produção rotineira dos aparelhos jornalísticos.”¹¹⁹ As formas como estão organizadas as empresas, o ritmo de produção e divulgação de cada veículo, a estrutura de equipamentos e de pessoal, tudo isso determina as possibilidades de divulgação de notícias pelos veículos.

O *Newsmaking* verifica as condições em que é feito o trabalho do jornalista em três etapas básicas: a captação das notícias, a edição ou preparação das mensagens para veiculação, e a veiculação. “A pesquisa sobre *Newsmaking* permite,..., explicar adequada e profundamente a distorção informativa que os fatores organizativos e estruturais constantemente produzem e reproduzem.”¹²⁰ As pesquisas sobre *Newsmaking* citadas por Mauro Wolf abordam aspectos relativos à valorização das notícias, à institucionalização das fontes, à edição e apresentação das notícias e ao conhecimento que o jornalista tem do público a que se dirige.

¹¹⁸ Ibid., p.104 a 108

¹¹⁹ Mauro WOLF, *Teorias da comunicação*, p. 162

¹²⁰ Ibid., p. 216.

2. A Revolução Informacional e a Sociedade da Informação

O desenvolvimento de fatores técnicos, econômicos, sociais e culturais atinge um estágio na atualidade considerado por muitos como uma nova maneira de se viver no mundo e de se conceber essa vida. É a Revolução Informacional, que teria na informação o seu principal vetor de ação. A década de 1970 aparece como um marco, não só de uma crise violenta de superacumulação capitalista, conforme narrado por Harvey.¹²¹ É a partir desta década que surgem diversos componentes físicos do que viria a tornar possível uma "sociedade da informação". São eles: o microprocessador (1971), o microcomputador (1975), a fibra ótica (início da década), os sistemas operacionais de computadores (1977) e o início da rede eletrônica de comunicação implantada pela ARPA (Agência de Projetos e Pesquisas Avançadas do Departamento de Defesa dos Estados Unidos), mais tarde Internet. Com esses instrumentos, Castells¹²² considera a década de 70 a data de nascimento da Revolução da Tecnologia da Informação.

Essa revolução teria dado origem a um novo paradigma tecnológico, com características próprias:

- a informação como sua matéria-prima. São tecnologias para agir sobre a informação, e não para agir sobre a tecnologia;

- a penetração dos efeitos das novas tecnologias em todos os processos de existência individual, pela centralidade da informação na atividade humana;

¹²¹ David HARVEY, *A condição pós-moderna*.

¹²² Manuel CASTELLS, *A sociedade em rede*, p. 64.

- a predominância de uma lógica de redes nos conjuntos de relações. Essa lógica está embasada numa estrutura aberta, que aceita novos “nós”, desde que estes sejam passíveis de interação com os códigos vigentes na rede. As redes conseguem, assim, ser suscetíveis a novidades sem maiores riscos a seu equilíbrio;

- flexibilidade nos processos, em relação à reorganização de seus componentes;

- convergência de tecnologias para um sistema integrado.¹²³

Com essa revolução, o mundo teria chegado a uma nova configuração em seu modo de produção: o informacional, substituindo o agrário e o industrial de tempos anteriores. Não é mais o acúmulo de terra e o incremento de mão-de-obra, próprios do modo de produção agrário, nem a maximização da produção voltada para o crescimento da economia, como no modo industrial, que são estratégicos agora. “No novo modo informacional de desenvolvimento, a fonte de produtividade acha-se na tecnologia de geração de conhecimento, de processamento da informação e de comunicação de símbolos. (...) O informacionalismo visa o desenvolvimento tecnológico, ou seja, a acumulação de conhecimentos e maiores níveis de complexidade do processamento da informação.”¹²⁴

Mas, apesar da coincidência entre a crise do capitalismo e o desenvolvimento de um novo paradigma tecnológico, Castells não reduz o problema à questão econômica. O autor considera uma espécie de “indução tecnológica” capaz de gerar novas tecnologias a partir de tecnologias, sem os determinantes econômico ou técnico. No caso da popularização da Internet, por exemplo, a contribuição de estudantes universitários na criação de dispositivos de comunicação e transmissão de dados entre computadores se deu mais ao nível da inovação e do desafio do que propriamente do desejo do lucro imediato. Ainda que, mais tarde, jovens como Bill

¹²³ Manuel CASTELLS, op. cit., pp. 78 e 79

¹²⁴ Ibid., p. 35

Gates tenham tirado proveito econômico significativo com a produção e venda de sistemas operacionais para computadores, essa não foi a motivação dos pioneiros da interconexão entre computadores.

O *modem*, lembra Castells, foi criado por dois estudantes de Chicago, Ward Christensen e Randy Suess, com o propósito de transferir programas de um computador a outro, via telefone. Criado o protocolo Xmodem, os estudantes difundiram a tecnologia, sem custos, com o objetivo de “espalhar as capacidades de comunicação o máximo possível”. Um dos primeiros sistemas de conversa eletrônica do mundo, o Usenet também foi criação de estudantes universitários que não integravam a Arpanet (exclusiva das universidades de elite tecnológica da época nos Estados Unidos). A inventividade e o interesse em divulgar meios de interconexão sem auferir lucros desses primeiros “hackers” fazem com que Castells considere aspectos de uma contra-cultura nessas atitudes, confrontando a cultura elitizada de certas instituições de ensino superior.

Castells, no entanto, oscila entre a influência de iniciativas individuais capazes de interferir no uso do sistema tecnológico e uma lógica própria desse sistema (como no caso da indução tecnológica). Essa lógica, auto-regulável como em todo sistema, teria como premissas “a capacidade de transformar todas as informações em um sistema comum de informação, processando-as em velocidade e capacidade cada vez maiores e com custo cada vez mais reduzido em uma rede de recuperação e distribuição potencialmente ubíqua.”¹²⁵

Ao adotar o conceito de sistema, Castells fecha as possibilidades de assimilação de novidades das redes. E as reduz a estruturas auto-reguláveis, onde a assimilação de novos nós só seria possível se estes estivessem conformados às premissas lógicas da rede. Se assim fosse, a indução tecnológica seria o fator

¹²⁵ Ibid., p. 51. O custo médio de processamento da informação caiu de aproximadamente US\$ 75,00 por milhão de operações, em 1960, para menos de um centésimo de centavo de dólar em 1990 (Ibidem p. 62).

propulsor da sociedade da informação, definindo até mesmo as disposições reflexivas abstratas do indivíduo.¹²⁶

3 A Tecnologia da Inteligência Informática: o hipertexto

A técnica é central para a teoria de Pierre Lévy, que, no entanto, usa-a como ponto de partida para o desenvolvimento de toda uma série de considerações sobre o desenvolvimento histórico humano e as características atuais da sociedade. Isto porque, em sua concepção, a técnica é inerente à sociedade. Lévy¹²⁷ parte da consideração da técnica como uma das estratégias utilizadas pelos indivíduos em sua interação. O indivíduo, portanto, é o verdadeiro motor da sociedade, enquanto que a técnica, a sociedade, a economia, a filosofia ou a religião seriam apenas “abstrações desprovidas de qualquer meio de ação”. Na interação, os indivíduos agem através de objetos e de informações, que são interpretadas, reorganizadas e remetidas novamente. Nessa espécie de jogo, as mensagens mudam o contexto em que se encontram os indivíduos, através da ação de que são capazes.

A técnica, no entanto, é parte integrante do mundo, formando com os indivíduos um complexo homem-objeto, capaz de determinar em parte o pensamento de uma época. “Pensar é um devir coletivo no qual misturam-se homens e coisas. Pois os artefatos têm o seu papel nos coletivos pensantes. Da caneta ao aeroporto, das ideografias à televisão, dos computadores aos complexos de equipamentos urbanos, o sistema instável e pululante das coisas participa da

¹²⁶ Essa consequência, aliás, é considerada por outro estudioso da Revolução Informacional, Jean Lojkine, que afirma a possibilidade de “objetivação pela máquina, de funções abstratas, reflexivas do cérebro – não mais funções cerebrais ligadas à mão” (Jean LOJKINE, *A revolução informacional*, p. 64). Lojkine reconhece, no entanto, que essa objetivação só é possível em relação “a funções motoras ou de formas bem elementares de inteligência operatória e da memória, e não envolve a consciência reflexiva com toda a plasticidade de associações simbólicas e de linguagem, que permite antecipar, adaptar-se e inovar” (Ibidem, p. 86).

¹²⁷ Pierre LÉVY, *Tecnologias da inteligência*.

inteligência dos grupos.”¹²⁸ Esse complexo homem-objeto é o conjunto de elementos que Lévy chama de ecologia cognitiva e que engloba especificamente as pessoas vivas e pensantes, entidades materiais naturais e artificiais, e idéias e representações.

Assim como as afirmações trocadas entre sujeitos em um diálogo são capazes de moldar o contexto em que interagem, também a introdução de objetos ou tecnologias é capaz de modificar esse contexto. E provocar mudanças na compreensão e no conhecimento que os sujeitos têm do mundo em que vivem. Lévy relata três tecnologias da inteligência que foram capazes de moldar o pensamento e o conhecimento do homem ao longo da história: a oralidade, a escrita e a informática.

3.1 A Oralidade

A oralidade primária se refere às sociedades que não utilizavam a escrita. Nessa realidade, a manutenção da coesão cultural é mantida basicamente através da memória coletiva. O reforço constante a essa memória é fundamental para essas sociedades e se dá por uma série de estratégias de representação:

- as representações são fortemente conectadas entre si, evitando a dispersão do significado;
- as conexões entre as representações envolverão sobretudo relações de causa e efeito;

¹²⁸ Ibid., P. 169

- as proposições farão referência a domínios do conhecimento concretos e familiares para os membros das sociedades em questão;

- as representações deverão manter laços estreitos com “problemas da vida”, envolvendo o sujeito e carregando as representações de emoção.¹²⁹

Fazem parte ainda da tecnologia da inteligência oral, a circularidade e o devir. A circularidade se faz necessária como reforço constante da tradição, já que não há outra forma de fixação dos elementos cognitivos. A recorrência de rituais que envolvem, além da oralidade, aspectos estéticos e sensoriais (como a dança) é um exemplo da circularidade das sociedades orais. O devir se caracteriza a partir de incrementos técnicos, que causam mudanças no contexto, e através das recriações, mais ou menos conscientes, dos “faladores” ao atualizarem as narrativas.¹³⁰ Esse devir é de difícil precisão, justamente pela instabilidade das recriações e pela ausência de parâmetros fixos de comparação.

3.2 A escrita

A utilização da escrita entre os povos marcou a introdução de uma nova tecnologia da inteligência e gerou diversas modificações na compreensão do mundo e da vida pelos homens. Atrelada à agricultura, a escrita tem uma concepção temporal diferente da registrada na oralidade. Assim como a agricultura depende do tempo para a germinação das sementes e a colheita dos frutos, a escrita depende do tempo para que um texto percorra o trajeto entre o autor e o seu leitor. Tanto uma como a outra apostam no tempo para se realizar.

¹²⁹ Pierre LÉVY, op. cit., p. 82

¹³⁰ Mario VARGAS LLOSA descreve com maestria o papel dos “faladores” na manutenção da identidade de povos baseados na oralidade primária, em seu romance *O Falador*.

A escrita introduziu modificações em vários aspectos das sociedades. Em relação ao poder, permitiu que este se consolidasse através de códigos, através de inscrições em monumentos que presentificavam os mandantes, através da fixação do passado e das novas formas de administração de territórios (cálculos e relatórios de impostos e cartas). Em relação à história, a escrita praticamente tornou possíveis a fixação de períodos de tempo e seus principais acontecimentos, bem como a noção de progresso cumulativo de experiências. Permitiu ainda que se concebesse a noção de “tábulas rasas”, isto é, a possibilidade de implantação de teorias que desconsiderassem outras formas de conhecimento anteriores à escrita (como a dúvida do cogito de Descartes, por exemplo).

A escrita engendrou um modo de conhecimento que exigiu a atribuição de sentido a textos, principalmente aos mais distantes no tempo. Através de desdobramentos teóricos de textos anteriores, interpretações e comentários, surge toda uma nova possibilidade de elaboração de conhecimentos com a escrita. “A partir de então, o mundo se oferece como um grande texto a ser decifrado.”¹³¹ A aposta no tempo da escrita também é capaz de interferir na noção de espaço das sociedades. Ela está baseada mais em categorias para a compreensão do mundo do que em situações, como no caso da oralidade primária.

3.3 A Informática

Segundo Lévy, o mundo passa por mais uma mudança radical na forma de compreensão e de conhecimento do homem. Desta vez, é a informática que vem instaurar uma tecnologia da inteligência. Graças ao desenvolvimento dos microcomputadores e da conexão entre os usuários através deles, criam-se novas formas de comunicação e uma nova forma de geração conjunta de conhecimento. As possibilidades engendradas pela rede informática têm como base a noção de

¹³¹ Pierre LÉVY, *As tecnologias da inreligência*, p. 89.

hipertexto. Na verdade, mais do que uma noção: uma arquitetura de comunicação e de relacionamento entre indivíduos.

O hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, sons ou mesmo hipertextos. O relacionamento entre os nós se dá de forma não-linear, isto é, não segue uma seqüência ordenada definida, mas depende do uso feito por quem percorre essa rede de nós conectados. Rede que não tem um centro único, sendo este variável, também de acordo com o trajeto percorrido pelo usuário. A função do hipertexto é “a organização de conhecimentos ou dados, a aquisição de informações e a comunicação.”¹³²

O hipertexto tem características próprias, que o distinguem de outras tecnologias da inteligência como a oralidade e a escrita:

- princípio da metamorfose: a rede hipertextual está em constante construção e renegociação, mesmo que seja para a manutenção temporária de determinada configuração. Sua extensão, composição e desenho sofrem influência permanente dos diversos atores que participam dela;

- princípio da heterogeneidade: os nós e conexões de uma rede hipertextual são heterogêneos. O processo sociotécnico coloca em jogo pessoas, grupos, artefatos, forças naturais, em uma variedade de associações;

- princípio da multiplicidade e de encaixe das escalas: o hipertexto se organiza de modo fractal, alternando a centralidade de nós na rede de conexões. De acordo com as circunstâncias, as modificações localizadas podem ter efeito em grande parte da rede;

¹³² Ibid., p. 33

- princípio da exterioridade: a rede não possui unidade orgânica, nem motor interno. Sua configuração em determinado instante depende de um exterior indeterminado: adição de novos elementos, conexões com outras redes, etc.;

- princípio de topologia: nos hipertextos, tudo funciona por proximidade, por vizinhança. Não há espaço universal homogêneo, onde as mensagens podem circular livremente;

- princípio de mobilidade dos centros: a rede não tem um centro fixo, mas vários centros que se sucedem.¹³³

Apesar das características específicas, o hipertexto já existia enquanto vigorava a escrita como modo de percepção do mundo e de conhecimento. No caso dos livros, por exemplo, é possível imaginá-los como um suporte hipertextual durante a realização de uma pesquisa. Através dos conceitos que desenvolvem em determinada área do conhecimento e das referências que oferecem a respeito de outros autores que tratam do mesmo tema, é possível, em uma biblioteca, percorrer outros textos, ilustrações, referências, depoimentos e, talvez, imagens que auxiliem na construção de um novo referencial teórico – que poderá ser mais um item em futuras pesquisas sobre o tema.

O que torna o hipertexto básico para uma tecnologia da inteligência é a série de interfaces que facilitaram o seu uso. O desenvolvimento da informática proporcionou facilidades crescentes para o uso do hipertexto, como a representação e o acesso a comandos através dos ícones, o uso do “mouse”, que liberou a utilização do computador de uma série de comandos alfa-numéricos, os “menus”, que auxiliam o usuário orientando-o sobre as operações possíveis e já realizadas, e a tela de alta resolução.¹³⁴ Com essas facilidades, qualquer pessoa que tenha

¹³³ Pierre LÉVY, op. cit., pp. 25-26

¹³⁴ Pierre LÉVY, op. cit., p. 36

acesso a um micro-computador conectado em rede a outros é capaz de realizar uma série de operações e contribuir na formação e na reformulação do hipertexto.

Ainda em comparação com a escrita, é possível verificar as interfaces que facilitam a leitura através dos tempos. A introdução da numeração de páginas permitiu a organização de índices e sumários, por exemplo. Essa organização da escrita proporcionou ao leitor a seleção de trechos específicos para apreciação, bem como maior precisão na referência aos textos escritos. Há, todavia, características que distinguem o tipo de leitura do hipertexto da leitura de textos impressos, em relação ao tempo e à velocidade.

“A quase instantaneidade da passagem de um nó a outro permite generalizar e utilizar em toda sua extensão o princípio da não-linearidade. Isso se torna a norma, um novo sistema de escrita, uma metamorfose da leitura, batizada de navegação.”¹³⁵ Isto quer dizer que a navegação se dá de forma imediata às decisões do usuário, sem lapso significativo de tempo entre o “clique” em um nó e acessar a informação (tempo bem menor do que o acesso a uma informação impressa em livro ou jornal, apesar das interfaces facilitadoras nesses instrumentos).

Eis mais uma característica da informática proporcionada pela velocidade: a noção de tempo real. Na navegação, há uma condensação no presente, na operação em andamento. Tudo o mais é virtual, termo que Lévy contrapõe a atual e não a real. O que não está sendo vivenciado no momento, todas as possibilidades de navegação da rede são virtuais enquanto não forem presentificadas e condensadas no presente do “clique”. O computador não apenas é uma ferramenta para a elaboração de textos, mas virtualiza a informação.¹³⁶

¹³⁵ Ibid., p. 37

¹³⁶ Pierre LÉVY, *Cibercultura*, p. 55.

A partir dessa configuração sociotécnica e dessa concepção de tecnologia da inteligência baseada no hipertexto, Lévy passa a considerar uma formatação social específica da época atual, uma forma de se encarar o tabuleiro do jogo da interação humana, a ecologia cognitiva. E também uma nova forma de comunicação. Começemos por esta. Diante de um contexto volátil e mutante, a comunicação no hipertexto ganha formas específicas, “uma nova geometria”, que contraria a teoria matemática da informação, de Claude Shanon.¹³⁷ Esta baseava-se na transmissão de informações de um emissor para um receptor, através de um canal e da utilização de um código. O sucesso da transmissão era diretamente proporcional à quantidade de informação transmitida e recebida, com a superação de obstáculos (ruídos) através de processos como a redundância. O conteúdo da informação era secundário para o esquema de Shanon. Ainda que várias teorias da comunicação posteriores analisassem este esquema com a inclusão de outros elementos (a semiótica e o estudo dos códigos dos emissores e dos receptores) ou com a ênfase em determinado aspecto do esquema (código, canal, emissor ou receptor), ele tem se mantido como base no estudo da comunicação de massas.

A comunicação no hipertexto, no entanto, difere do esquema anterior. Em primeiro lugar, configura-se como uma escrita coletiva, onde os sujeitos agem em igualdade de condições na formação do conjunto de saberes gerados; portanto, há vários sujeitos interagindo simultaneamente. A contribuição de cada indivíduo não segue um comando central, sendo prontamente incorporada ao hipertexto e podendo ser acessada assim que estiver disponível. Todos os sujeitos envolvidos são emissores e receptores ao mesmo tempo. A diferença do hipertexto para o esquema de Shanon também aparece na ausência de sincronia entre os atores. Não há mais a clara divisão entre emissor e receptor e nem a troca intercalada dos sujeitos nessas posições. A comunicação é “dessincronizada”. Torna-se expandida, permitindo a inclusão de novos atores a qualquer momento e sofrendo o acréscimo de dados novos simultaneamente. O próprio canal de comunicação só se torna presente quando acessado, permanecendo virtual no restante do tempo. Finalmente,

¹³⁷ Para uma análise crítica da teoria de Claude Shanon, remetemos à obra organizada por Gabriel COHN, *Comunicação e indústria cultural*, especialmente o Capítulo I.

o código ganha em variedade de modalidades, podendo incorporar textos, sons e imagens.

É esse tipo de comunicação que se observa nos *groupware*. Esses grupos reúnem pessoas em torno de um determinado tema, que é desenvolvido com as contribuições simultâneas dos participantes. Tanto o conteúdo como as formas de participação (regras) no *groupware* são elaborados dessa forma. Não há um centro único gerador de informação, mas a troca constante de informações entre os integrantes do *groupware*. As contribuições localizadas são capazes de provocar modificações por si e pelas contribuições que suscitam nos demais membros do grupo. O conhecimento é gerado de forma coletiva, descentralizada, sem hierarquia.

Lévy extrapola as configurações observadas no hipertexto para a sociedade em geral. Com a expansão do suporte informático, o relacionamento entre as pessoas se daria crescentemente sob as configurações próprias desse suporte. Cresce a importância dos acontecimentos no ciberespaço, definido como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores ... [incluindo] o conjunto de sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização.”¹³⁸

Conectados ao ciberespaço, indivíduos e grupos compartilham de uma universalidade sem totalidade, porque é constantemente modificada pelos atores e porque é aleatória em relação às escolhas de caminhos a serem percorridos pelos navegadores. Mesmo com interfaces que facilitam a orientação na rede, estas não são capazes de determinar um trajeto único a ser obrigatoriamente seguido por um indivíduo. Indivíduos e grupos também compartilham uma memória comum, definida através de contextualizações, de comentários e de elaboração de conexões.

¹³⁸ Pierre LÉVY, *Cibercultura*, p. 92

Com essas características, o ciberespaço é capaz de provocar a negociação de significados, “processos de reconhecimento mútuo dos indivíduos e dos grupos por meio da atividade da comunicação (harmonização e debate entre os participantes).”¹³⁹ Como os centros emissores se intercalam, é mais difícil a situação de manipulação da universalidade do que em contextos onde os centros geradores são controlados por minorias.

Toda essa atividade proporcionada pela tecnologia informática da inteligência coletiva gera novas possibilidades de relacionamento entre indivíduos e grupos, novos significados na interação e novas probabilidades de comunicação. Em resumo, uma nova cultura, que Lévy chama de cibercultura. Esta não será objeto de análise aqui, até porque apresenta características e problemas semelhantes aos encontrados na cultura de um modo geral, fora do ciberespaço.¹⁴⁰ Mais importante para a análise proposta neste trabalho é a concepção que Lévy apresenta em relação aos meios de comunicação de massa e à mídia de um modo geral nos contextos do hipertexto e do ciberespaço.

Especificamente no caso da mídia (onde se encontra o jornalismo), Lévy considera que há uma mudança no relacionamento do usuário com os meios de comunicação. Na mídia tradicional, o que se percebe é a unidirecionalidade das mensagens dos produtores para o público, com poucas possibilidades de interatividade. No ciberespaço, Lévy identifica um diálogo entre vários participantes. A digitalização das mensagens (textos, imagens e sons) permitiria o processamento computacional das mesmas, de acordo com as preferências de cada usuário. Uma situação que provoca um questionamento radical do trabalho do jornalista. Assim, pergunta Lévy, “...se cada pessoa pode emitir mensagens para várias outras, participar de fóruns de debates entre especialistas e filtrar o dilúvio informacional de

¹³⁹ Ibidem., p. 224.

¹⁴⁰ Em trabalho realizado para o programa de Mestrado em Sociologia Política da UFSC, foi possível constatar conceitos da cibercultura semelhantes aos utilizados por Emile Durkheim em sua análise da interação social. Entre eles, a moral, a coerção e a proximidade de uma visão quase religiosa da sociedade. (cf. Hamilton, Fernando A. Da Consciência Coletiva à Inteligência Coletiva; uma análise do ciberespaço à luz dos conceitos de Durkheim. Trabalho apresentado na disciplina de Teoria Social Clássica, em agosto de 2000. Inédito).

acordo com seus próprios critérios, seria ainda necessário ... recorrer a esses especialistas da redução ao menor denominador comum, que são os jornalistas clássicos?”¹⁴¹

A moral presente no pensamento de Pierre Lévy se revela justamente nessa crença de que os indivíduos irão utilizar as possibilidades técnicas da Internet para a construção de uma inteligência coletiva e de uma sociedade onde impere a tendência à colaboração e a harmonia de perspectivas sobre os demais interesses de indivíduos e grupos. Essa moral deturpa o sentido da mídia na sociedade. Por outro lado, o autor faz uma leitura reducionista do papel da mídia (e do jornalismo) na sociedade moderna, como se esta não fizesse parte da rede formada por híbridos sujeito/objeto, influenciando e sendo influenciada por ela. E mais: confunde a abordagem do singular, própria do jornalismo, com a redução ao menos denominador comum.

Mesmo assim, Lévy reserva um espaço para o que chama de intermediários na construção da inteligência coletiva, ainda que em forma de desafio: “...se souberem reinventar sua função para transformarem-se em animadores dos processos de inteligência coletiva, os indivíduos e os grupos que desempenhavam os papéis de intermediários podem passar a ter um papel na nova civilização, ainda mais importante do que o anterior.”¹⁴²

Mesmo sem concordarmos completamente com a teoria de Pierre Lévy, principalmente em sua análise do jornalismo, é preciso considerar as possibilidades novas de comunicação e geração de conhecimentos a partir do hipertexto. No caso do jornalismo, com o aumento de autonomia do leitor ou receptor das notícias, pode-se compreender a estes agora como receptores/usuários. Isto porque têm maiores possibilidades de escolher e manipular as informações que buscam na rede hipertextual, da qual os veículos noticiosos fazem parte.

¹⁴¹ Pierre LÉVY, *Cibercultura*, p. 188.

¹⁴² Pierre LÉVY, *op. cit.*, p. 231.

4 Jornalismo e Informática: um relacionamento polêmico

As considerações de Lévy sobre o hipertexto provocam a necessidade de repensar o jornalismo diante da tecnologia da inteligência informática, mesmo com as análises inadequadas do papel e das características da mídia. Até porque a relação entre o jornalismo e a informática tem sido objeto de polêmica teórica e prática. Baseado na teoria de Habermas, Marcondes Filho¹⁴³ detecta uma crise do trabalho jornalístico típico e aponta para as mudanças que ocorreram nesse campo, a partir do século XX, quando se formaram os grandes monopólios de comunicação. Também nessa época, o jornalismo passa a sofrer a concorrência da publicidade e das relações públicas. É uma terceira, de quatro transformação da atividade identificadas pelo autor ao longo do tempo.

A primeira foi influenciada pela Revolução Francesa e durou até a metade do século XIX. “É a época de ebulição do jornalismo político-literário, em que as páginas impressas funcionam como caixa acústica de ressonância, programas político-partidários, plataformas de políticos, de todas as idéias.”¹⁴⁴ A segunda é caracterizada pela transformação do jornal em empresa capitalista, incentivada pela inovação tecnológica. “A transformação tecnológica irá exigir da empresa jornalística a capacidade financeira da auto-sustentação, pesados pagamentos periódicos para amortizar a modernização de suas máquinas; irá transformar uma atividade praticamente livre de pensar e de fazer política em uma operação que precisará vender muito para se autofinanciar.”¹⁴⁵

Mas a história não pára por aí. Há uma quarta transformação da atividade jornalística, esta influenciada pelo desenvolvimento da informática, a partir dos anos

¹⁴³ Ciro MARCONDES FILHO, *Cenários do novo mundo*.

¹⁴⁴ Ciro MARCONDES FILHO, *op.*, cit., p. 11

¹⁴⁵ *Ibid.*, p. 13

70. Duas conseqüências imediatas são percebidas por Marcondes Filho nessa fase. A primeira “é a inflação de comunicados e de materiais de imprensa”, que passam a ser fornecidos por assessorias de imprensa organizadas em empresas e órgãos públicos. A segunda é a “substituição do agente humano jornalista pelos sistemas de comunicação eletrônica, pelas redes, pelas formas interativas de criação, fornecimento e difusão de informações.”¹⁴⁶

A influência da tecnologia no jornalismo da quarta transformação ainda é analisada em outros aspectos por Marcondes Filho:

- A tecnologia imprime um novo ritmo e uma nova lógica às relações de trabalho, definindo os novos profissionais e uma nova ética;
- Há a transformação do ambiente da redação, com a substituição de equipamentos e de processos;
- O aumento da velocidade de circulação de informações exige mais disciplinamento técnico do jornalista do que capacidade investigativa;
- O jornalismo impresso passa a se dedicar mais à análise, comentários e imprensa especializada, perdendo a divulgação dos fatos para a velocidade da comunicação via Internet;
- Empobrecimento da linguagem jornalística, com a qualidade da informação reduzida ao essencial;

¹⁴⁶ Ibid., p. 30

- Transformação do jornalista em um “consolidador da informação que vem do público, para torná-la mais palatável ou mais interessante.”¹⁴⁷

- Necessidade dos “intermediários” para dar conta da complexidade e interatividade da sociedade.

Para esse autor, o jornalismo passa a integrar um sistema de processamento de informações, perdendo a capacidade e a independência críticas. Ao mesmo tempo, a velocidade do webjornalismo impede uma abordagem mais aprofundada das questões. A visão de Marcondes Filho é pessimista em relação ao jornalismo da quarta transformação e ao futuro da atividade. Mas não pode ser ignorada no âmbito dos objetivos de investigação deste trabalho. Como também não pode ser ignorada a visão mais otimista de outro estudioso do jornalismo “on line”, Sebastião Squirra.

Squirra¹⁴⁸ cita como uma das vantagens do trabalho de jornalismo “on line” a maior facilidade de acesso a fontes de consulta. O acesso eletrônico permite consultas a especialistas em diversas partes do mundo de um mesmo computador, a bancos de dados governamentais e a bibliotecas especializadas. É a Computer Assisted Reporting. Baseado, principalmente, em referências dos Estados Unidos, Squirra revela ainda que, naquele país, os trabalhos jornalísticos realizados com base em pesquisas na Internet receberam diversos prêmios Pulitzer (um dos mais importantes do jornalismo norte-americano) durante a década de 90.

As vantagens do uso dos computadores pelos jornalistas são diversas:

- A possibilidade de organização de dados relativos ao trabalho e de agendas de tarefas pelos profissionais;

¹⁴⁷ Ibid., p. 76

- Facilidade de comunicação com colegas de profissão e de empresa;

- Auxílio na interpretação dos fatos através da comparação de diversos dados relativos a um mesmo assunto;

- Maior facilidade no acompanhamento de assuntos determinados, com a atualização de informações via Internet;

- Estruturação de gráficos e novas formas de apresentação visual;

- Facilidade na distribuição de notícias.¹⁴⁹

Apesar da polêmica, há uma série de sinais que indicam mudanças da mídia e do jornalismo, graças ao desenvolvimento da tecnologia informática. A influência dos avanços tecnológicos na mídia e a nova configuração provocada pelos mesmos são os temas de análise de Wilson Dizard Jr., no livro *A Nova Mídia*. Estudando a mídia norte-americana, o autor parte de um dado empírico considerado como marco para o surgimento de uma nova realidade midiática: a fragmentação da audiência das grandes redes de TV dos EUA graças à introdução da Internet e de outras tecnologias que oferecem mais opções de informações e entretenimento do que a TV aberta. Nos anos 90, as audiências da NBC, ABC e CBS somaram menos de 50 por cento da audiência pela primeira vez, depois de garantirem índices de até 90 por cento dos lares norte-americanos durante 40 anos.

A concorrência às grandes redes seria efeito de uma terceira transformação radical da mídia. Seguindo a fase de predominância do suporte papel com a contribuição da energia do vapor, e a proliferação das tecnologias baseadas em

¹⁴⁸ Sebastião SQUIRRA, *Jornalismo Online*.

¹⁴⁹ *Ibid.*, pp. 89-91

ondas eletromagnéticas, a tendência aponta agora para a informática na mídia, o que provocaria as seguintes situações:

- o computador agora é o módulo para todas as formas de produção da informação: som, vídeo e impressos;
- há uma reestruturação dos serviços de mídia antigos e a criação de um novo grupo de serviços;
- as linhas tradicionais entre um veículo e outro se desagregam ao compartilharem um módulo computadorizado comum (fax são jornais, cds são livros, satélites são tv);
- surgem novas oportunidades operacionais de produção.

Além da convergência de diversas mídias, proporcionada pela digitalização e pela introdução do computador, a mídia ainda enfrenta o desafio de adaptar-se a uma veloz proliferação de equipamentos e novas possibilidades de transmissão de informações. Uma das estratégias desenvolvidas nesse contexto, segundo Dizard Jr., é a elaboração de produtos-grife capazes de serem veiculados e consumidos em várias mídias disponíveis. Com o objetivo de levar vantagem sobre concorrentes que utilizam apenas uma mídia, a Disney, por exemplo, cria produtos capazes de serem comercializados num esquema multimídia: filmes, televisão, produções teatrais, parques temáticos, livros, revistas, brinquedos, etc.¹⁵⁰ Essa forma de produção/comercialização de produtos midiáticos, utilizada há 60 anos pela Disney, agora é uma forte tendência do mercado norte-americano.

¹⁵⁰ Wilson DIZARD JR., *A nova mídia*, p. 33.

Outra estratégia identificada pelo autor entre as empresas de mídia na atualidade é a fusão de negócios. Uma das maiores no mercado dos Estados Unidos até agora foi a do provedor America on Line (AOL) - o maior do mundo com 10 milhões de assinaturas, em 1998 - com a Time Warner, ocorrida em janeiro de 2000. A nova AOL/Time Warner estava então avaliada em US\$ 350 bilhões, em valor acionário, e tinha um faturamento de US\$ 30 bilhões por ano. A fusão foi a primeira a unir uma empresa da nova mídia com outra de mídia tradicional. As fusões também se deram na área específica da tecnologia, como a da Tele-Communications Inc. (TCI), maior proprietária de sistemas a cabo dos EUA, e a AT&T, líder na instalação de circuitos de fibra ótica, em 1998. Um ano depois, a AT&T fez acordo com a Time Warner Inc. para fornecer serviços de telefone e Internet aos 20 milhões de domicílios locais clientes da Time Warner.

Enquanto cresce em volume e audiência, a nova mídia compartilha o mercado com formas tradicionais. Esse fato é o responsável pelo surgimento de três padrões emergentes na mídia. A mídia tradicional, que ainda mantém um grande alcance de audiência e ocupa um lugar importante na definição de produtos de mídia. A “mídia de massa eletrônica de última geração”, que se instala aos poucos, aproveitando a nova configuração tecnológica e as novas possibilidades de veiculação de informação e entretenimento. E a mídia mais pessoal, compartilhada por grupos de pessoas com interesses comuns, profissionais ou individuais (as salas de bate-papo e os sites pessoais, por exemplo).¹⁵¹

Essa última tendência, predominante na teoria de Lévy, é considerada por Dizard Jr. como potencial reorganizadora da mídia, ao se converter em uma tendência de massa (fragmentada em grupos, mas expressiva em número de usuários), oferecendo mais autonomia aos usuários em relação ao conteúdo acessado. A questão remete justamente à segmentação do público, uma tendência observada há tempos pelos estrategistas da mídia, mas pouco considerada ainda quando se fala em comunicação de massa.

¹⁵¹ Ibid., pp. 256 e 257

A segmentação não se dá apenas por uma questão mercadológica. Como percebe Castells¹⁵², “as mensagens não são apenas segmentadas pelos mercados mediante as estratégias do emissor, mas também são cada vez mais diversificadas pelos usuários da mídia de acordo com seus interesses, por intermédio da exploração das vantagens das capacidades interativas³⁹”.

A segmentação do público pode se dar também pelos condicionamentos sociais, como no caso dos públicos étnicos, como identificado por Dizard Jr. em algumas regiões dos EUA. Em Washington, por exemplo, há cinco jornais semanais em espanhol para atender imigrantes hispânicos. A mesma cidade tem uma rede de veículos dedicada aos coreanos: cinco jornais diários, três semanais, três estações de rádio e duas unidades de produção de TV.

Obviamente, o mercado tem interesse na segmentação do público. Ainda nos Estados Unidos, as publicações de interesse específico superam jornais, revistas e livros de interesse geral. Edições especiais de jornais e vendas de revistas por CEP são dois exemplos de estratégias mercadológicas de segmentação do público.

5 Webjornalismo: uma prática em construção

É nesse contexto tecnológico, cultural e mercadológico que surge o jornalismo on line e sua versão mais integrada à Internet, o web jornalismo. A prática deriva de iniciativas dos anos 60, quando o jornal norte-americano The New York Times disponibilizou seu conteúdo aos consumidores através de videotexto.¹⁵³ A iniciativa

¹⁵² Manuel CASTELLS, *A sociedade em rede*, p. 393. Castells, no entanto, alerta para a divisão do público no acesso às novas formas midiáticas em um grupo capaz e interagir com as capacidades da multimídia e outro propenso apenas à recepção de um número restrito de opções.

¹⁵³ Wilson DIZARD JR., *A nova mídia*, p. 59.

foi seguida por diversas outras organizações na década de 80 (Dow Jones – do Wall Street Journal-, McGraw-Hill e Reuters). Mas essas primeiras iniciativas de disponibilizar conteúdo através do meio eletrônico esbarraram em obstáculos como tecnologias inadequadas, produtos pouco atraentes e desinteresse do público.

Anos mais tarde, surge na França um dispositivo de informações eletrônicas que se fixou como meio: o Minitel. Administrado pelo governo francês, o dispositivo consiste em uma tela acoplada ao telefone, onde, inicialmente estavam disponíveis serviços como meteorologia, horóscopo e cotações financeiras. O Minitel teve o leque de assuntos ampliado e acabou por incorporar a World Wide Web.

Nos Estados Unidos, os jornais impressos foram os primeiros veículos de comunicação de massa a participarem da Internet. Aproveitando-se do uso de computadores na produção e edição de textos nas redações, a partir da década de 80, os jornais começavam nesta época a preparar o caminho para a veiculação de notícias on line. Outra vantagem dos jornais em relação a outras mídias na primazia do uso da rede mundial de computadores foi o fato de que o suporte tecnológico fosse, no início, mais adequado à transmissão de textos, documentos menos “pesados” do que ilustrações, sons ou imagens, e já veiculados eletronicamente através de videotexto. Assim, os jornais, que vinham perdendo terreno na velocidade da transmissão de informações para os meios eletrônicos, tendo mesmo sofrido influências na sua apresentação e no conteúdo das informações por causa disso, perceberam uma oportunidade de revitalizar-se com a Internet.

O primeiro jornal a utilizar a Internet para disponibilizar conteúdo foi o *The New York Times*, de acordo com Dizard Jr.¹⁵⁴ Através do New York Times Information Bank, o jornal passou a oferecer resumos e artigos completos de fatos atuais e de arquivo, a partir da década de 70. Outra iniciativa pioneira foi a do *Columbus Dispatch* que, em 1980, disponibilizou todo o conteúdo da edição impressa na rede para ser acessado mediante o pagamento de uma taxa, usando a

¹⁵⁴ Ibid., p. 234.

rede de dados CompuServe. Outro veículo a utilizar a CompuServe foi o USA Today, com ênfase na informação esportiva. Em 1994, o *San Jose Mercury News* começa a disponibilizar seu conteúdo na WEB. Outros veículos optam por formar grupos para a veiculação de informações on line. É o caso de dois jornais da Filadélfia, o *Inquirer* e o *Daily News*, que, em 1995, formaram um serviço regional de notícias junto com o *Newark Star-Ledger* e o *Jersey City Journal*.

A partir dessas iniciativas, a prática do jornalismo on line disseminou-se: de 100 jornais com informações on line em 1995, nos Estados Unidos, a Internet passou a ter a presença de praticamente todos os diários de grande circulação norte-americanos apenas alguns anos mais tarde. Com acesso a conteúdo pago ou gratuito, os jornais trataram de buscar formas de atrair público e publicidade para os sites. A tarefa de auferir lucros, no entanto, está longe de ser cumprida a contento. Em 1999, a edição eletrônica do Wall Street Journal era uma das poucas a ter lucro nas operações on line, com mais de 250 mil assinaturas pagas.¹⁵⁵

A metade da década de 90, mais precisamente 1995, marca o início do jornalismo on line no Brasil. O pioneirismo coube à *Agência Estado* que disponibilizou seu conteúdo em fevereiro daquele ano. No mesmo ano, em maio, entra o primeiro jornal brasileiro na rede, o carioca *Jornal do Brasil*. Este também foi pioneiro na utilização do “tempo real”, a atualização de informações na rede independente da atualização das edições impressas do jornal, graças à colaboração da agência de notícias AJB. Outros jornais entram na rede a partir de 1995, entre eles *O Estado de São Paulo*, a *Folha de São Paulo*, *O Globo*, *O Estado de Minas*, *Zero Hora*, *Diário de Pernambuco* e *Diário do Nordeste*.¹⁵⁶

O primeiro jornal totalmente em tempo real do país e da América Latina foi o *Brasil Online*, com informações de agências de notícias (Folha, Reuters, Associated Press), e material produzido em sua redação. O veículo foi uma iniciativa do

¹⁵⁵ Ibid., p. 235

¹⁵⁶ Para um acompanhamento da entrada de jornais brasileiros e da América latina, ver levantamento feito em Luciana MOHERDAUI, *Guia de estilo web*.

Universo on Line, hoje um dos maiores provedores do sub-continente, e incorporou a linguagem multimídia propriamente dita, com a utilização de recursos como fotos, gráficos, animações, vídeo e áudio como complementos das informações jornalísticas. O *Brasil on Line* se transformou mais tarde em *Folha on Line*.¹⁵⁷

A criação de veículos noticiosos específicos para a Internet conheceu, ainda, outro marco no Brasil, em 2000, com a implantação do *Último Segundo*, ligado ao provedor iG, de acesso gratuito à Internet. UOL e iG eram, em 2001, os provedores mais acessados no Brasil. O UOL teve uma visitação de 6,1 milhões de usuários nos primeiros três meses de 2001.¹⁵⁸ O iG passou para a segunda posição em audiência na Internet brasileira (teve 1,8 milhão de visitantes únicos, em julho de 2001) depois de incorporar a empresa hpG, que oferece espaço para hospedagem de sites e fornece ferramentas para a criação de home pages (o hpG hospedava 540 mil sites em julho de 2001).

A relativa novidade da prática do jornalismo on line no mundo, e particularmente no Brasil, impediu até agora a formulação de critérios específicos para a captação, edição e veiculação de notícias nesse meio. O que há são tentativas de formatação de produtos atraentes, baseadas em pesquisas sobre o comportamento dos usuários da Internet, desde seus interesses principais até a forma como navegam na rede. A incorporação de novidades nos sites informativos é constante, assim como as reformulações de design e de conteúdo. Dar primeiro todo o tipo de informação que se adequa aos critérios jornalísticos convencionais, tem sido, porém, a prioridade.

O que se percebe, de um modo geral, analisando alguns dos principais sites jornalísticos brasileiros¹⁵⁹ é a veiculação de informações com três níveis de

¹⁵⁷ Ibid., pp. 22-23

¹⁵⁸ Jordan RAPHAEL, *Across The Universo Online*. In: <http://ojr.usc.edu/content/story.cfm?request=650>. Site do Online Journalism Review, da USC Annenberg.

aprofundamento, baseados nos intervalos de tempo para atualização dessas informações. As primeiras são as informações de atualização rápida. Estas provêm principalmente de fontes como agências de notícias e profissionais de outros veículos parceiros do site. Eventualmente são produzidas por equipes do próprio veículo on line. As informações de atualização rápida são editadas de acordo com a ordem de veiculação, isto é, as últimas que foram veiculadas são oferecidas em primeiro lugar nas listas de notícias. A atualidade é o único critério de avaliação do que seja uma notícia nas informações de atualização rápida. O ritmo de veiculação dessas informações varia de poucos segundos a alguns minutos, dependendo do veículo.

Há também nos principais sites de veículos informativos brasileiros as informações de destaque. Estas têm como fonte as informações de atualização rápida e equipes dos próprios veículos (estas utilizadas geralmente em coberturas especiais, como eleições ou grandes tragédias). Mesmo tendo como base, as informações de atualização rápida, quando se transformam em destaque, as notícias têm local próprio nos sites, geralmente logo no início das “páginas” da web. Nestes locais, elas permanecem por mais tempo (podem permanecer por várias horas, ou mesmo dias em algumas editorias). Os critérios de edição não se resumem à atualidade. Aqui são considerados os demais critérios jornalísticos de abrangência das notícias, repercussão, notoriedade das fontes, etc. Neste caso, a edição segue também um ritmo diferenciado, já que a troca das informações depende da chegada de outra capaz de ser avaliada, com vários critérios, de maior importância.

Há ainda nos veículos on line analisados, as matérias especiais. São as coberturas especiais ou matérias pautadas pelas equipes dos próprios veículos. As matérias e reportagens passam pelas fases de elaboração, produção, reportagem,

¹⁵⁹ O levantamento das informações foi realizado durante curso de pós-graduação em Novas Mídias (Universidade Regional de Blumenau - FURB), na disciplina de Jornalismo on Line, ministrada pelo autor deste trabalho, em novembro de 2001. Na ocasião, foram avaliados pelos estudantes os sites do jornal *O Estado de São Paulo* (www.estadao.com.br), *Folha on Line* (www.folha.uol.com.br/folha), o site do jornal *O Dia* (www.odia.com.br), *Último Segundo*

edição e veiculação de notícias semelhante ao que acontece com o jornalismo em outros veículos. Mas aqui são pensadas as características próprias do webjornalismo.

Finalmente, os veículos on line brasileiros que já mantinham outras versões de jornalismo, através de outros veículos também disponibilizam os textos, principalmente de veículos impressos. Estes podem ser as versões integrais dos textos do veículo impresso ou notícias selecionadas. De qualquer forma são adaptados para um tipo de texto mais compacto e com recursos que facilitem a leitura na web. Mesmo sendo originários de versões impressas, uma boa parte das notícias utilizam recursos da web (fotos, áudio, interatividade, principalmente).

O que se observa, portanto, nessa análise rápida, é que mesmo a velocidade de atualização, característica citada com frequência como essencial ao jornalismo on line, é variável entre os veículos. A Agência Estado¹⁶⁰, por exemplo, tem uma atualização média a cada 10 ou 15 minutos. O jornal *O Estado de São Paulo*¹⁶¹ mantém um ritmo ainda mais lento de atualização em sua versão on line. Ao mesmo tempo, este jornal oferece sua versão impressa na rede, com atualização diária. O jornal carioca *O Globo* oferece três ritmos de atualização em seu site¹⁶²: disponibiliza a versão impressa, com atualização diária; mantém um ritmo de atualização da versão on line em torno de algumas horas e oferece, em cada editoria, a opção de plantão, com atualização a cada cinco minutos.

As diversas modalidades de jornalismo on line, com diferentes critérios de seleção de informações, com maior ou menor ênfase na atualização dos veículos, na maior ou menos abrangência temática, exigem, de qualquer forma, novas habilidades dos profissionais do jornalismo. A integração da mídia digital no trabalho

(www.ultimosegundo.com.br), UOL / Últimas Notícias (www.uol.com.br/ultimasnoticias), Terra (www.terra.com.br) e site do jornal *O Globo* (www.oglobo.com.br)

¹⁶⁰ Ver site www.agemado.com.br

¹⁶¹ Ver site www.agemado.com.br

¹⁶² Ver site www.oglobo.com.br

é a base sobre a qual surgem novas exigências para o jornalista, além das clássicas de clareza, precisão, qualidade de texto e comportamento profissional ético. As mais comuns são:

- conhecimento técnico dos recursos para edição de imagens, textos e sons na WEB;
- conhecimento de língua estrangeira (preferencialmente inglês);
- caráter empreendedor para descobrir novos nichos de mercado e consolidar novos produtos informativos;
- iniciativa, autonomia e segurança;
- capacidade de decisão sob pressão.¹⁶³

Mais do que exigir novas habilidades do jornalista, o trabalho on line traz a presença de novos atores para a equipe de jornalismo: web-designers, programadores e especialistas em sistemas e em linguagens próprias para a Web. Com a Internet e suas possibilidades, abre-se toda uma gama de critérios inéditos na escolha de assuntos e das formas de veiculação de informações. Afinal, a linguagem multimídia (ou unimídia digital, como prefere Lévy) remete às amplas possibilidades do hipertexto.

O trabalho conjunto entre jornalistas e especialistas em web proporciona alternativas de formas de apresentação de notícias como:

¹⁶³ Elizabeth Saad CORRÊA, *A era do ciber jornalista*, p. 191.

- disponibilidade de espaço, através de conexões, para o tratamento diversificado e aprofundado da informação em seus vários aspectos;
- possibilidade de diversos níveis de informação (da mais superficial à mais aprofundada);
- apresentação da informação com recursos de texto, áudio, vídeo, gráficos e simulações;
- possibilidade de participação dos usuários nas discussões dos assuntos, através de enquetes, fóruns e salas de discussão;
- atualização constante das informações.

A literatura encontrada sobre o assunto no Brasil se resume a breves estudos de casos e a recomendação de práticas, baseada, principalmente, nos estudos das novas potencialidades do meio web para a divulgação de informações e entretenimento. Essa ausência de padrões fixos exige a realização de levantamentos de dados através de pesquisa para uma melhor análise do jornalismo on line em sua fase atual no Brasil. Foi isso o que fizemos no presente trabalho, investigando o funcionamento do *Último Segundo*, veículo informativo do provedor iG. Só em São Paulo, são 50 jornalistas que atualizam as informações a um ritmo frenético de uma nova notícia a cada 45 ou 60 segundos. Para tanto, o US utiliza várias agências de notícias e informações de parceiros em editorias específicas (esportes e economia). A prioridade absoluta pelo tempo real do US surgiu como tentativa de diferenciar o veículo no cenário informativo da Internet do país. O *Último Segundo* será analisado com mais detalhes no próximo capítulo.

CAPÍTULO IV

WEBJORNALISMO E MUDANÇAS NO JORNALISMO: UM ESTUDO DE CASO

A novidade da prática do webjornalismo no Brasil ainda é um obstáculo à realização de estudos sobre essa atividade nos meios acadêmicos. Também é uma dificuldade a mais em relação à metodologia a ser adotada. O estudo do jornalismo inclui duas divisões principais, a da produção e a da recepção das notícias, cada uma delas complexa o bastante para demandar diversas interpretações e proporcionar uma infinidade de possibilidades de pesquisas empíricas. Além disso, o jornalismo é atividade eminentemente social, o que implica na obrigação do pesquisador em considerar as mudanças sociais em seu estudo.

Para fazer frente a todos esse desafios, optamos por analisar algumas das formas como o jornalismo é considerado em sua significação social. Tentamos perceber, através de levantamento teórico, como a tecnologia, o capitalismo e as transformações culturais da atualidade estão a interferir no jornalismo e na própria sociedade. além disso, procuramos atualizar a teoria sobre o webjornalismo e sua

prática através de atividades acadêmicas e pesquisas bibliográficas e na Internet. Mas resta ainda optar por uma das duas principais vertentes no estudo do jornalismo para concluirmos a tarefa proposta neste trabalho.

Nossa opção foi pela produção das notícias. Através de uma observação participante e de entrevistas com jornalistas que trabalham em veículo criado especificamente para o webjornalismo, pretendemos esclarecer de que forma essa nova modalidade de jornalismo traz mudanças para o jornalismo desempenhado até agora. Com isso, pretendemos oferecer subsídios concretos para posteriores estudos e discussões sobre o webjornalismo, a partir da percepção de quem produz as informações. Neste capítulo, iremos relatar as observações feitas na pesquisa de campo em veículo on line. Também iremos explicitar os resultados de entrevistas feitas entre profissionais deste veículo. Os resultados da pesquisa de campo trazem para essa discussão a percepção que os profissionais do webjornalismo têm do trabalho que realizam e também as mudanças da sua prática em relação ao jornalismo impresso. Esta opção temática - e também a metodologia adotada neste estudo - tem se mostrado uma tendência nos estudos realizados sobre o webjornalismo no Brasil.

Já em livro, artigos de um grupo de pós-graduandos da Universidade de São Paulo mostram algumas realidades encontradas em veículos on line no Brasil¹⁶⁴. Em estudo sobre o provedor UOL, formado pela Folha de São Paulo e Editora Abril, Silva¹⁶⁵ revela que os 20 profissionais de jornalismo do Universo on Line trabalham tanto com a informação em tempo real como com outras enviadas por veículos, impressos e eletrônicos, parceiros e da monitoração de rádios e estações de TV. O tempo real fica restrito à estação Últimas Notícias. Em outros locais do portal, são disponibilizadas informações mais aprofundadas e analíticas.

¹⁶⁴ Dirceu F. LOPES, José C. COELHO SOBRINHO e José L. PROENÇA (orgs), *Edição em jornalismo eletrônico*.

¹⁶⁵ Ivani R. da SILVA, "Site" busca nova linguagem.

Outro caso estudado no programa de pós-graduação em Comunicação da USP é o da *Agência Estado*.¹⁶⁶ Com uma média de 170 informações a cada 24 horas, a *Agência Estado* dá prioridade às informações importantes, evitando as de pouca abrangência ou sem maiores conseqüências. De acordo com a importância e o desenvolvimento do assunto, o mesmo pode ser tratado por uma ou várias notas curtas, no caso da atualização em tempo real. As prioridades do noticiário da *Agência Estado* são os grandes fatos nacionais e internacionais. Nesses casos, a orientação é dar as informações antes dos concorrentes, logo depois da ocorrência dos fatos, independente do horário em que ocorrem. Doze jornalistas recebem informações de outros 300 espalhados pelo Brasil e por outros países, selecionam e publicam as informações.

De acordo com o objeto de pesquisa deste trabalho, definimos como nosso case o veículo *Último Segundo*, do portal de Internet grátis *iG*.¹⁶⁷ Considerado o carro chefe do portal, este jornal eletrônico foi criado em dezembro de 1999 e estreou na Internet em 09 de janeiro de 2000. Em pouco mais de um ano de existência, o *Último Segundo* ganhou o prêmio I-Best (espécie de Oscar da Internet brasileira) e se tornou o jornal on line de maior audiência no país. Com 50 jornalistas na redação de São Paulo, mais correspondentes no Rio de Janeiro, Brasília e Salvador, o *Último Segundo* tem como prioridade a veiculação de fatos variados e sua atualização o mais rápido possível. Esta estratégia de marketing e de posicionamento do veículo no mercado acaba por interferir na rotina de trabalho dos profissionais e oferece um bom campo de estudo para as tendências que se desenham no jornalismo on line brasileiro, principalmente no caso de atualização em tempo real.

¹⁶⁶ Walter Teixeira LIMA JR., *Agência Estado aposta na credibilidade do grupo*.

¹⁶⁷ O IG, Internet Group, é um provedor de acesso gratuito à Internet e mantém um portal horizontal, com diversas opções de informação, comércio e entretenimento. No Brasil, tem entre seus sustentáculos econômicos bancos de investimentos como o Opportunity e o GP Investimentos. O primeiro atua em várias concessionárias de telefonia do país (Tele Centro Sul, Telemig e Tele Norte Celular), entre outros ramos de investimentos. O segundo é uma agência de investimentos com atuação em diversas áreas (na Internet, atua com o iG, Sumarino, Mercado Eletrônico e IBest, entre outros negócios). Para maiores detalhes do iG ver o site www.ig.com.br. Recomendamos ainda a "navegação" no site do *Último Segundo* (ver www.ultimosegundo.com.br) para uma melhor compreensão das observações feitas neste trabalho.

Através das observações feitas durante visita à redação do veículo em questão e de entrevistas realizadas com jornalistas, iremos - neste capítulo - traçar o perfil do trabalho realizado na prática no *Último Segundo*.¹⁶⁸ Para um melhor ordenamento da exposição, optamos por seguir os passos das pesquisas de *newsmaking*, que abordam o trabalho jornalístico nas funções de captação, edição e veiculação de informações, bem como no conhecimento que os jornalistas têm do público ao qual se dirigem.

1 A Prática do Jornalismo on Line: o caso *Último Segundo*

A redação do *Último Segundo* tem sede em São Paulo. Lá trabalham cerca de 50 jornalistas e estudantes de jornalismo. Profissionais de jornalismo e estudantes estão divididos em redatores, repórteres, editores de canais, redatores-chefes e chefe de redação. Os redatores são responsáveis pela revisão e publicação de informações vindas de agências e da monitoração de outros veículos. Os repórteres desempenham funções semelhantes às de reportagem em outros veículos. Os editores de canais são os responsáveis pela seleção e edição das matérias em cada um dos canais e sub-canais. Os redatores-chefe são responsáveis pela escolha e edição das matérias que serão destaque na página principal do *Último Segundo*. O chefe de redação coordena todo o trabalho e também define os destaques da página principal¹⁶⁹.

A estrutura geral de organização lembra a de um veículo impresso, com editorias (chamadas canais) de notícias gerais (política, educação, religião, meio ambiente, sinopses da imprensa), mundo, economia, esportes, mundo virtual, cultura, bem estar, palavra do leitor e colunas. O veículo também trabalha com parcerias, disponibilizando para os leitores/usuários matérias de outros jornais, como por exemplo, do jornal *O Dia*, do Rio de Janeiro, ou do *New York Times*, de

¹⁶⁸ A visita ao *Último Segundo* foi realizada entre os dias 08 e 12 de julho de 2001. Foram feitas entrevistas com 14 profissionais do veículo.

Nova Iorque. Também estão disponibilizados sites como o da *Bloomberg* e o do *no*.(notícia e opinião). O *Último Segundo* funciona as 24 horas do dia.

A página principal do veículo traz de três a cinco matérias em destaque, com título, linha de apoio e foto. Algumas vezes, essas matérias vem acompanhadas de links para outras relacionadas ao mesmo assunto. A ordem dos destaques não é cronológica (as últimas em primeiro lugar), mas seguem critérios outros de edição. Embaixo dos destaques seguem as demais informações disponibilizadas por ordem de atualidade (as mais recentes em primeiro lugar), das últimas quatro ou cinco horas. À direita, na página, links para outros destaques do veículo, agendas de políticos e assuntos variados, além dos patrocinadores do jornal eletrônico.

Nos canais, a página principal tem entre quatro e seis destaques, que também não são editados com base no critério temporal. São informações específicas do canal. Abaixo estão localizadas as informações que são destaque nos outros canais e nos sub-canais (quatro), por ordem temporal (as mais recentes em primeiro lugar). Nos sub-canais, estão destacadas entre quatro e seis matérias por ordem de publicação temporal. A seguir, vêm as demais informações do sub-canal veiculadas nas últimas 36 horas. A direita, na página, há links para serviços em geral (universidades, links de sites oficiais e cotações de moedas e ações.)¹⁷⁰

¹⁶⁹ Para uma visualização das páginas do iG e do *Último Segundo*, ver figuras no Anexo 2.

¹⁷⁰ No início de 2002, o *Último Segundo* passou por uma reformulação editorial e gráfica. As principais alterações foram as seguintes:

- Reorganização dos canais. Permaneceram os canais de notícias gerais, mundo, economia, esportes, bem-estar, cultura, mundo virtual, ensino/vestibular, palavra do leitor, multimídia, fórum, caderno i, o Dia – Rio, NY Times e cidade biz. Os demais canais existentes anteriormente foram incluídos nos que permaneceram. Os canais passaram a apresentar uma manchete, quatro destaques e demais notícias do canal;
- Eliminação dos sub-canais;
- A lista de notícias dos canais passou a incorporar as informações de vários dias (mais de uma semana);
- Quando a notícia foi atualizada, há um aviso (selo) disso e o título é o mesmo da anterior;
- O sistema de busca foi aprimorado (através de parceria com o site www.radix.com), dando a opção de busca por notícias ou por páginas da Internet. No caso de notícias, traz as de vários veículos, com antecedência que chega a anos. Mas não há uma busca específica de informações no *Último Segundo*.

1.1 Pauta

As pautas são organizadas basicamente com o material que chega das agências assinadas e de outros veículos de informação. Entre as fontes mais consultadas estão:

- agências pagas (AJB, Investnews, Agência Brasil, Zapping, BBC e Deutsche Welle Brasil) e outras (Reuters e AFP);
- monitoração de rádio (CBN), TV (Globo News) e outros sites informativos (Agência Estado);
- fatos agendados para o dia;
- agenda de políticos;
- rondas em órgãos públicos;
- pesquisa em sites da Internet;
- fontes de repórteres e editores.

Eventualmente, são organizadas reuniões entre editores para a definição das pautas, mas isso não é uma prática periódica e varia de acordo com os responsáveis pelos canais. Na política, por exemplo, há, por vezes, reuniões de pauta semanais. Na economia, as reuniões são “informais”, isto é, dependem de iniciativas de repórteres e editores. Quando realizadas, essas reuniões de pauta definem as

possibilidades de número de matérias que podem render os temas a serem abordados e possíveis enfoques.

Nos casos de matérias especiais, faz-se um planejamento mais detalhado: além do número de matérias, há que se imaginar as fontes, os links relacionados com o assunto e a utilização de recursos próprios da Web. No caso do plantão da madrugada, as fontes consultadas para a pauta são, geralmente, polícia e bombeiros, contatos com jornalistas de outros veículos e checagem de informações de outros veículos. No canal mundo, além das agências assinadas, há parcerias com veículos como *The New York Times*, *Le Monde Diplomatique* e *Los Angeles Times Syndicate*.

O fluxo de informações dentro da redação se dá verbalmente ou através de mensagens via e-mail. A disposição dos profissionais, em torno de mesas que formam um retângulo com o centro vazio, facilita esse contato verbal.

1.2 Reportagem

O trabalho de reportagem é feito por repórteres e também pelos redatores. Estes são estagiários (estudantes de jornalismo), encarregados de procurar, processar e veicular informações que chegam através de agências de notícias assinadas pelo *Último Segundo*. O trabalho deles consiste em receber as informações, verificar a correção ortográfica do texto e disponibilizá-lo ao usuário. Frequentemente consultam editores para saber em que canal publicar determinada informação. Os redatores também fazem a monitoração de outros veículos, on line ou não, para atualizar o *Último Segundo* sobre algum tema que não tenha sido abordado. Quando não há dúvidas sobre o canal que vai receber a informação, esta é publicada diretamente pelos redatores, sem o conhecimento prévio de editores.

O trabalho de repórteres tem apenas algumas variações face o de outros veículos. Para começar, há uma tendência ao acúmulo de várias tarefas sobre o repórter. Além da captação das informações, o repórter *do Último Segundo* também é responsável pela captação de imagens, através de fotos e de câmeras de vídeo. Também pode ser necessário captar entrevistas em áudio.

Outro diferencial em relação à reportagem é a necessidade de passar a informação para a redação o mais rápido possível. Isso requer o uso de equipamentos que permitam o envio do texto para a redação (as informações do US só podem ser atualizadas das redação de São Paulo e das sucursais, para evitar pontos de abertura para a ação de hackers). Geralmente o telefone é o meio mais utilizado pelos repórteres para isso. O texto, na verdade, é mais um apanhado de dados sobre o fato do que propriamente uma notícia já elaborada pelo repórter. Quando há a necessidade de envio de material mais elaborado, ou de fotos e sons, o repórter utiliza um laptop conectado à Internet (por telefone convencional ou celular).

O trabalho do repórter continua quando este retorna à redação. É o momento em que se pode complementar a informação com outros dados; aprofundar a notícia relacionando links ou outros textos e elaborar um texto mais preciso com a contextualização do fato para uma veiculação mais completa ao fim do dia.

Quando a fonte para as notícias está centrada na Internet, cabe ao repórter a pesquisa e a checagem das informações. Nesses casos, há uma maior preocupação com o texto, desde que esta não atrase a veiculação da informação. Em qualquer dos casos, o repórter tem mais autonomia do que em outros veículos em relação à publicação de sua matéria. As checagens dos editores são eventuais e geralmente feitas depois que a informação já foi veiculada.

1.3 Edição

A edição do material veiculado se dá durante todo o tempo, já que o US tem produção durante as 24 horas do dia. Os editores recebem a maior parte das informações através do trabalho dos redatores. Consultados sobre a conveniência de um destaque para determinado assunto, decidem de que forma a notícia será veiculada no canal. Os editores também são responsáveis pela organização hipertextual das informações no canal, decidindo se uma determinada notícia terá links relacionados e de que forma esses links serão disponibilizados (se junto à matéria ou à parte desta).

O trabalho de edição, no entanto, é mais compartilhado com os repórteres do que em outros veículos off line. Isso porque há uma necessidade de publicação rápida das informações, que seria prejudicada por eventuais discussões sobre a conveniência de veicular as informações de uma ou de outra forma. Ao mesmo tempo, como o repórter, por vezes, passa as informações por telefone, o trabalho de edição acaba por se transformar em um mero publicar as informações, sem critérios outros além da rapidez da publicação (os demais elementos da notícia são acrescentados mais tarde, como citado).

Há uma padronização em relação ao texto. O objetivo principal é facilitar a leitura. Normalmente, as matérias são constituídas de, no máximo, cinco parágrafos, cada um com cinco a sete linhas. Esses parágrafos são mais “visuais” do que propriamente gramaticais. Entre os parágrafos, há sempre uma linha em branco, que empresta mais leveza ao texto. Além dessa divisão dos parágrafos, o texto das notícias consiste em um título, uma linha de apoio, que resume o assunto ou apresenta um novo aspecto do tema, e o texto em si. Em relação ao texto, até mesmo os redatores acabam por editar as matérias. Quando as informações chegam fora do padrão do US, são eles que as põem dentro desse padrão.¹⁷¹

¹⁷¹ O trabalho de veiculação das informações de atualização rápida é auxiliado por formulários eletrônicos padronizados. Resta ao redator preencher os campos com dados como hora, fonte da notícia, canal e o texto propriamente dito.

Além dos títulos e das linhas de apoio, que também são enviadas para celulares que dispõem do serviço *WAP*, os textos contém, abaixo, links para outras matérias relacionadas ao assunto e para outras notícias. Ambas as alternativas apresentam as matérias em ordem de atualidade.

As matérias especiais também são realizadas. No segundo semestre de 2001, o Último Segundo estreou uma espécie de revista de fim de semana, o *Caderno i*, com matérias maiores e mais elaboradas do que as do dia-a-dia. Apesar de um maior tempo de preparação e de planejamento das matérias, estas não apresentam recursos próprios da Web em grande número. Muitas, aliás, são apenas maiores e mais ilustradas do que as matérias normais do veículo.

O trabalho de edição dos editores e dos redatores-chefe diz respeito principalmente à definição dos destaques e à atualização dos canais ou da primeira página. Esses profissionais também são responsáveis pela atualização do Último Segundo em seu espaço na “home” (página inicial) do iG. Durante o dia, há a permanência de notícias como destaques por várias horas (em alguns casos, o destaque de um canal pode ser do dia anterior). Mesmo assim, a cada duas ou três horas é preciso atualizar a apresentação desses locais de veiculação de informações, principalmente a primeira página.

Há também a definição da utilização de recursos próprios da Web para o enriquecimento das notícias. Os mais utilizados pelos editores no US são:

- links para áudio e vídeo (imagens ou sons relacionados com determinados fatos);

- links para galeria de fotos: é uma opção para quando uma notícia pode ser melhor ilustrada com fotos. Estas são disponibilizadas em outro local para não “carregar” muito o texto da informação.

- links com “target”, que abrem janelas menores junto ao local da informação, permitindo que sejam fechadas e o usuário permaneça no site;

- links para entrevistas completas publicadas por jornais, para sites relacionados com o assunto em questão para um maior aprofundamento do tema pelo usuário.

Nos casos de fatos que têm grande repercussão, a opção utilizada é o “hot site”. São sites temporários, que trazem informações detalhadas sobre o acontecimento, outros recursos de informação próprios da Web, material de arquivo e atualização do desdobramento do fato. É possível ainda abrir-se espaço para a manifestação dos usuários (ver item sobre interatividade, a seguir). Os *hot sites*, assim como outros recursos próprios da Web, exigem a presença de *webdesigners* e programadores junto aos jornalistas. São esses profissionais que vão criar alternativas próprias da confecção de home pages. No *Último Segundo*, a elaboração e execução desses recursos fica à cargo do setor chamado “fábrica de sites”. Com um “briefing” passado pelos jornalistas, os *webdesigners* fazem a distribuição das informações nas páginas do hot site e compõem seus outros elementos. Aos programadores cabe estabelecer as conexões necessárias ao funcionamento dos recursos do “hot site”.

1.4 Veiculação e Interatividade

A veiculação das informações on line tem na interatividade uma de suas principais características (pelo menos em teoria). Por isso, é preciso sempre

estimular a participação do leitor/usuário no sentido de o mesmo integrar-se ao veículo, através da participação. São vários os recursos utilizados para este fim. Um deles é o bate-papo. Nessa modalidade de interatividade, há a disponibilidade de um espaço de interação entre usuários. O estímulo para isso pode ser uma notícia do veículo ou a conveniência de se estabelecer uma discussão sobre fato da atualidade. Os bate-papos podem ou não ter um mediador. No *Último Segundo*, há bate-papos diários à disposição dos leitores/usuários.

Os fóruns são outra modalidade de interatividade com o leitor. São opiniões enviadas por leitores e disponibilizadas em determinado espaço à leitura de outros usuários. Normalmente o fórum tem como fonte uma informação e está atrelado à ela através de um link indicativo. As opiniões são acrescentadas ao fórum à medida que vão chegando, sem mediação. A sugestão do assunto do fórum parte da redação do *Último Segundo*. Em média, são disponibilizados dois fóruns de discussão por dia.

Há ainda a possibilidade de participação do leitor em enquetes. Estas estão relacionadas com fatos atuais, permitem votação e o acompanhamento do resultado parcial. No *Último Segundo*, as enquetes são elaboradas através de uma parceria com o canal *Diga-me*.

Um projeto de participação ainda mais intensivo na própria linha editorial do *Último Segundo* foi o do leitor-repórter. Implantado em maio, o projeto ainda passava por ajustes em julho. O objetivo é que os próprios leitores/usuários enviem notícias para a redação para que sejam publicadas. Há a possibilidade, inclusive, da publicação de fotos junto aos textos. Além da integração do leitor com o veículo, o projeto serviria para que o US conseguisse informações exclusivas e inéditas, graças ao aumento das “fontes” de informação. Mas o serviço parece não estar tendo uma boa aceitação. No dia 16 de novembro de 2001, haviam três “reportagens” de leitores no sub-canal, a mais atual datada de 30 de outubro.

Informação específica é a proposta de uma news-letter, chamada *Boletim US*, mais um projeto de personalização e de participação do leitor na definição de seus assuntos de interesse e de suas formas de receber as informações. A newsletter do veículo permite que o usuário escolha o dia da semana e o horário em que prefere receber as informações por e-mail, além dos temas preferidos. O boletim traz as notícias do *New York Times*, do *Financial Times*, do site *Lancenet* e do jornal *O Dia*.

A recuperação de informações ainda é problemática no Último Segundo. O serviço de busca de informações específico do veículo permite a introdução de palavras-chave e traz uma lista das ocorrências. Mas não são referentes a notícias propriamente ditas. Muitas vezes, essas referências dizem respeito a opiniões dadas nos fóruns. Na pesquisa sobre “Marta Suplicy” foram listadas as referências à agenda da prefeita, que é publicada diariamente no US e não referências ao noticiário em si.

2 A Percepção do Trabalho on Line pelos Jornalistas

As tendências notadas através da observação participante foram complementadas pela percepção que os profissionais têm do seu trabalho. Isso permitiu a comparação entre o observado e o que é realmente feito com conhecimento de causa. As respostas possibilitaram uma aproximação mais precisa com o objeto de estudo: a prática do jornalismo on line em tempo real e sua inserção social.

As entrevistas foram divididas em sete questões. No total, foram entrevistados 14 profissionais das diversas áreas de atuação do *Último Segundo*, assim distribuídos: cinco editores de canais, quatro repórteres, três redatores e dois redatores-chefes. As respostas a cada questão permitiram a citação de mais de uma alternativa. Portanto, o percentual total de respostas ultrapassa os 100 por cento. À tabulação dos dados obtidos, segue-se de um breve comentário sobre cada questão abordada. O roteiro das entrevistas encontra-se no Anexo 1.

2.1 Os critérios de Importância da Notícia

Em resposta à primeira questão - Quais os critérios mais importantes na hora de decidir quais notícias serão veiculadas em um veículo jornalístico on line? - os entrevistados citaram 12 itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados:

Tabela 1

Os critérios de importância da notícia

Itens citados	Frequência (%)
Atualidade (tempo real)	57,1
Abrangência	28,5
Mesmos de outros veículos	28,5
Ineditismo do fato	28,5
Velocidade de veiculação	21,4
Interatividade	14,2
Repercussão	14,2
Prestação de serviço	7,1
Adequado ao hipertexto	7,1
Fato insólito	7,1
Que envolva conflito	7,1
Jornalismo investigativo	7,1

Há uma predominância do fator velocidade de atualização (57,1% dos entrevistados citaram o item) na percepção dos profissionais que trabalham em veículos on line, como fator diferencial de outros veículos. Apesar deste critério ser também um dos principais no jornalismo em geral, aqui ele ganha destaque quando relacionado à atualização em tempo real. Portanto, para os profissionais do *Último Segundo*, a atualização frequente é definidora do que deve ser ou não considerado notícia. A mesma preocupação com a velocidade como critério de notícia aparece novamente na “velocidade de veiculação”, onde a notícia é o que pode ser rapidamente veiculado.

Uma outra observação diz respeito à interatividade como critério de notícia. Esse item não faz parte dos critérios considerados no jornalismo em geral. Ainda que possa ser interpretado como capacidade de repercussão de um fato, a interatividade no jornalismo on line é considerada como um retorno efetivo do leitor/usuário ao veículo e não apenas como possibilidade de influência da notícia na vida do leitor.

A adequação da notícia às possibilidades do hipertexto não figura como um critério importante de valorização da notícia nesse item específico.

2.2 Vantagens do Veículo on Line

Com relação à segunda questão - Quais as vantagens do veículo on line em relação aos outros (tendo como referência principal o veículo impresso)? – os entrevistados citaram 14 itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados:

Tabela 2

Vantagens do veículo on line

Itens citados	Frequência (%)
Maior velocidade para divulgar a informação	78,5
Recursos múltiplos de complemento de informações / hipertexto	42,8
Facilidade de consertar erros	28,5
Disponibilidade de acesso posterior da informação (arquivos)	28,5
Maior variedade de informação	21,4
Mais espaço para informação	21,4
Interatividade com o usuário	21,4
Maior facilidade de acesso à informação	21,4
Mais qualidade na informação	14,2
Tempo real	7,1
Linha editorial própria	7,1
Texto mais informal	7,1
Texto mais informal	7,1
Informação mais atraente	7,1

Novamente o fator velocidade é preponderante na definição do jornalismo on line, desta vez aparecendo na grande maioria das respostas sobre as vantagens

deste tipo de veículo em relação a outros (78,5%). Ainda que haja o reconhecimento de que outros veículos podem veicular informações mais rapidamente do que os on line, isso é considerado mais em relação ao número de profissionais trabalhando em determinados assuntos do que em relação a uma característica própria destes veículos. A velocidade seria a essência do jornalismo on line.

A mesma velocidade, no entanto, reflete uma característica que é, na verdade, uma preocupação do profissional do jornalismo on line: o risco de erros nas informações. A correção dos erros encontra, ao menos, possibilidades também rápidas. O que normalmente acontece é que os fatos vão sendo atualizados em seus desdobramentos e também em suas contradições durante o decorrer do tempo. Como a informação mais válida é a mais recente, é esta que deve contar tanto para o profissional quanto para o leitor/usuário.

Outra característica própria do jornalismo on line, citada como vantagem, é a capacidade de complemento de informações através de recursos próprios da web. Este é um ponto caro para os profissionais do jornalismo on line, ainda que, por vezes, a velocidade (novamente) seja empecilho para a utilização desses recursos como complementos de informações. O recurso mais utilizado é o de indicar links com outras informações relacionadas ao assunto, existentes no próprio *Último Segundo*. Se os recursos do hipertexto não chegam a definir a importância de uma notícia no webjornalismo, ganham preponderância como vantagem desse veículo sobre outros.

A viabilização de arquivos facilmente acessíveis aos leitores/usuários também ganha destaque quando o assunto é vantagens sobre outros veículos. Mas há neste caso, mais uma vez, uma contradição entre teoria e prática. O *Último Segundo* ainda não tem um sistema de acesso a informações anteriores eficiente para o leitor. Há o armazenamento de informações que ficam disponíveis para os jornalistas. Mas ainda está em elaboração um sistema de acesso para os leitores/usuários. Uma das primeiras iniciativas nesse sentido é a disponibilidade de edições anteriores da revista de fim de semana do *Último Segundo*.

A interatividade cresce um pouco em importância quando o assunto é vantagens do jornalismo on line, comparada com o critério de valorização da notícia. Mas esse item será tratado em separado mais adiante.

2.3 Desvantagens do Veículo on Line

Quando questionados “Quais as desvantagens do veículo on line em relação aos outros (tendo como referência principal o veículo impresso)?” os entrevistados citaram 17 itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados.

Tabela 3

Desvantagens do veículo on line

Itens citados	Frequência (%)
Falta de profundidade nas informações	64,2
Maior risco de erros	35,7
Perda da informação pela velocidade da atualização	21,4
Desencontro de informações	21,4
Mais trabalho para o jornalista	14,2
A velocidade do trabalho	14,2
Falta de definição do público alvo	14,2
Menos qualidade do texto	14,2
Ausência de crítica e análise	14,2
Falta o “charme” do jornalismo impresso	7,1
Meio pouco prático para leitura	7,1
Perda da noção de tempo	7,1
Dificuldade para execução de matérias especiais	7,1
Falta de modelos	7,1
Incerteza sobre o retorno financeiro do investimento	7,1
Incerteza sobre o retorno financeiro do investimento	7,1
Falta de adequação da parte técnica	7,1
O “recortar-colar” tira a responsabilidade pela informação	7,1

A velocidade do ritmo de trabalho é percebida como problema direto por pouco mais de 10 % dos entrevistados (14,2% citaram o item explicitamente). Mas no levantamento geral, percebe-se que os maiores problemas observados em

relação ao trabalho no jornalismo on line decorrem justamente deste fator. A falta de profundidade das informações, por exemplo, se dá porque não há tempo para aprofundá-las. É característica do veículo on line a publicação das notícias o mais rápido possível. Ainda que os profissionais tenham a consciência de que a informação pode ser complementada (e corrigida) no decorrer do trabalho, eles percebem a carência dos elementos contextualizadores da informação, se comparada com as informações de veículos em que o ritmo de veiculação é mais lento.

São decorrentes da alta velocidade da veiculação de informações ainda o maior risco de erros (por falta de tempo de apuração das informações); o desencontro de informações (quando os redatores, por exemplo, veiculam informações contraditórias de fontes diferentes sem checagem); e a perda das informações no fluxo contínuo e veloz de informação (o que reflete também a ausência de um sistema de recuperação de informações mais adequado para o leitor/usuário).

2.4 O Significado da Atualização em Tempo Real para o Veículo

Manifestando-se sobre o significado da atualização em “tempo real” para um veículo on line, os entrevistados citaram 10 itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados:

Tabela 4

O significado da atualização em tempo real

Itens	Frequência (%)
Identidade do veículo perante o público	35,7
Consolidação do veículo no mercado	28,5
Vitória contra a concorrência	21,4
Dá credibilidade ao veículo	14,2
É um padrão de qualidade	14,2
Atende necessidade de novidades do público	14,2
É a lógica da Internet	7,1
Significa informação valiosa (economia)	7,1
Atualização constante de informações	7,1
Inovação	7,1

Neste caso, ainda há muita incerteza dos profissionais sobre a utilização do tempo real no jornalismo on line. O que é claro para os profissionais do *Último Segundo* é a proposta do veículo em relação à atualização em alta velocidade das informações. Esse fator é básico tanto para a identidade do veículo frente ao público como para a diferenciação do mesmo perante o mercado. Esses são os itens mais citados na entrevista. Afirma-se aqui a característica específica do veículo on line diante dos demais: a atualização em tempo real dos fatos jornalísticos.

A consideração de necessidades específicas do público só aparece em 14,2% das respostas, sendo, portanto, um aspecto menos importante da definição do “tempo real” de atualização de informações.

2.5 O Significado da Atualização em Tempo Real para o Público

Os entrevistados citaram oito itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados:

Tabela 5

O significado da atualização em tempo real para o público

Itens	Frequência (%)
Permite acesso a informações importantes (serviços)	42,8
Atende a expectativas de informação	42,8
Significa atualização	28,5
É uma opção de informação a mais	21,4
Facilidade na leitura	7,1
Significa acesso a informação estratégica	7,1
Para a maioria, não faz muita diferença	7,1
Significa orientação com rapidez	7,1

O nível de percepção da necessidade de informações em tempo real pelo público é baixo. Os itens mais citados não chegam a 50 % das respostas dos entrevistados. Foi o item da pesquisa que os profissionais tiveram mais dificuldade

em responder. A maior certeza diz respeito a que a informação em tempo real ganha em utilidade quando se refere à prestação de serviços, isto é, quando dá informações sobre fatos que permitem ao público decidir sobre ações. Isso acontece, por exemplo (citado pelos entrevistados) quando há a notícia de um engarrafamento em determinada via da cidade, o que faz com que o leitor/usuário decida retardar a viagem ou tomar um outro caminho para evitar perda de tempo. No mesmo sentido, as informações econômicas são consideradas estratégicas para investidores.

Neste item também aparece a percepção dos jornalistas sobre uma demanda por informações constantemente atualizadas por parte do público, ainda que o conhecimento desse público seja pequeno (ver item 2.3, acima). Essa percepção, portanto, é mais intuitiva, baseada mais na experiência dos profissionais do que propriamente em pesquisas de mercado ou pesquisas científicas.

A opção de uma fonte de informações a mais que possibilite ao leitor/usuário a atualização é considerada como utilidade do veículo on line. Neste caso, a vantagem é para pessoas que estejam em ambientes onde não há acesso a outros veículos de informação (trabalho, por exemplo).

2.6 O Relacionamento do Público com o Jornalista

Com relação a como se processa o relacionamento do público no jornalismo on line (em relação ao jornalismo impresso), os entrevistados citaram oito itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados.

Tabela 6

O relacionamento do público com o jornalista

Itens	Freqüência (%)
Há mais facilidades de interação	57,1
Há maior participação do leitor/usuário	28,5
A interatividade é mais rápida	28,5
A interatividade ainda é pouco explorada	21,4
Interatividade mais personalizada	7,1
Participação através de pesquisas	7,1
Há mais críticas às matérias	7,1
O público é diferente	7,1

A percepção de que a interação entre jornalista e público é facilitada no veículo on line se dá pelas próprias características técnicas de conexão entre as partes na utilização do veículo. Para que esteja utilizando o veículo, o usuário deve estar conectado à Internet. Esta se torna o ambiente comum de presença para o leitor e o usuário. O recurso do e-mail, por exemplo, só exige a disposição para que o usuário escreva uma mensagem para o jornalista. No caso de outros veículos off line, o leitor ou telespectador precisa deslocar-se até o telefone ou ter a disposição de escrever uma carta e postá-la no correio, esperando a resposta por um período de tempo maior.

Mas há quem considere que a interatividade ainda pode ser mais explorada no veículo. Essa percepção parte, principalmente, dos redatores, que, com um ritmo intenso de trabalho e sem assinarem as informações que veiculam, não têm tantas oportunidades de um contato mais personalizado com o leitor/usuário.

2.7 Características Exigidas de um Jornalista para o Trabalho em Veículo on Line

Para essa questão, os entrevistados citaram 17 itens. Seguem os itens e o percentual que atingiram nas respostas dos entrevistados.

Tabela 7

Características exigidas para o trabalho em veículo on line

Itens	Frequência (%)
Agilidade (rapidez) na execução de tarefas	64,2
Domínio da tecnologia	35,7
Pensar multimídia	28,5
Versatilidade (técnica e temática)	28,5
Bom texto	21,4
Capacidade de trabalho	21,4
Conhecer recursos de pesquisa na Internet	21,4
Capacidade de trabalhar com fatos imediatos	21,4
Percepção do trabalho como contínuo	7,1
Atenção	7,1
Criatividade	7,1
Atualização	7,1
Iniciativa	7,1
Curiosidade	7,1
Interesse	7,1
Bom senso	7,1
Ética	7,1

Nesta questão, percebe-se que há a consciência clara de novas habilidades necessárias para o desempenho da função jornalística em um veículo on line. Sinal disto é que habilidades típicas do jornalismo em geral são citadas por poucos profissionais entrevistados: atenção, criatividade, iniciativa, curiosidade, bom senso e ética. Uma exceção é o item “bom texto”, citado por 21,4% dos entrevistados.

As capacidades técnicas ganham importância quando o assunto é jornalismo on line. O domínio da tecnologia e a capacidade de lidar com vários equipamentos (versatilidade técnica) aparecem entre os itens mais citados. Conhecimento que também vai servir para a realização de um trabalho adequado em relação ao aproveitamentos dos recursos próprios da web para o jornalismo.

Mas a preocupação preponderante, novamente, diz respeito à capacidade de trabalho sob o domínio da velocidade. De nada adiantariam as demais qualificações do jornalista se não fosse este capaz de executar as tarefas que lhes exigem num tempo mínimo e num ritmo de extrema velocidade.

3 A Prática na Teoria

A entrevista realizada com os profissionais que trabalham em veículo de jornalismo on line mostra em seus resultados algumas mudanças na rotina do trabalho no webjornalismo quando comparada com a do jornalismo convencional (principalmente o impresso). Também a observação participante revela as formas em que as diversas etapas do trabalho jornalístico são influenciadas pelo jornalismo on line. Além disso, tanto uma como outra permitem relacionar o jornalismo em sua inserção social, ainda que seja através de tendências observadas. São essas mudanças e tendências que serão analisadas agora.

Por uma questão de organização metodológica, iniciamos com as mudanças mais perceptíveis no campo do jornalismo (no fazer jornalístico). A seguir, apontaremos como as três condições que serviram de base para a análise do jornalismo (capitalismo, cultura e tecnologia) influenciam essa prática no webjornalismo e sua prioridade pela velocidade. Por fim, faremos algumas considerações sobre o webjornalismo diante das teorias discutidas no capítulo dois.

3.1 Webjornalismo e Alterações no Campo do Jornalismo

As alterações da rotina do jornalismo no webjornalismo já foram citadas no relato da observação participante e também nas observações sobre a pesquisa realizada com os jornalistas. Resta, no entanto, analisar as características preponderantes do webjornalismo, baseadas na velocidade da veiculação das informações.

A velocidade, como se observou, adquire importância predominante como critério de valorização da notícia e, por consequência, da afirmação do webjornalismo como meio informativo. É a atualidade do jornalismo impresso que ganha velocidade a ponto de esta ser a definidora da notícia. Com o aumento do espaço para a divulgação de informações e a noção de tempo real, o webjornalismo virtualiza a informação sobre os fatos importantes do mundo. A impressão disseminada por essas características é a de que tudo o que merece virar notícia estará em veículos jornalísticos on line no momento em que ocorrer o fato. Isso torna o webjornalismo a primeira fonte de consulta das pessoas interessadas em informações novas e inéditas.

O webjornalismo tem como principal objetivo tratar dos fatos em sua singularidade - como o jornalismo convencional - acrescentando-se a esta a ênfase na instantaneidade. Essas são as prioridades em detrimento dos textos interpretativos e opinativos. Mesmo com maior espaço disponível para a abordagem dos fatos do que

outros veículos e de recursos próprios da web, é essa a prioridade. Ainda que compartilhe essa característica com o jornalismo impresso, no webjornalismo é reafirmada de forma radical a observação de Adelmo Genro Filho sobre a preponderância da singularidade dos fatos, que nega o particular e o universal¹⁷². É possível afirmar que a própria singularidade do fato é fragmentada na medida em que este é atualizado no decorrer do tempo, exigindo, para ser assimilado pelo receptor/usuário, que este percorra as listas de notícias fazendo a reconstituição da singularidade. A outra opção do usuário é aguardar que o fato de seu interesse seja considerado destaque por um editor e ganhe uma versão complementar no decorrer do dia – opção que implica em abrir mão da velocidade da atualização do veículo on line.

A ênfase na velocidade e na singularidade dos fatos torna o fazer jornalístico próximo da visão de Ciro Marcondes Filho em relação a sua crítica do jornalismo da Quarta Transformação¹⁷³. Há a necessidade de priorizar aspectos técnicos sobre a capacidade investigativa; há a transformação de processos, como na relação entre editores e repórteres (e a inclusão de redatores); há uma tendência ao empobrecimento da linguagem, se bem que seria mais correto afirmar que há uma redução do tamanho dos textos em geral; há, ainda, o risco de transformar o jornalista num consolidador de informações.

Não que o webjornalismo seja infenso a um trabalho de investigação e apuração mais cuidadoso por parte do profissional. Isso é observado no trabalho jornalístico em geral, na etapa da reportagem principalmente, e também na origem de muitas informações que são veiculadas em veículos on line. Seja em matérias vindas de profissionais de outros veículos, seja nas que provêm de agências noticiosas, todas têm, em tese, a investigação e a apuração como elementos constitutivos. A busca de informações, a checabilidade e a objetividade típica-ideal, afinal, fazem parte da reportagem.

¹⁷² Adelmo GENRO FILHO, *O segredo da pirâmide*.

¹⁷³ Ciro MARCONDES FILHO, *Cenários do novo mundo*.

O que ocorre é que o grande volume de informações recebidas pelos profissionais do webjornalismo e a necessidade de veiculação imediata das mesmas impede esse trabalho de investigação e checagem nos próprios veículos on line, na maioria dos casos – veja-se, por exemplo, a veiculação de 70% das informações do *Último Segundo* feita pelos redatores com uma simples revisão gramatical, e ainda assim com o uso de um editor de textos.

Como algumas fontes de informação mais organizadas ou influentes têm maior acesso aos veículos de comunicação e agências noticiosas, há um risco maior de privilegiá-las em detrimento de outras. Da mesma forma, a freqüente ocorrência de informações contraditórias ou repetidas, citada pelos profissionais do webjornalismo nas entrevistas, depõe contra uma atividade jornalística exercida com qualidade.

3.2 Webjornalismo e Capitalismo

O jornalismo sofreu a influência do modo de produção capitalista durante praticamente toda a sua história. A partir da organização das empresas jornalísticas e da formatação industrial das atividades destas, esse relacionamento se tornou mais estreito. Informar passou a ser uma atividade com o objetivo do lucro e da ampliação do mercado diante da concorrência. Os movimentos que o capitalismo tem realizado para superar suas crises têm sido observados também no webjornalismo.

Assim ocorre com o aumento da velocidade da circulação das informações jornalísticas como forma de acelerar o retorno do capital investido nas estruturas produtivas (equipamentos e pessoal). A aceleração se mostra na noção de tempo real, em que o fato é veiculado no menor espaço de tempo possível a partir de sua ocorrência. O termo insinua que o fato é veiculado no momento mesmo em que

ocorre, mas isso faz parte mais de uma intenção publicitária do que o que ocorre na grande maioria dos casos.

O processo contínuo de veiculação de informações também é estratégico do ponto de vista do capitalismo. O receptor/usuário das informações não precisa esperar por uma determinada periodicidade na divulgação de notícias. A qualquer momento que conectar-se a um veículo on line estará recebendo informações atualizadas. Mesmo sem estar conectado, a virtualização da atualização, própria do webjornalismo, dá a impressão dessa possibilidade ao usuário.

A essa compressão temporal, nos termos de Harvey¹⁷⁴, junta-se a compressão espacial. Os fatos veiculados não respeitam mais as fronteiras geográficas ou políticas. Afinal, há uma rede mundial de computadores conectados, aproximando os diversos povos e países. Independente dos interesses particulares de cada receptor/usuário, o leque de informações disponíveis abrange todo o globo. Uma tendência também do capitalismo, ou, em outros termos, da mundialização do capital, especificamente do capital financeiro na atualidade⁵⁶.

A compressão espaço-tempo no webjornalismo empresta a esta atividade as características da instantaneidade e descartabilidade conforme analisadas por Harvey em relação à sociedade de consumo. É o que se percebe em relação a grande parte das informações veiculadas e que simplesmente são eliminadas das listas de notícias em prazo determinado (nos canais e sub-canais do *Último Segundo*, por exemplo). Isso acontece com todas as informações que não viram destaques – mas mesmo com as outras, quando são substituídas por outros destaques no decorrer do tempo. Assim, a realização do virtual é diferente a cada nova informação veiculada, o que revela que os fatos mais importantes do mundo são diferentes a cada 30 ou 50 segundos. Ao mesmo tempo, o fato importante de

¹⁷⁴ David HARVEY, *A condição pós-moderna*.

⁵⁶ Para um maior desenvolvimento desse tema, ver François CHESNAIS, *A mundialização do capital*.

algumas horas atrás parece, superado por tantos outros e, por vezes, jamais será conhecido de um imenso número de indivíduos mundo afora.

Entre as empresas que integram o webjornalismo, há duas tendências contrárias na tentativa de se consolidarem no mercado. A primeira é a expectativa de superar a concorrência através de estratégias de marketing e de produção e venda de informações. No caso estudado do *Último Segundo*, a estratégia de marketing se revela na preponderância de veicular em primeira mão todos os fatos jornalísticos possíveis. A estratégia está clara para os profissionais do veículo, como revelaram as entrevistas. O cumprimento dessa meta estratégica ocupa boa parte dos esforços dos profissionais do *Último Segundo*, dos redatores aos editores, passando pelos repórteres. E encerra uma contradição: veicular em primeira mão, para esses veículos, pode significar, na verdade, inserir em sua lista de notícias informações de agências e veículos parceiros, portanto, informações de segunda mão.

A segunda tendência observada no mercado é a realização de parcerias – mais comuns no mercado brasileiro do que as fusões entre empresas nos Estados Unidos. O *Último Segundo*, por exemplo, tem parcerias com empresas de informações específicas: *Lancenet*, nos esportes; *Bloomberg* e *Investnews*, na economia; no., na análise e comentário dos fatos; *O Dia*, no noticiário popular no Rio de Janeiro.

3.3 Webjornalismo, Tecnologia e Cultura

Partindo dos pressupostos teóricos avaliados anteriormente, falar de tecnologia é também fazer referência a cultura. Na crítica dos intelectuais do Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt, a cultura é prejudicada e adulterada pela técnica. Na análise da tecnologia da inteligência informática, por outro lado, técnica e cultura estão imbricadas na sociedade, numa relação de influência mútua. Ainda de acordo

com os propósitos deste trabalho, analisamos os dois elementos conjuntamente em suas implicações para o webjornalismo.

Sem dúvida, o desenvolvimento da informática e sua crescente disseminação na sociedade, graças ao acréscimo de interfaces facilitadoras do uso de computadores pessoais, trazem possibilidades novas de geração, armazenamento, processamento e comunicação de informações. Essas possibilidades dizem respeito, principalmente, à conexão de indivíduos e grupos de acordo com interesses específicos e com a capacidade imensa e crescente de dados e de contatos na Internet, com acesso simplificado. Esse fato em si gera também possibilidades de novos intercâmbios, mais ou menos intensos, mais ou menos capazes de transformar a vida dos indivíduos e a sociedade em geral.

Individualmente, as possibilidades da conexão via web variam de uma simples busca por informações, notícias, diversão, fontes científicas, etc., até a experiência de uma outra personalidade, ou melhor, de aspectos da personalidade dos indivíduos, como o demonstram os estudos de Shelley Turkle¹⁷⁵. É o grande número de alternativas oferecidas pela conexão mundial dos computadores, entre as quais ainda devem ser citadas a busca pelo sexo virtual e pela pornografia, a formação de novos grupos de relacionamento por contatos iniciados em *chats* e outros sistemas de contatos via web, a pirataria praticamente sem controle e a ação de *hackers*, espécie de terroristas cibernéticos.

Há que se considerar neste aspecto das possibilidades individuais de ação na web, a superficialidade e a gratuidade de muitas dessas conexões. Uma visita a salas de bate-papos revela uma série de interações anônimas simultâneas, muitas delas flertes e tentativas de conquistas destinados a permanecerem no ciberespaço, isto é, sem a intenção de um contato pessoal posterior. Mesmo em bate-papos com políticos, como o realizado com o governador Anthony Garotinho, do Rio de Janeiro, pelo jornal *O Globo* on line em dezembro de 2001, as pessoas se identificam através

¹⁷⁵ Shelley TURKLE, *A vida no ecrã*.

de apelidos, apesar de muitos participantes terem feito perguntas “sérias” sobre as posições do governador em relação a assuntos variados.

A ressalva sobre a falta de “seriedade” das intenções dos cibernautas não deve revelar um preconceito a respeito de, quem sabe, um novo tipo de relacionamento entre os indivíduos, baseado no mascaramento da personalidade ou na diversão gratuita. Mas serve para que se pense nas influências da web sobre o jornalismo a partir de um público que busca a informação em veículos adaptados ou criados para atender à demanda pelo webjornalismo. Obviamente, as possibilidades individuais de navegação e suas características também devem ser consideradas por esses veículos, seja através da criação de espaços próprios para o atendimento dessa demanda, seja através da realização de reportagens sobre elas.

O segundo ponto a ser analisado sobre as novas possibilidades de interação via web é a crescente capacidade de armazenamento e processamento de informações, graças à informática. Essa questão envolve dois pontos de vista diferenciados, de acordo com as considerações teóricas consultadas. Uma delas diz respeito ao constante incremento de informações e conhecimentos em uma rede de conexões computadorizadas. A partir da teoria do hipertexto de Lévy¹⁷⁶, haveria a possibilidade da geração de conhecimento de forma coletiva, baseada na vontade (ou tendência moral, de acordo com o autor) dos indivíduos em sociedade em viver de forma harmônica. É a rede hipertextual, que não tem centro fixo e dificulta a manipulação de informações com o caráter permanente de sua construção. É deste tipo, se bem que em ambiente *off line*, a teoria de Martin-Barbero¹⁷⁷, quando este defende que, na verdade, são as interações sociais e as necessidades do público de massa que dão o formato e inspiram o conteúdo e a forma dos veículos de comunicação. Seria, portanto, a cultura popular a fonte do dinamismo social.

¹⁷⁶ Pierre LÉVY, *As tecnologias da inteligência*.

¹⁷⁷ Jesús MARTIN-BARBERO, *Dos meios às mediações*.

Tanto um autor como o outro reconhecem que há conflitos e problemas a serem enfrentados na sociedade. Mas assumem uma posição de que, com alguma alteração de ponto de vista da análise, essas contradições seriam superadas. Em Martin-Barbero, por exemplo, a consideração da dinâmica social a partir da cultura popular e sua capacidade de promover a interação entre ela e as culturas de elite e de classe média resolveria boa parte de preconceitos e contradições entre as culturas e o conteúdo dos veículos de comunicação.

Outra é a percepção da realidade de Castells¹⁷⁸. Apesar de tratar da sociedade em rede, este autor vez por outra considera o risco de que essa “rede parcialmente ubíqua” possa se transformar em um “sistema tecnológico com lógica própria”. O risco viria da possibilidade de processamento de informações cada vez mais abrangente e veloz. É a produtividade do sistema informacional, baseada na “tecnologia de geração de conhecimentos, processamento e da informação e comunicação de símbolos”. Ao mesmo tempo, Castells vê uma crescente “convergência de tecnologias para um sistema integrado”, o que ocorre graças à digitalização das mais variadas modalidades técnicas de comunicação e sua manipulação informática. Como a sociedade é desigual do ponto de vista econômico, há ainda o risco de incremento dessa desigualdade no novo paradigma tecnológico.

Trazendo para o ambiente de rede/sistemas as teorias dos intelectuais de Frankfurt, principalmente Marcuse, percebe-se que há um grande risco de manipulação das informações de acordo com os interesses das elites econômicas (e agora também tecnológicas). Mais do que isto, se todas as formas de geração de conhecimento, processamento e distribuição de informações e símbolos convergem para um sistema digitalizado de abrangência mundial, tem-se uma nova versão do domínio de uma formação social baseada no capital, na tecnologia e no poder de controle do sistema. Só que, agora, a indústria é superada pela informática: é esta

¹⁷⁸ Manuel CASTELLS, *A sociedade em rede*.

que dita o ritmo da vida, que dita as necessidades e oferece opções de soluções para as mesmas.

O jornalismo convive na atualidade com as concepções contraditórias da relação entre a técnica e a cultura. A informática trouxe, já a partir dos anos 80, com a informatização das redações dos jornais brasileiros, mudanças significativas no ritmo de produção e divulgação das notícias. As facilidades de processamento de informação e de textos permitiram um aumento da produtividade dos jornalistas, facilidades na diagramação e composição dos jornais, e vantagens no relacionamento entre profissionais de veículos diferentes pertencentes a uma mesma empresa. Com a web, o jornalismo teve aumentadas essas possibilidades técnicas. Agora, há maior facilidade de acesso a dados diversos na rede e novas possibilidades de recebimento de informações (via e-mail por exemplo) por parte dos jornalistas. Há mais possibilidades de interação entre jornalistas e leitor/usuário. Há mais espaço para a informação. Há novos recursos para a veiculação de notícias. Há um novo ritmo de jornalismo: mais veloz e ininterrupto. Essas características permitem considerar o webjornalismo como um novo veículo de comunicação de notícias e entretenimento, com novas práticas do jornalismo.

Um novo veículo em uma nova sociedade, que se define ainda nas contraditórias possibilidades do hipertexto, do ciberespaço, da sociedade informacional, da sociedade em rede, ou sistema. Mas um veículo cuja prática foi sendo moldada nos últimos 400 anos, inserida na sociedade de forma variável, mas crescente, até chegar aos dias atuais. Através de sua história, o jornalismo incorporou as várias tendências que prevalecerem em seu escopo em diferentes períodos históricos: do capitalismo veio a informação precisa; da política, a opinião; da complexificação do mundo, a interpretação; do jogo de poder, a investigação. Todos esses aspectos fazem do jornalismo o que ele representa para a sociedade hoje.

No caso do webjornalismo, a prioridade observada na prática é para a divulgação da informação “objetiva” sobre os fatos do mundo. A atualização em

tempo real e o fluxo contínuo das notícias não oferecem condições para a investigação, interpretação e opinião na maioria dos casos. A característica principal do webjornalismo é a informação rápida, extremamente sintética e isenta de avaliação – por vezes, de avaliação sobre a importância de determinada notícia. Os demais aspectos do jornalismo são contemplados na modalidade web em casos de acontecimentos extraordinários.

Há, portanto, o risco de que o webjornalismo caia em uma rede como apenas mais uma fonte de informações sobre assuntos variados, perdendo sua característica de orientação do público/usuário a respeito dos acontecimentos. Ainda mais com a quantidade de informações de segunda mão, que chegam e são veiculadas sem um exame mais criterioso sobre sua veracidade e importância. Nesse caso, o jornalismo tende a se tornar mais uma atividade de processamento e veiculação de informações do que uma atividade onde também há um trabalho de levantamento de informações, checagem, avaliação, seleção e, só então, divulgação de notícias. Há, enfim, o risco de integração do jornalismo em um sistema de informações definido por interesses que não sejam os de permitir o acesso dos diversos grupos organizados à mídia e o relato dos problemas da sociedade, contribuindo, com isso, para a transformação social.

CONCLUSÃO

Inserido em uma sociedade contraditória que redefine seus rumos com base na economia e na tecnologia, o webjornalismo ainda não se estabeleceu como prática padronizada. O que há são tentativas de aproveitamento dos novos instrumentos técnicos que se apresentam ao jornalismo, bem como a tentativa de perceber de que forma a sociedade demanda esse tipo de atividade. A principal dificuldade percebida na prática do webjornalismo é fazer frente à velocidade como característica principal do novo veículo de informações e entretenimento.

Enquanto a velocidade é facilitada pela técnica, o jornalista ainda tenta se adaptar a ela. Acontece que a grande velocidade do trabalho jornalístico em todas as suas etapas e o caráter ininterrupto do mesmo, exigem outras habilidades, diferentes das exigidas até agora para o profissional da área. É preciso que o profissional tenha presente as características básicas do jornalismo, domine sua prática em suas diversas fases e seja capaz de pôr em prática todos esses conceitos num ritmo radical de tempo. Ao mesmo tempo, o profissional precisa aprender a conviver com os novos instrumentos informáticos que passaram a integrar de forma definitiva a prática do jornalismo. Instrumentos que envolvem não só uma nova rotina, mas também um relacionamento diferenciado com o público.

O conhecimento do público, suas necessidades e demandas pelo webjornalismo são questões que ainda estão pouco nítidas para os profissionais que trabalham nesta nova modalidade de jornalismo. É preciso esperar pelo tempo de prática e por estudos específicos sobre a recepção/interação do leitor/usuário com as notícias veiculadas on line para que se perceba como se dá essa relação entre o jornalista e o público. Esta falta de clareza é um dos principais entraves a uma melhor definição do webjornalismo na atualidade. A carência de definições precisas é combatida com tentativas, erros e acertos, através de iniciativas de profissionais e empresários.

A organização econômica dos novos veículos de informação e entretenimento on line ainda segue os moldes industriais capitalistas, sustentados que são por grupos econômicos que investem em estruturas tecnológicas e profissionais capazes de trabalhar no novo ritmo. Ou significam investimentos de grupos já atuantes na área da comunicação, como forma de diversificar as atividades e fazer frente a concorrência de mercado. Também neste aspecto, a velocidade vem contribuir para aumentar o giro do capital investido, garantindo retorno mais rápido. Um aspecto a mais da lucratividade do produto notícia é uma etapa a mais na sua divulgação e venda. Isso ocorre porque o webjornalismo dá em primeira mão a notícia, mas de forma muito sintética, o que possibilita seu desdobramento em outros meios (televisão, jornais, revistas) a partir das características temporais e de conteúdo de cada um deles. A notícia ganha mais um meio de divulgação em sua qualidade de produto-grife, capaz de ser vendida diversas vezes com diferentes abordagens e dirigida a diferentes públicos consumidores.

Em relação à organização do trabalho jornalístico, no webjornalismo percebe-se uma redefinição de funções, principalmente entre repórter e editor, que começam a dividir funções. O repórter ainda busca as informações, mas não mais as organiza em forma de um texto “fechado”, apenas repassando essas informações a um editor que as veicula. Ou, quando acontece do repórter redigir uma notícia, este pode divulgar a informação sem a prévia aprovação do editor, priorizando a rapidez na divulgação. Há ainda a inclusão dos redatores no processo. Estes são uma mistura de repórteres (buscam, recebem e revisam as informações), editores (veiculam as

informações) e meros processadores de informação (adequam os textos ao formato do veículo sem maiores preocupações com o conteúdo). Também há a inclusão do pessoal de programação e operação de softwares específicos para o webjornalismo, que interagem com os jornalistas em suas diversas funções.

A inserção social do webjornalismo não pode ser cabalmente definida no atual estágio de sua existência. Tanto porque o próprio webjornalismo ainda se define enquanto teoria e prática, como porque a sociedade não pode ser encarada através de uma teoria que abranja todos os seus múltiplos aspectos – entre os quais, este trabalho procurou analisar parte da economia, a cultura e a técnica. Do ponto de vista da pragmática do jornalismo, no entanto, haveria mais espaço no webjornalismo para o “relato asseverador” dos processos de transformação social provocados pelos atos de fala, baseados nas intenções e propósitos dos diversos grupos atuantes na sociedade. Com isso, o jornalismo teria maior abrangência na dinâmica social.

Mas as indefinições sobre a prática do jornalismo on line, as contradições sociais na economia e no acesso aos meios de comunicação de massa, o ainda reduzido número de pessoas que tem acesso ao ciberespaço – público estimado em 10 milhões de pessoas no Brasil, em 2000 - , a dinâmica cultural tratada em nível mundial e a falta de dados sobre o leitor/usuário dos veículos de informação na web recomendam que, por enquanto, a análise sobre as mudanças na prática do jornalismo e sua inserção social a partir do webjornalismo pare por aqui.

ANEXO 1: Roteiro das Entrevistas

1. O que define que uma informação seja importante, ou mais importante, do que outra em um veículo on line?
2. Cite vantagens do jornalismo on line em relação ao jornalismo impresso.
3. Cite desvantagens do jornalismo on line em relação ao jornalismo impresso.
4. Qual a importância do tempo real para um veículo on line?
5. Qual a importância do tempo real para o leitor/usuário?
6. Como é o relacionamento do jornalista com o público no jornalismo on line, em relação ao jornalismo impresso?
7. Quais as características necessárias para um profissional do jornalismo para trabalhar em veículo on line?

ANEXO 2: Páginas do iG e do Último Segundo

3. Canal Notícias Gerais

[VÍDEO](#) [MÚSICA](#) [DISCOTECA](#) [O PAPO](#) [ENTREVISTA](#) [SUPER IG](#) [O SHOPPING](#) [MILG](#) [O PPO](#) [INTERNET](#) [CONTATOS](#)

Canais do IG

último segundo

O jornal líder de audiência no interior

Central de Atendimento

Super IG 24h

Quinta-feira, 21 de Fevereiro de 2002

BÔNUS - NOTÍCIAS GERAIS

- NOTÍCIAS GERAIS
- MUNDO
- ECONOMIA
- ESPORTES
- BEM-ESTAR
- CULTURA
- MUNDO VIRTUAL
- ENSINO VESTIBULAR
- PAVAVRA DO LETTER
- MULTIMÍDIA
- FÓRUM
- CALENDÁRIO
- O DIA - RIO
- MY TIME 6
- CIDADE 617

Isa com o Último Segundo

Polícia estoura central telefônica do PCC em SP e prende quatro pessoas



Quatro suspeitos de assassinar o prefeito Celso Daniel

CPMF:
Câmara aprova imposto com alíquota de 0,38%

Maniaco do Parque:
Confessa crime e atribui a "força maligna"

Sequestro mais longo:
Dois são presos; polícia chega à quadrilha

Gloria Travi:
Empresário foi coagido a dizer que era o pai

NA CAPA

- ◀ Câmara aprova CPMF com alíquota de 0,38% até dezembro de 2003
- ◀ Bush se encontra com presidente chinês
- ◀ IG Economia: Após oito meses, Copom reduz taxa básica de juros a 18,75%



Outras localidades:
0800-880-9199

MANCHETES DO DIA

IG Economia:
Copom faz primeiro corte dos juros desde janeiro de 2001

Dengue:
Rio ganha 5 mil bombeiros no combate à dengue

IG Esportes:
Suga anuncia que fará cirurgia no quadril direito

Gloria Travi:
Mãe da cantora acusa procurador de chantagem

Mundo:
Aqueles que mataram Rabin agredem palestinos, diz Arafat

Cultura:
Brasil participa do festival de Arte Eletrônica de Berlim

New York Times:
O Pentágono e a divulgação de notícias falsas

CONHEÇA TAMBÉM

Política:
Supremo Tribunal Federal
Superior Tribunal de Justiça
Receita Federal
SIS OABal
Tribunal Superior Eleitoral
Câmara dos Deputados
Senado
Democracia
Palácio do Planalto

Educação:
Ministério da Educação
Biblioteca Virtual de Educação à Distância
Curso Virtual
Vida Educação
Escolinet
Secretaria Estadual de Educação SP
Hildebrando
Alunos
EduNext

Universidades:
São Paulo
Rio de Janeiro
Minas Gerais
Paraná
Santa Catarina
Rio Grande do Sul
Bahia
Goiás e DF
Demais Estados

Meio Ambiente:
Ministério do Meio Ambiente
Ibama
Projeto Tamar
Greenpeace Brasil
SOS Mata Atlântica
WWF Brasil
Fundação Onça Azul
Instituto de Pesquisas Ecológicas
Pró-Natura

TEMPO

São Paulo ☀️ + 26° a 20°
Rio de Janeiro ☀️ + 32° a 23°

★ Previsão para outras cidades

ÚLTIMO SEGUNDO FLASH

- Reciba as notícias do Último Segundo em seu Desktop
- Coloque notícias em seu site

COLUMNAS

Confira as colunistas do Último Segundo e do IG

- Alberto Helena Jr.
- Fernando Moraes
- Marilene Suzuel Jr.
- Nelson Simõesky

Outros

BOLETIM DE NOTÍCIAS

- Cadastros

ENTRETIENIMENTO

- Cinema
- Shows em SP
- Shows no Rio
- Shows no interior
- TV
- Outros

SERVIÇOS

- Aconteceu na história
- Loterias
- Trânsito

PARCEIROS

[Record.org](#) [NO. SBC](#)

MAIS NOTÍCIAS

Notícias Gerais 11: 09:18:24
Tempo instável deve começar a deixar SP amanhã

Notícias Gerais 11: 09:18:02
São Paulo: 11 postos de gasolina são interditados em dois dias de vitória

Notícias Gerais 11: 09:18:02
São Paulo: Nova secretária de Educação promete zerar déficit de vagas e garantir uma escola pública de qualidade

Notícias Gerais 11: 09:18:01
Manifestantes rurais ocupam gabinete de deputado em protesto contra transgênicos

Notícias Gerais 11: 09:18:01
São Paulo: Incinerador Vergueiro será fechado em março

Notícias Gerais 11: 09:08:03
Presidente do PT diz que jornais retiraram suas declarações de contexto

Notícias Gerais 11: 09:08:02
Maringá vai ganhar bibliotecas digitalizadas

Notícias Gerais 11: 09:08:03
São Paulo: Hume e Eletropaulo já religaram 58 mil lâmpadas da rede de iluminação pública

Notícias Gerais 11: 09:08:02
SP: Projeto Alquimia qualifica mais 1.099 trabalhadores para a indústria plástica do ABC

Notícias Gerais 11: 09:00:31
SP: Excesso de veículos prejudica o motorista na Castello Branco

Notícias Gerais 11: 06:53:45
SP: Acidente na Dutra provoca lentidão em São José dos Campos

Notícias Gerais 11: 08:44:59
SP: Motoqueiro morre ao ser atropelado no acostamento da Anhanguera

Notícias Gerais 11: 08:44:00
Sem-terra fazem manifestação em frente ao Palácio Guanabara

Notícias Gerais 11: 08:35:46
Motorista enfrenta 75 km de congestionamento em SP

Notícias Gerais 11: 08:14:01
Sargento da PM é encontrado assassinado na Dutra

Mais notícias




Copyright: Fábrica de Sites

último segundo

4. Texto de matéria do Notícias Gerais

IG | 10 MIL | RÁDIO | BUSCA | DESCARRO | 10 PAPO | ENCONTRO | SUPER 10 | O SHOPPING | BLIG | WPG | INTERNET GRATIS | Canal do IG

último segundo

O jornal líder de audiência na internet

Juntos só no BLIG

Quinta-feira, 21 de Fevereiro de 2002

HOME - NOTÍCIAS GERAIS

- NOTÍCIAS GERAIS
- MUNDO
- ECONOMIA
- ESPORTES
- BEM-ESTAR
- CULTURA
- MUNDO VIRTUAL
- ENSINO/VESTIBULAR
- PALAVRA DO LEITOR
- MULTIMÍDIA
- FÓRUM
- CADEIRÃO
- O DIA - RIO
- NY TIMES
- CIDADE BIZ

Tale com o último segundo

Imprima esta notícia | Envie esta notícia

Polícia estoura central telefônica do PCC e prende quatro pessoas

09:14 21/02
Redação (edita@ultimosegundo.ig.com)

São Paulo - Policiais da Delegacia de Investigações Sobre Entorpecentes (Dise) de São Bernardo prenderam na tarde desta quarta-feira quatro integrantes da organização criminosa Primeiro Comando da Capital (PCC) e estouraram uma central telefônica desta organização.

Ed Carlos Valentim Vianna e Darcí Fernandes do Prado foram presos em flagrante com 4 quilos de cocaína por volta das 16h, no Shopping Butantã, no bairro do Butantã, São Paulo; Eliane Pereira dos Santos e o menor A.P.S. foram detidos dentro de uma central telefônica do PCC, localizada à rua Anália Cordeli Cardenutto, número 51, São Mateus, São Paulo, e estourada pela polícia por volta das 17h. No local foi encontrado um revólver calibre 38 e um estatuto do PCC.

A investigação do Dise, que já durava um mês e meio, confirmou o que antes apenas se suspeitava: todos os indivíduos detidos traficavam drogas a mando de três outros integrantes do PCC - um preso em Marília e outro em Fernandópolis (interior de SP), e um terceiro em um presídio de Mato Grosso. Os nomes destes presos não foi revelado a pedido da polícia.

Vianna e Prado estão detidos no Dacar-7, Centro de Detenção Provisória de Santo André; Eliane Pereira está presa no 3o DP de Diadema e o menor A.P.C. foi levado para o 7o DP de São Bernardo.

A operação da polícia começou por volta das 8h da manhã desta quarta-feira, durou todo o dia e foi conduzida pelo delegado do Dise, Dr. Gilmar Bessa, e pelo investigador-chefe Doretto.

A operação da polícia começou por volta das 8h da manhã desta quarta-feira, durou todo o dia e foi conduzida pelo delegado do Dise, Dr. Gilmar Bessa, e pelo investigador-chefe Doretto.

Central de Atendimento 24h em novos telefones:
Grande São Paulo: 3457-3489
Outras localidades: 0800-830-0996

Super IG

BOLETIM DE NOTÍCIAS

Cadastrar-se

ENTRETENIMENTO

- Cinema
- Shows em SP
- Shows no Rio
- Shows no interior
- TV
- Outros

SERVIÇOS

- Aconteceu na história
- Loterias
- Trânsito

PARCEIROS

Bloomberg | 10. BBC | 2001/02

MAIS NOTÍCIAS DESTE CANAL

Notícias Gerais :: 09:18:24
Tempo instável deve começar a deixar SP amanhã

Notícias Gerais :: 09:18:02
São Paulo: 11 postos de gasolina são interditados em dois dias de vitória

Notícias Gerais :: 09:18:02
São Paulo: Nova secretária de Educação promete zerar déficit de vagas e garantir uma escola pública de qualidade

Notícias Gerais :: 09:18:01
Manifestantes Rurais ocupam gabinete de deputado em protesto contra transgênicos

Notícias Gerais :: 09:18:01
São Paulo: Incinerador Vergueiro será fechado em março

Notícias Gerais :: 09:08:03
Presidente do PT diz que jornais retiraram suas declarações de contexto

Notícias Gerais :: 09:08:03
Maringá vai ganhar bibliotecas digitalizadas

Notícias Gerais :: 09:08:03
São Paulo: Itumbé e Eletropano já religaram 58 mil lâmpadas da rede de iluminação pública

Notícias Gerais :: 09:08:02
SP: Projeto Alquimia qualifica mais 1.099 trabalhadores para a indústria plástica do ABC

Notícias Gerais :: 09:00:31
SP: Excesso de veículos prejudica o motorista na Castello Branco

Ver próximas 25 notícias

© Copyright Fábrica de Sites | último segundo

FONTES BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodore e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1985.
- ALBERT, P. e TERROU, F. *História da imprensa*. São Paulo, Martins Fontes, 1990.
- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos ideológicos do Estado*. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1985
- AMARAL, Luiz. *Jornalismo: matéria de primeira página*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, Universidade Federal do Ceará, 1982.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica; história da imprensa brasileira*. São Paulo, Ática, 1990.
- BARROS FILHO, Clóvis de. *Ética na comunicação*. São paulo, Moderna, 1995.
- BENAKOUCHE, Tamara. *Tecnologia é sociedade; contra a noção de impacto tecnológico*. Cadernos de Pesquisa, no. 17. Florianópolis, PPGSP/UFSC, 1999.
- BOND, Fraser, *Introdução ao jornalismo*. Rio de Janeiro, Agir, 1959.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2000.
- BRÜSEKE, Franz Josef. *A Crítica da técnica moderna*. Estudos Sociedade e Cultura. número 10, PPGSP/UFSC, abril 1998.
- _____. *A Técnica e os riscos da modernidade*. Florianópolis, Ed. Da UFSC, 2001.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em rede; a era da informação: economia, sociedade e cultura*. v. 1, São Paulo, Paz e Terra, 1999. 3.ed.
- _____. *La era de la información; economía, sociedad y cultura*. Vol. 2 (El poder de la identidad). Madrid, Alianza, 1998.
- CHAPARRO, Manoel Carlos. *Pragmática do jornalismo*. São Paulo, Summus, 1994.
- CHESSAIS, François. *A mundialização do capital*. São Paulo, Xamã, 1996.

- COHN, Gabriel (org.). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo, Nacional, 1971.
- DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis; para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro, Rocco, 1997. 6.ed.
- DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano; artes de fazer*. v. 1, Petrópolis, Vozes, 1994. (1990)
- DIZARD JR., Wilson. *A nova mídia; a comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2000. 2.ed.
- ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo*. Petrópolis, Vozes, 1985.
- FREYRE, Gilberto. *Casa-grande e senzala*. Rio de Janeiro, Record, 1999. 35.ed.
- GENRO FILHO, Adelmo . *O segredo da pirâmide*. Porto Alegre, Ortiz, 1997. 3ª reimpressão.
- GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo, Unesp, 1991.
- HABERMAS, Jurgen. *Ciência e técnica como ideologia*. In: BENJAMIN, W., ADORNO, T., HORKHEIMER, M. e HABERMAS, J. *Textos escolhidos*. São Paulo, Abril Cultural, 1975. Coleção Os Pensadores.
- _____. *Mudança estrutural da esfera pública; investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.
- _____. *Direito e democracia; entre facticidade e validade*. V. II. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1997.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, DP&A, 2000. 4.ed.
- HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo, Loyola, 1998. (1989).
- HOBBSBAWN, Eric. *Da Revolução Industrial inglesa ao Imperialismo*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2000. 5.ed.
- IANNI, Octavio. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2000.
- LÉVY, Pierre. *As Tecnologias da inteligência*. São Paulo, Ed. 34, 1993.
- _____. *Cibercultura*. São Paulo, Editora 34, 1999.

- LIMA Jr., Walter T. *Agência Estado aposta na credibilidade do grupo*. In LOPES, COELHO SOBRINHO e PROENÇA (orgs.) *Edição em jornalismo eletrônico*. São Paulo, Edicon, 2000.
- LOJKINE, Jean. *A Revolução informacional*. São Paulo, Cortez, 1995.
- LOPES, COELHO SOBRINHO e PROENÇA (orgs.) *Edição em jornalismo eletrônico*. São Paulo, Edicon, 2000.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Cenários do novo mundo*. São Paulo, NTC, 1999.
- MARCUSE, Herbert. *A ideologia da sociedade industrial; o homem unidimensional*. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1964. 6.ed.
- _____. *Algumas implicações sociais da tecnologia moderna*. In: *Tecnologia, guerra e fascismo*. Douglas Kellner (editor). São paulo, Editora da Unesp, 1999.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ, 1997.
- MARTINS, José de Souza. *A sociabilidade do homem simples*. São Paulo, Hucitec, 2000.
- MARTINS, Wilson. *A palavra escrita*. São Paulo, Anhembi Ltda., 1957.
- MARX, Karl. *O capital; crítica da economia política*. Livro 1. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1998. 16.ed.
- MATTELART, Armand. *A comunicação-mundo*. Lisboa, Instituto Piaget, 1991.
- MARQUES DE MELO, José. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis, Vozes, 1994. 2.ed.
- MOHERDAUI, Luciana. *Guia de estilo Web; produção e edição de notícias on line*. São Paulo, Editora Senac, 2000.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo, Brasiliense, 1994. 4ª reimpressão.
- POLANYI, Karl (2000). *A grande transformação; as origens de nossa época*. Rio de Janeiro, Campus, 2000. 2.ed.

RAPHAEL Jordan. *Across the Universo Online*.

<http://ojr.usc.edu/content/story.cfm?request=650>. (site do Online Journalism Review, da USC Annenberg).

RIZZINI, Carlos. *O jornalismo antes da tipografia*. São Paulo, Cia. Editora Nacional, 1977.

SOUZA, Jessé. *A modernização seletiva; uma reinterpretação do dilema brasileiro*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2000.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade; uma teoria social da mídia*. Rio de Janeiro, Vozes, 1998.

TURKLE, Shelley. *A vida no ecrã; a identidade na era da Internet*. Lisboa, Relógio D'água, 1997

VIRILIO, Paul. *A arte do motor*. São Paulo, Estação Liberdade, 1996.

_____. *Velocidade e Política*. São Paulo, Estação Liberdade, 1996. 2.ed.