

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
PUC-SP

**GABRIEL PRADO PERONI**

**A ACELERAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E A  
ELABORAÇÃO DAS NOTÍCIAS NOS PORTAIS DA INTERNET**

**Mestrado em Comunicação e Semiótica**

**São Paulo**

**2009**

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
PUC-SP

**GABRIEL PRADO PERONI**

**A ACELERAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E A  
ELABORAÇÃO DAS NOTÍCIAS NOS PORTAIS DA INTERNET**

**Mestrado em Comunicação e Semiótica**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Semiótica, sob a área de concentração Signo e Significação nas mídias, e orientação da Professora Doutora Leda Tenório da Motta

**São Paulo**  
**2009**

**Banca Examinadora:**

---

Profa. Dra. Leda Tenório da Motta  
(orientadora)

---

Profa. Dra. Rita de Cássia Monteiro

---

Prof. Dr. Edison Delmiro Silva

## **Agradecimentos**

### Agradeço

À minha orientadora, Leda Tenório da Motta, pelo incentivo, compreensão, paciência e ajuda a mim dispensados;

Aos integrantes da Banca de Qualificação, professores Edison Delmiro Silva e Rita de Cássia Monteiro, por terem sugeridos novos conteúdos à dissertação;

Ao colega publicitário Rodrigo Molina pela dedicação no trabalho de formatação da dissertação.

## RESUMO

O objetivo deste trabalho é dissertar sobre como a aceleração dos meios de comunicação online interfere positiva ou negativamente na produção das notícias na internet bem como no resultado dessa produção. Buscamos mostrar como, submetidas à lógica da velocidade, as notícias online podem enveredar para dois caminhos: o primeiro diz respeito a um jornalismo eficiente, que, mesmo realizando sob o dorso da aceleração, apresenta um resultado satisfatório, condizente com o imediatismo desejado pelo internauta. Por outro lado, a velocidade da internet pode acabar degradando o conceito do jornalismo de qualidade, oferecendo ao internauta conteúdos que deixam a desejar. São notícias descontextualizadas e superficiais, quando não são falsas. O que vai determinar o efeito benéfico ou maléfico do jornalismo online será o critério adotado por cada veículo de comunicação e seus respectivos funcionários, no caso, os próprios jornalistas.

As bases teórico-metodológicas são os trabalhos de pensadores das novas mídias e da rede mundial de computadores tais que Pierre Lévy e, no Brasil, Eugênio Trivinho, bem como de críticos das mídias tais que Paul Virilio e, no Brasil, Eugênio Bucci. Trabalhamos também com histórias da imprensa e do jornalismo.

O corpus da pesquisa constitui-se de uma seleção de 12 notícias de quatro portais brasileiros – *UOL*, *G1*, *Globo Online* e *Agência Estado*, extraídas dos respectivos sites entre julho de 2007 e junho de 2009. A análise do corpus deverá permitir elucidar a seguinte hipótese de trabalho: como o processo acelerativo adotado pelos meios de comunicação está na origem de uma produção noticiosa que pode oferecer qualidade ou não ao internauta. O resultado que ambicionamos é contribuir para uma reflexão sobre o jornalismo na era da cibercultura.

**Palavras-chave:** velocidade, jornalismo online, internet, critérios de noticiabilidade e ética

## RESUME

The objective of this piece is to dissert on how the acceleration of online communication interferes positively or negatively on news production on the internet as well as on the results of this production. The intention was to demonstrate how, once exposed to the logistic of the speed, the online news could bend on two paths: the first one an efficient journalism which, even though made under the influence of the acceleration, presented a satisfactory result, agreeable to the immediacy expected from the online public. On the other hand, the online speed can deteriorate the good quality journalism concept, offering its public contents which will not be satisfying. Those are superficial and trivial news, when not simply forged. What will determine the benefic or malicious outcome of online journalism will be the criteria adopt by each communication vehicle and by its employees, the journalists themselves.

The methodological and theoretical bases are works from thinkers from the new media and from others from the worldwide computer network as the international Pierre Lévy and, from Brazil, Eugênio Trivinho, as well as media critics like Paul Virilio and, from Brazil, Eugênio Bucci. Press and Journalism history were also considered.

The subject of the research being a selection of 12 news from four Brazilian websites – *UOL*, *G1*, *Globo Online* and *Agência Estado*, extracted inside the period from July 2007 to June 2009. The analysis should elucidate the follow premise: how the accelerating process adopted on communication vehicles acts on the origins of news productions which may or not offer quality to its public. The result sought being to contribute on an overall reflection of the journalism in the cyber cultural era.

**Keywords:** speed, online communication, internet, ethics.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	7
CAPÍTULO 1	
Mídia e Velocidade .....	14
CAPÍTULO 2	
A noticiabilidade .....	39
CAPÍTULO 3	
As notícias online .....	53
CONCLUSÃO .....	81
BIBLIOGRAFIA .....	88



## Introdução

Todos os dias, milhões de cidadãos se comunicam por meio da Internet. Assim como o telefone, o rádio e a televisão, a rede mundial de computadores se tornou um marco no século XX. A internet se solidificou no mercado como um instrumento revolucionário, principalmente por proporcionar a realização de atividades em curtos espaços de tempo. A web vem se expandindo e, a cada dia, confirma ser uma teia gigantesca geradora de produtos e informações de todos os tipos. Esse fluxo contínuo da informação na internet é também fruto de um fator determinante que impulsiona a rede 24 horas por dia: a velocidade. Em uma sociedade em que o ritmo de funcionamento das coisas exige cada vez mais dinâmica e rapidez, o surgimento de um aparato capaz de viabilizar esse processo se tornou indispensável para o funcionamento de empresas, associações, instituições e até para o ritmo de vida pessoal. Parte desse aparente sucesso da internet se deve à facilidade de adaptação ao modelo capitalista contemporâneo – que exige uma produção desenfreada num curto espaço de tempo para a obtenção do máximo lucro possível. A internet, com suas infinitas possibilidades de comunicação, criou um arranjo sócio-cultural, que se tornou um estilo de vida contemporâneo de uma sociedade já imersa no ciberespaço e na cibercultura. Cibercultura, como define Pierre Lévy, é:

O conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos e pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17).

Ciberespaço, também segundo Lévy:

É o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os sujeitos que navegam e alimentam esse universo” (IBIDEM).

A internet, com seu caráter dinâmico – e desenvolvida para funcionar dentro de uma lógica que tem como vetor principal a velocidade – também fez emergir

um conceito já existente, mas que se acentuou depois de ser impulsionado pela lógica da aceleração: a “dromocracia”. O radical grego ‘dromos’ significa corrida, carreira. Nesse ‘governo da corrida’, a internet se transformou num meio de possibilidades sem fim capaz de impulsionar a realização dessas atividades cotidianas e, automaticamente, transformar o homem em um ser relativamente dependente dessa tecnologia. Hoje, quase todos nós, diariamente, trocamos informações por e-mail, navegamos nas agências de notícias, adquirimos informações específicas por meio de sites de buscas, pagamos contas bancárias, enfim, nos conectamos instantaneamente com o mundo. A internet, à medida que é utilizada para otimizar essas atividades, evolui como um mosaico recheado de informações de toda a natureza que se intercalam amarradas sob nós infinitos, com um crescimento expoente. Esses nós são confeccionados dentro de milhares ou milhões de páginas que vão aparecendo de forma subsequente umas às outras a cada clique no mouse. É como Pierre Lévy vê o hipertexto:

O hipertexto seria constituído de nós (os elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens, sequências musicais etc) e de ligações entre esses nós (referências, notas, indicadores, “botões” que efetuam a passagem de um nó a outro) (LÉVY, 1996, p. 44).

Ou seja, ao acessar um site, o usuário tem à disposição infinitas combinações de páginas disponíveis que vão aparecendo à medida que ele próprio vai clicando no mouse e navegando ininterruptamente de forma crescente ou decrescente – indo para a página seguinte ou voltando para a página anterior. Nesse quadro, o jornalismo – como uma mídia que também precisa otimizar-se – se associou à lógica da internet e passou a produzir conteúdos das mais variadas naturezas num ritmo ininterrupto. O objetivo deste trabalho é avaliar os resultados desse processo acelerativo, que, certamente, afeta o jornalismo online. O que vai determinar a credibilidade do jornalismo online é a maneira como cada veículo de comunicação (e também os profissionais que atuam nele) desenvolve o seu trabalho no ritmo da web. A internet, por um lado, solidificou-se como um instrumento facilitador da informação capaz de viabilizar o processo comunicativo entre o usuário e o veículo de comunicação. Por outro

lado, o produto jornalístico online, muitas vezes, chega ao internauta de forma descontextualizada, superficial, espetacularizada.

Assim, Guy Debord define a espetacularização:

O espetáculo nada mais seria que o exagero da mídia, cuja natureza, indiscutivelmente boa, visto que serve para comunicar, pode às vezes chegar a excessos. [...] Assim como a lógica da mercadoria predomina sobre as diversas ambições concorrenciais de todos os comerciantes, ou como a lógica da guerra predomina sobre as freqüentes modificações do armamento, também a rigorosa lógica do espetáculo comanda em toda parte as exuberantes e diversas extravagâncias da mídia (DEBORD, 2005, p. 171).

Ainda sobre o espetáculo da mídia, o autor chama a atenção para o poder de hipnose na relação espetacularização-público:

O espetáculo se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de “o que aparece é bom, o que é bom aparece”. A atitude que por princípio ele exige é a da aceitação passiva que, de fato, ele já obteve por seu modo de aparecer sem réplica, por seu monopólio da aparência (IDEM, p. 16-17).

Quando inadequado, o tratamento da notícia online é fruto, segundo a hipótese deste trabalho, da maneira como as empresas jornalísticas e o próprio jornalista se rendem à lógica da velocidade contemporânea para conseguir produzir o maior volume possível de notícias dentro do eixo capitalista atual, que prevê a maximização do lucro mercantilista. Conforme afirma Alex Primo, o retorno financeiro do jornalismo online gira em torno de uma relação social formada por um tripé: para atrair investimentos publicitários, o site precisa oferecer ao patrocinador um nível audiência alto e permanente, que só será garantido com a visita constante de centenas, milhares ou milhões de internautas. Esse usuários só se interessarão pelo acesso permanente caso haja conteúdos novos a cada instante:

Os custos de manutenção dos processos de produção e distribuição dos produtos midiáticos precisam ser pagos principalmente pela venda de espaços publicitários. Para que anunciantes se interessem em arcar com alto custo desses espaços, os veículos precisam garantir volumosas audiências (REVISTA GALÁXIA, n. 16, p. 49)

No primeiro capítulo, o trabalho aborda o nascimento das sociedades velozes com o desenvolvimento das ferramentas primitivas e da evolução nas conquistas territoriais – e se estende até os dias atuais de uma forma mais acentuada – justamente com essa expansão do ciberespaço e da cibercultura, a que estamos nos referindo.

Nesse capítulo, valho-me do pensador da comunicação Paul Virilio, que defende a idéia de que as mídias velozes têm características bélicas; a velocidade está para ele atrelada ao conceito de guerra e aparece na vida do homem como uma espécie de ferramenta que o auxilia na conquista de territórios, na exploração de novos ambientes, entre eles, hoje, o ambiente da cibercultura. O fato de incorporar esses vetores da velocidade na realização das atividades cotidianas faz com que o homem se adapte à lógica da internet.

Ainda no primeiro capítulo, tentarei mostrar como essa velocidade proporciona, em paralelo, um acesso democrático e aberto aos internautas e de que maneira o seu avanço modifica a forma comunicação da sociedade. Utilizo para tanto os conceitos de Pierre Lévy para elucidar o *modus operandi* da web. Esse conjunto de fatores que compõe a estrutura da internet também é responsável pelo surgimento de um novo ambiente que acolhe os grupos participantes da rede: o ciberespaço. É o ciberespaço que vai servir de campo vasto para a interconexão dos milhões de computadores em todo o mundo e também vai proporcionar a troca informativa ininterrupta pelos grupos que nele navegam. A internet, assim, virtualiza e potencializa as atividades cotidianas e, mais do que isso, traz consigo o conceito de simultaneidade como forma de atuação desse internauta. É o que Pierre Lévy classifica de democracia da comunicação virtual.

É nesse eixo de funcionamento da internet que Lévy tenta fortalecer seu argumento de que a internet oferece ao usuário – e de forma irrestrita – a possibilidade do acesso amplo à informação, as inúmeras trocas simbólicas e a oportunidade de se tornar um agente ativo da comunicação, que participa da rede não só consumindo, mas também oferecendo informações que vão compor o mosaico infinito do ciberespaço.

A web proporciona, de acordo com Lévy, o aparecimento do que o próprio autor classifica como “inteligência coletiva”, processo pelo qual as aptidões humanas são otimizadas a partir da comunicação em rede:

O desenvolvimento da comunicação assitada por computador e das redes digitais planetárias aparece como a realização de um projeto mais ou menos bem formulado, o da constituição deliberada de novas formas de inteligência coletiva, mais flexíveis, mais democráticas, fundadas sobre a reciprocidade e o respeito das singularidades. Neste sentido, poder-se-ia definir a inteligência coletiva como uma inteligência distribuída em toda a parte, continuamente valorizada e sinergizada em tempo real. Esse novo ideal poderia substituir a inteligência artificial como mito mobilizador do desenvolvimento das tecnologias digitais... e ocasionar, além disso, uma reorientação das ciências cognitivas, da filosofia do espírito e da antropologia para as questões da ecologia ou da economia da inteligência (LÉVY, 1996, p. 96).

Ainda no primeiro capítulo, assinalo a importância dos sites de busca, blogs, twitter e outras ferramentas disponíveis na web, que facilitam a comunicação do usuário. A partir dessa exposição da internet e de suas diretrizes, explico, no segundo capítulo, que a velocidade da rede e suas infinitas possibilidades se associou ao jornalismo online e – baseada nessa espécie de “anarquia virtual” com o acesso irrestrito à informação – pode, por outro lado, pôr em risco o jornalismo de qualidade, fundamentado em conceitos éticos e morais, assim definidos por Eugênio Bucci. De acordo com o autor, o público que recebe a notícia tem o direito não apenas de consumir um produto, mas receber uma mercadoria de qualidade, consistente e condizente com o retrato da realidade, e que dispensa qualquer juízo de valor que transcenda a natureza do acontecimento reportado:

São estes, dos direitos, que devem ser chamados a fornecer as bases para o exercício de uma imprensa que, embora tenha também um lugar no mercado e seja também uma realidade econômica, estabeleça sua meta mais alta na construção da democracia e no aperfeiçoamento dos direitos humanos. Os valores democráticos – que, por definição, são públicos e não privados – são a mais fecunda

inspiração, a mais elementar e a mais básica, do jornalismo (BUCCI, 2000, p. 27-28).

No terceiro e último capítulo, a partir de uma seleção de notícias tiradas da internet, mostro como o jornalismo online, com sua gama infinita de possibilidades oferecidas pela web, segue caminhos desordenados quando tenta se encaixar unicamente no eixo de funcionamento da rede, ou seja, dentro do vetor da velocidade. Nesse caso, a velocidade desvirtua o seu papel: ao invés de atuar como suporte otimizador do trabalho jornalístico cria desordem no ritmo de produção dos conteúdos e colabora para a desconfiguração dos critérios que direcionam o jornalismo de qualidade.

Esse desordenamento da velocidade e sua consequente interferência no processo de produção do jornalismo online não aparece como um problema isolado da própria internet, mas como uma inabilidade do próprio veículo de comunicação (e por conseguinte dos jornalistas que trabalham nos respectivos veículos) para lidar com a velocidade. Para mostrar como o jornalismo online, em muitos casos, foge das regras básicas do jornalismo de qualidade selecionei um corpus constituído de um conjunto de 12 notícias online produzidas por quatro agências brasileiras – *UOL*, *G1*, *Agência Estado* e *Globo Online* – e aponto falhas em seus conteúdos.

Essas notícias foram recortadas das agências no período de julho de 2007 a junho de 2009. Foi nesse período em que pude encontrar os melhores exemplos de notícia online para elucidar a hipótese deste trabalho. Mostro como essas notícias – quando elaboradas somente dentro da lógica acelerativa da internet – deixam a desejar quando se transformam em produto final e são oferecidas ao público.

Também nesse último capítulo, tento mostrar como esse processo afeta o ritmo de trabalho dos jornalistas. Certamente o assunto não se esgota no presente trabalho, mas se faz necessária sua elucidação para compreender como a internet contribui eventualmente para uma prática jornalística fora dos padrões aceitáveis do jornalismo tradicional, que prioriza a objetividade da natureza do assunto e o viés social. Objetividade é aqui colocada no sentido de manter a

fidelidade no relato do fato e oferecer ao público todas as vertentes do acontecimento: o que ocorreu, como, quando, onde, por que e qual o impacto disso na sociedade.



Não se trata, ao se mencionar objetividade, de oferecer ao público um produto neutro. Uma notícia elaborada com objetividade não necessariamente é, nem pode pretender fugir a certa dose de subjetividade. Trata-se de um material que, mesmo que envolva fatores subjetivos deixa para o leitor a possibilidade de avaliar e julgar determinado acontecimento. A notícia objetiva dispensa preconceitos sobre a natureza do fato, e oferece ao leitor a possibilidade da reflexão. Conforme afirma Bucci:

O bom jornalismo nada tem a ver com indiferença, com neutralização do sujeito, como toda atividade própria da cidadania, ele se alimenta também de indignação. As emoções devem integrar a reportagem assim como integram a alma humana [...] A objetividade no jornalismo, que é intersubjetividade, não pede isenção total – pede equilíbrio (BUCCI, 2000, p. 94-95).

# CAPÍTULO 1

## Mídia e velocidade

Antes de elucidar os mecanismos de funcionamento da internet, baseada no vetor da velocidade – e os processos de produção do jornalismo online –, é necessário esmiuçar o ‘nascimento’ dessa velocidade que rege hoje boa parte do funcionamento do mundo.

Dentro da já citada expressão ‘dromocracia cibercultural’ – onde o prefixo grego ‘dromos’ significa “corrida”, e ‘cracia’, significa “governo”, podemos iniciar o processo investigativo do surgimento da velocidade em pauta. Esse conceito de rapidez surge, no âmbito da ciência humana, na obra *Vitesse e Politique*, de Paul Virilio, (1996, 1977) – e tida como referência na posterior obra de Eugênio Trivinho (2007), à qual recorreremos.

O autor explica o fluxo histórico do fenômeno dromológico sociocultural a partir do desenvolvimento de vetores técnico e tecnológicos utilizados pelo homem para conquistar espaços e desbravar territórios ao longo dos anos. A velocidade, segundo Virilio, começa a partir do momento em que o homem passa a explorar todo o potencial disponível para superar as distâncias geográficas. A movimentação de corpos e objetos faz com que esses vetores contribuam para a dimensão dromológica da existência. As origens mais remotas dessa relação antropológica com o fenômeno dromocrático se dão no dorso feminino. As mulheres primitivas carregavam utensílios domésticos e liberavam os homens para a caça e para a guerra, agilizando o processo da conquista territorial. Uma vez vencida a batalha, o próximo passo era conquistar novos espaços geográficos. Para suprir a lentidão do desempenho motriz corporal, o homem foi elaborando vetores mais eficazes para superar as dificuldades e, naturalmente, incorporando a rapidez às atividades corriqueiras e, conseqüentemente, ao ritmo de vida. Com a necessidade cada vez maior e mais urgente de desenvolver técnicas de aprimoramento para desbravar novos solos, o primeiro passo foi elaborar maneiras de conquistar o mar – espaço

geográfico que oferecia menor resistência ao deslocamento e fonte vasta para a subsistência. Surgiu, então, a construção das primeiras canoas, na Europa e na Ásia – a partir do sexto milênio. Depois veio a jangada, em seguida o barco a remo, a caravela, o barco a vapor, o navio e o submarino, meio de deslocamento mais rápido e de maior capacidade tecnológica, utilizado para a exploração dos territórios marítimos até os dias atuais (TRIVINHO, 2007, p. 54).

No âmbito terrestre, a exploração dos territórios utilizando meios de transporte começou com a montaria rudimentar a cavalo, realizada em pêlo, pouco antes do oitavo século antes de Cristo. Com a invenção da roda feita pelos sumérios, na Mesopotâmia, o aparecimento do arreo, a criação da sela e do estribo, as técnicas aplicadas para a conquista de territórios foram se aperfeiçoando e, conseqüentemente, aumentando o processo dromológico de domesticação do animal. Os vetores dromológicos, a partir de então, só se multiplicaram: o surgimento da carruagem de tração animal, a charrete urbana, a carruagem a vapor, a locomotiva, o bonde urbano, a bicicleta, a motocicleta, o carro e o metrô (IDEM, 2007, p. 54-55).

Por fim, consumou-se a exploração do espaço aéreo. Primeiro com o balão tripulado, depois com os aviões, helicópteros (mais tardiamente), naves espaciais, sondas aéreas e telecomunicações.

Atingido o sucesso cinético sobre o território, o fenômeno dromológico se estende, agora, ao espectro eletromagnético como um oceano dromológico invisível de fluxos simbólicos e imaginários. A velocidade se estende, agora, para a comunicação, uma vez que os territórios já foram conquistados. A vitória cinética sobre o território geográfico atinge se não o limite, a quase totalidade. O fenômeno dromológico se mantém no espaço territorial – uma vez que a velocidade, já estabelecida, não para no âmbito espacial (terra, água e ar) e – se estende, agora, para o espaço abstrato, imaterial, principalmente com a disseminação e comercialização ininterrupta – e cada vez maior – dos meios de comunicação, principalmente os que trabalham com o conceito (atual) de “tempo real”.

Os vetores de produção do movimento convencional – até então utilizados para a exploração dos territórios – são substituídos pelos vetores de transmissão dos novos meios de comunicação. Tem-se, portanto, uma nova lógica dos vetores aplicados no processo socio-dromológico cultural. Enquanto um veículo, seja qual for, é um meio de comunicação específico – que liga dois pontos dentro de um território, de um plano geográfico palpável, de extensão definida, concreta –, o próprio veículo de comunicação passa a ser um meio de transporte, no caso, o transporte no fluxo da informação. No entanto, é um vetor imaterial, que percorre um espaço abstrato. O destino não é definido, não está lá para ser atingido, mas o destino é o próprio meio utilizado para o fluxo dessa informação. Não há um ponto final, porque a velocidade utilizada por esse vetor se perde no tempo, se dissolve nesse meio abstrato.

Virilio, citado por Trivinho, defende a idéia de que todos os vetores dromológicos culturais, sejam eles concretos ou abstratos, são, direta ou indiretamente, respostas instrumentais a processos bélicos, ou seja, velocidade está atrelada ao conceito de guerra. (TRIVINHO, 2007, p. 58). Em uma análise comparativa, as técnicas utilizadas pelo homem na superação geográfica da água, do solo e do ar se assemelham às táticas e estratégias adotadas pelos soldados que partiam para a batalha campal, avançavam sobre o inimigo e, em velocidade progressiva, conquistavam mais e mais territórios. À medida que se atrela velocidade à guerra, chega-se a conclusão que essa relação bilateral culmina em outras conquistas: expansão do poderio imperial, a elaboração de técnicas mais eficazes na conquista de novos territórios, a agilidade de combater inimigos, a conquistas de mercados nacionais e internacionais, o controle do abastecimento mundial, a supremacia tecnológica. A aceleração do sistema aumenta, povos vão se fundindo e, diante da conjugação entre velocidade e guerra, nasce a cidade.

Os vetores acima indicados são basicamente tratados como de natureza objetual-instrumental. A partir do surgimento das cidades, os novos vetores começam a ter um significado funcional, pois se atrelam às condições social-históricas e tecnológicas determinadas por forças produtivas. A dromologia

sociotecnológica contemporânea finca suas diretrizes iniciais no final do século XVIII, berço revolucionário da modernidade industrial. A aceleração dentro desse processo começa a se redesenhar no novo modelo de produção.

Esse novo modelo se encaixa nos princípios e necessidades da organização da sociedade e na necessidade de contextualização histórica do capitalismo. O processo produtivo é voltado para a otimização e controle do desempenho individual e coletivo e dos respectivos resultados e também no gerenciamento e controle dos processos de produção. Essa política industrial tem como objetivo a maximização racional e técnica dos resultados em grande escala, na menor fração de tempo e com base no menor esforço possível. A dromocratização na esfera da produção industrial culminou na aceleração da vida humana. Dentro desse processo industrial de otimização do trabalho com base em técnicas conjuminadas com os vetores da velocidade, o homem, além de produzir pesadamente, também desenvolveu processos de comunicação social para viabilizar não apenas o trabalho industrial, mas uma maneira de se comunicar com a sociedade. Os processos comunicativos se multiplicam junto à expansão das redes de produção industrial, que aumentaram seu potencial exportador e as relações bilaterais com outros países. Logo, a comunicação também vai tomando dimensões amplas e potenciais.

Com essa rotatividade crescente e ininterrupta, as estruturas tecnológicas entram em processo de desenvolvimento contínuo. O sistema social cresce sem limites e os veículos de comunicação, engajados nesse processo, também evoluem no ritmo do sistema capitalista. A lógica desse mercado é maximizar o lucro trilhando os caminhos do progresso. E o avanço da tecnologia se transforma no meio mais viável para se atingir esse objetivo. Entre outros fatores, o que reverbera de forma determinante para o sucesso ou fracasso das empresas jornalísticas que competem entre si é a lógica da velocidade. E é a velocidade, em todas as suas formas, que vai exercer papel determinante na vitória de cada veículo de comunicação.

A velocidade se tornou, atualmente, fator tão essencial no que diz respeito ao desempenho das corporações, instituições e associações que à ela se atribui todos os resultados positivos das tarefas do dia-a-dia.

Conforme destaca Eugênio Trivinho, para se vencer dentro dessas circunstâncias é preciso ser dromoapto e – por determinar o ritmo de vida dos cidadãos – a velocidade traz consigo uma espécie de violência técnica:

Embora vigore como linguagem não-verbal, a violência da velocidade se estrutura como lema; conforme sinalizado, ela convoca (sem convocar) os seres a se fazerem à sua imagem. Por interferência, a violência da velocidade é ideologia, na acepção mais trivial; a violência como tal, proclama baixinho, quase soprando, como sonoridade melíflua ao pé de cada ouvido: 'tu deves seguir o ritmo: ser dromoapto, em sentido múltiplo, em todas as práticas recomendadas, em todas as operações exigidas, em todos os conhecimentos demandados; tu deves, se possível, antecipar-se ao funcionamento do sistema tecnológico e da (respectiva) cultura midiática que financiam a tua identidade (TRIVINHO, 2007, p. 98).

Entre os aparatos tecnológicos que se encaixam nesse eixo dromológico que envolve todas as esferas sociais, a internet, criada no seio bélico dos norte-americanos nos anos de 1960, vai despontar como o suporte mais propício para o sucesso de cada empresa jornalística e, não obstante, do desempenho individual. É a internet, em sua maior parte de atuação, que vai impulsionar a produção de notícias em larga escala e vai atender perfeitamente ao processo imposto pela lógica capitalista pós-moderna. A agilidade da internet – que viabiliza a comunicação em rede facilitando o fluxo de informações – impulsiona os processos produtivos jornalísticos e proporciona aos veículos de comunicação um resultado enorme no que diz respeito à apuração dos fatos e a transformação desses fatos em notícia. Logo, tem-se um fluxo contínuo de notícias na rede: é a internet facilitando a comunicação social e também interferindo nos processos de produção do jornalismo contemporâneo. No tópico a seguir, veremos como a estrutura gigantesca da web viabiliza a comunicação social e também interfere na produção em larga escala do jornalismo contemporâneo.

Pode-se dizer que o processo dromocrático atual se solidificou como tal, a partir de uma somatória de fatores, fruto de um processo de evolução gradativa das sociedades anteriores. Como já visto no capítulo anterior, a velocidade

acompanha o homem desde os primórdios, tendo como pano de fundo um viés bélico, passando pela invenção da roda, dos meios de transporte marítimos, terrestres e aéreos, até o surgimento das revoluções industriais e da imprensa, que viabilizou a comunicação entre as sociedades por meio das notícias. Esse processo comunicativo, que carrega no seu dorso a velocidade como vetor propulsor da evolução humana, atingiu o seu ápice com o surgimento da internet, nos Estados Unidos.

A partir daí, o sistema operacional dos veículos de comunicação passou a depender quase que exclusivamente da velocidade como mola propulsora para o sucesso jornalístico de cada empresa. Comunicar-se com o mundo, por meio da internet, se tornou tarefa fácil, viável a qualquer momento.

A Internet surgiu em 1969, quando o Advanced Research Projects Agency (Arpa – Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), uma organização do Departamento de Defesa norte-americano, direcionada para pesquisa de informações para o serviço militar, criou a Arpanet, rede nacional de computadores, que servia para garantir a comunicação entre os estados americanos em caráter de emergência caso os Estados Unidos fossem atacados por inimigos. O tráfego de dados se disseminou rapidamente e, entre os novos usuários, estavam principalmente pesquisadores universitários com trabalhos na área de segurança e defesa. Surgiram, a partir daí, novas redes comunicacionais que passaram a oferecer acesso para outras universidades e organizações de pesquisa americana.

Em pouco mais de vinte anos, surgia o domínio WWW (World Wide Web), criado por Tim Berners Lee, e propagado pelo mundo. O domínio WWW possibilitou o acesso irrestrito, com o passar do tempo, a toda teia comunicacional formada pelos sites que compõem o ciberespaço.

Na verdade, o que a internet consolidou foi a relação do homem com a máquina. Essa relação do homem com os instrumentos comunicativos – que hoje se reforça com o poder tecnológico da internet – é datada do surgimento das civilizações antigas e perpetuada até os dias atuais.



O avanço gradativo da tecnologia fez essa relação aumentar ainda mais. Pierre Lévy – um dos principais especialistas no tema ‘cibercultura’ – salienta que a tecnologia é um instrumento fundamental para o avanço social e, sem ela, o homem dificilmente conseguiria realizar suas atividades diárias bem como se correlacionar socialmente:

Seria a tecnologia um ator autônomo, separado da sociedade e da cultura, que seriam apenas entidades passivas percutidas por um agente exterior? Defendo, ao contrário, que a técnica é um ângulo de análise dos sistemas sócio-técnicos globais, um ponto de vista que enfatiza a parte material e artificial e dos fenômenos humanos, e não uma entidade real, que existiria independentemente do resto, que teria efeito distinto e agiria por vontade própria. As atividades humanas abrangem, de maneira indissolúvel, interações entre pessoas vivas e pensantes, entidades materiais naturais e artificiais, e idéias e representações. É impossível separar o humano de seu ambiente material. Assim como dos signos das imagens por meio dos quais ele atribui sentido à vida e ao mundo (LÉVY, 1999, p. 22).

Considerando as palavras de Lévy, a tecnologia é um importante instrumento para a otimização das tarefas cotidianas. E a internet – ferramenta que simboliza o que de mais avançado se tem atualmente em termos de tecnologia – ampliou significativamente os horizontes comunicacionais. Se, como definiu Lévy, o homem é inseparável do ambiente material, a internet o integra e o faz interagir constantemente com o mundo virtual.

As tecnologias digitais surgiram como a principal infraestrutura do ciberespaço e, conseqüentemente, aumentaram a possibilidade de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação da informação e do conhecimento. Por causa do alto impacto do vetor acelerativo que mantém a internet reverberante, a comunicação dentro da rede se potencializou e passou a ser conhecida como comunicação ‘em tempo real’.

Dentro dessa necessidade de se interrelacionar socialmente e de forma constante, para viabilizar as atividades diárias, se comunicar com empresas e com grupos sociais, o homem, uma vez que tem ao seu lado a internet, passa

a contribuir significativamente para a expansão do ciberespaço. Antes, limitado a ouvir as informações do rádio, assistir às imagens da TV e ler notícias nos jornais, agora, com o advento da internet, ele dispõe de autonomia, principalmente porque pode ser incluído na rede comunicacional como um agente ativo, que responde às informações que lhe chegam. Ele mergulha num oceano virtual onde lhe são oferecidas inúmeras oportunidades, interage, realiza trocas simbólicas, abre portas virtuais e encontra conteúdos novos.

O homem, conforme já mencionado anteriormente, se torna um sujeito dromoapto. As implicações culturais e sociais do digital se aprofundam e se diferenciam a cada aumento de potência ou capacidade. A hipertrofia exponencial do ciberespaço o torna um instrumento de acesso universal e interminável.

A cibercultura, ao permitir a participação contínua do internauta nessa vasta cadeia informativa, acolhe e valoriza a singularidade, oferece acesso à expressão e faz nascer inúmeras formas de linguagem. Como consequência dessa expansão vertiginosa, a internet se retroalimenta automaticamente, o que só faz contribuir para a multiplicação da rede. Novas páginas virtuais se acrescentam umas às outras, aglutinando-se dentro de um mosaico abstrato recheado de informações de todas as naturezas.

À medida que a internet se desenvolve, também faz crescer as comunidades virtuais e os laços sociais que se fortificam dentro do ciberespaço.

Esse crescimento vertiginoso da internet se fundamenta principalmente nas possibilidades que a expansão da rede oferece às cadeias sociais e aos agentes que dela participam diariamente. Essa característica desterritorializante do ciberespaço – que remete o internauta a qualquer lugar do mundo mesmo estando sentado, imóvel na cadeira, em frente à tela do computador – lhe proporciona um universo aberto, dilatando seu campo de ação.

Como sublinha Pierre Lévy:

O ciberespaço encoraja um estilo de relacionamento quase independente dos lugares geográficos (telecomunicação, telepresença) e da coincidência dos tempos (comunicação assíncrona). [...] Contudo, apenas as particularidades técnicas do ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quanto se quiser), se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum, e isso quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários. O que nos conduz diretamente à virtualização das organizações que, com a ajuda das ferramentas da cibercultura, tornam-se cada vez menos dependentes de lugares determinados, de horários de trabalho fixos e de planejamentos a longo prazo. Da mesma forma, ao continuar no ciberespaço, as transações econômicas e financeiras acentuam ainda mais o caráter virtual que possuem desde a invenção da moeda e dos bancos. Resumindo, a extensão do ciberespaço acompanha e acelera uma virtualização geral da economia e da sociedade (LÉVY, 1999, p. 49).

Essa propriedade da internet – que concede ao internauta o poder de se deslocar instantaneamente pelos horizontes da rede experimentando novas formas de navegação, vivenciando diferentes significados virtuais e encontrando rapidamente os conteúdos desejados – transforma esse internauta num agente que – ao mesmo tempo que figura na rede como um sujeito ativo, que toma decisões e interage instantaneamente (na sua própria medida) com os conteúdos encontrados na web – trabalha como mais um internauta passivo do próprio sistema virtual, mergulhado num oceano banhado por conteúdo de várias naturezas que o trazem para dentro da teia.

Assim, um número cada vez maior de pessoas, atraídas pela viabilidade da internet, se aglutina e forma grupos virtuais. Essa reunião de internautas sobre os suportes técnicos otimiza o crescimento da internet e reforça a própria rede como ferramenta fundamental da comunicação contemporânea, pois a coloca como instrumento facilitador dessa comunicação.

A reunião da imaginação humana, que, em grupo, participa simultaneamente das atividades em rede faz nascer o processo chamado por Pierre Lévy, de 'inteligência coletiva':

A inteligência coletiva é uma inteligência variada, distribuída por todos os lugares, constantemente valorizada, colocada em sinergia em tempo real, que engendra uma mobilização otimizada das competências. Assim como a entendo, a finalidade da inteligência coletiva é colocar os recursos de grandes coletividades a serviço das pessoas e dos pequenos grupos – e não o contrário (LÉVY 1999, p. 199-200).

Trata-se de uma inteligência de muitas divisões. A economia, a política, as práticas comerciais, a ciência e, principalmente, a produção industrial com base no eixo capitalista atual estão aí compreendidas. Logo, todas as atividades produtivas se tornam virtuais. Sobre esse desenvolvimento sistemático, Pierre Lévy acrescenta, ainda:

[...] o ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas: memórias (banco de dados, hiperdocumentos, arquivos digitais de todos os tipos), imaginação (simulações), percepção (sensores digitais, telepresença, realidades virtuais), raciocínios (inteligência artificial, modelização de fenômenos complexos). Essas tecnologias virtuais favorecem:

- novas formas de acesso à informação: navegação por hiperdocumentos, caça à informação através de mecanismos de pesquisas [...]
- novos estilos de raciocínio e conhecimento, tais como a simulação, verdadeira industrialização da experiência do pensamento [...] (LÉVY, 1999, p. 157).

De fato, o ciberespaço é um mundo que acolhe todas as vertentes da atividade humana. Virtualiza processos práticos viabilizando os resultados desse processo. Se até recentemente, por exemplo, o homem precisava ir ao banco para pagar suas contas, a internet surgiu e, dentro de uma gama infinita de

atividades, uma delas foi facilitar esse procedimento bancário. A partir de todo esse arranjo virtual, ainda segundo a concepção de Pierre Lévy, o ciberespaço aparece como personagem principal do movimento dromocrático contemporâneo porque, uma vez que possibilita ao internauta uma prática democrática de navegação – com livres escolhas sobre o que consultar, o que consumir e o que encontrar –, consolida-se como instrumento que permite aos sujeitos contemporâneos e às entidades um desenvolvimento no plano lúdico e no plano do dia-a-dia. De resto, o ciberespaço liberta pessoas físicas e jurídicas de qualquer controle, censura, vigília e, ao contrário disso, permite uma extensão ilimitada de suas atividades.

Dentro da internet – ilimitada e um tanto quanto anárquica –, pessoas e empresas se veem livres para atuar e estender seus raios de ação. Assim acrescenta Lévy:

Estou profundamente convencido de que permitir que os seres humanos conjuguem suas imaginações e inteligências a serviço do desenvolvimento e da emancipação das pessoas é o melhor uso possível das tecnologias digitais. Essa abordagem tem diversas implicações, dentre as quais

- econômicas (para o advento de uma economia dos conhecimentos e de um desenvolvimento concebido como valorização e otimização das qualidades humanas),
- políticas (democracia mais direta e mais participativa, abordagem planetária e comunitária dos problemas),
- culturais (criação coletiva, não-separação entre produção, difusão e interpretação das obras) (LÉVY, 1999, p. 208).

Assim como já foi dissertado até aqui, a internet – dispendo de um avanço tecnológico de alto grau – acentua as atividades comunicacionais do homem e também do jornalismo. A facilidade proporcionada pela rede possibilita um agrupamento constante de pessoas, instituições, associações e organizações que se adaptam ao sistema virtual em rede para incrementar suas atividades.

Se a lógica do capitalismo orienta a sociedade a produzir e lucrar progressivamente, o jornalismo agarrou-se às possibilidades oferecidas pela

internet. Dentro desse arranjo sócio-cultural contemporâneo, o valor do tempo também ganhou conotações diferentes. O tempo da internet atual é o tempo da simultaneidade.

Diante disso, o jornalismo online passou a funcionar sob uma ótica peculiar, que atraiu para si a lógica de funcionamento da internet. Se por um lado, beneficiou-se de ferramentas como blogs, twitter, sites de buscas etc, por outro, mergulhou cegamente nas facilidades da velocidade da internet. Como salienta Bernardo Kucinski:

O principal público do jornalismo online são os especuladores e as instituições financeiras. Ele é uma extensão dos serviços de informação econômica ampliados pela Reuters e outras agências quando se acelerou a crise do dólar. Com o jornalismo online, a aceleração do tempo provocada pelo domínio da especulação financeira sobre as demais atividades econômicas migrou para o processo de produção das notícias, levando a uma aceleração correspondente do tempo jornalístico. Assim, o jornalismo online reflete o triunfo do capital financeiro não só sobre a economia, também sobre o processo de produção da notícia (KUCINSKI, 2005, p. 97).

Também sobre o comportamento do jornalismo online, Muniz Sodré ressalta:

Ao mesmo tempo, o virtual representa no âmbito da economia a possibilidade de se agir generalizadamente em função de expectativas difusas, indeterminadas. Marx já falava de 'capital fictício', uma outra dimensão da ratio econômica, onde se especula com opções reais para um futuro imaginário. As opções podem, estrategicamente, tornar-se mais importantes que os lucros especulativos imediatos. A exacerbada mobilidade contemporânea torna aguda a consciência de que é preciso acompanhar as mudanças, mesmo sem que se conheça exatamente a sua natureza (SODRÉ, 2002, p. 18).

O fluxo informativo publicado ininterruptamente pelas empresas jornalísticas tomou dimensões nunca antes constatadas. O volume de notícias atingiu patamares que fogem eventualmente do controle dos próprios veículos de comunicação. Assim, complementa Sodré:

Esta é a singularidade ou o espírito do tempo presente. Frente aos teóricos que buscam caracterizar a sociabilidade atual a partir da metáfora explicativa da “rede” (onde as conexões e as interseções tomam o lugar do que seria antes pura linearidade, característica do “telégrafo”), é preciso abandonar uma ilusão de originalidade substancialista e trabalhá-la, sob o prisma da velocidade e fluidez das conexões. O diferencial é a aceleração distributiva (o oikonomos intensificado) dos processos. Não é, portanto, a mera presença maciça da técnica nos processos sociais, e sim a singular relação intensificada das neotecnologias com o fluxo temporal (IDEM, 2002, p. 14).

Disposto dentro desse novo arranjo sócio-cultural da contemporaneidade, o jornalista também alterou seu comportamento na prática profissional. As exigências rígidas do mercado de trabalho, a constante competitividade e a obrigação de concluir o grande volume de tarefas diárias redirecionaram esse jornalista no que diz respeito à sua forma de trabalhar. Soma-se a isso, a evolução tecnológica que determinou novos padrões, principalmente para o jornalismo online. Sobre todas essas mudanças, Ciro Marcondes Filho faz uma observação pertinente que explica os processos de funcionamento atuais dos inúmeros veículos de comunicação que fomentam o noticiário do nosso dia-a-dia:

A adoção de computadores, sistemas em rede, acesso on line à internet, fusão e mixagem de produtos na tela conduziram as empresas jornalísticas a uma reformulação completa de seu sistema de trabalho, adaptando em seu interior a alta velocidade de circulação de informações, exigindo que o homem passe a trabalhar na velocidade do sistema. Jornalismo tornou-se um disciplinamento técnico, antes que uma habilidade investigativa ou lingüística. Bom jornalista passou a ser mais aquele que consegue, em tempo hábil, dar conta das exigências de produção de notícia do que aquele que mais sabe ou que melhor escreve. Ele deve ser uma peça que funciona bem, ‘universal’, ou seja, acoplável a qualquer altura do sistema de produção de informações (MARCONDES FILHO, 2000, p. 36).



Desde 1996, quando chegou ao Brasil, o jornalismo online vem despertando inúmeras discussões sobre sua eficiência, credibilidade, comportamento ético e a capacidade de oferecer um material de qualidade ao internauta.

A prática do jornalismo na web criou basicamente duas correntes que se debruçam sobre esse ramo da comunicação. De um lado, os que insistem em que a inserção do jornalismo no campo da cibercultura resulta numa decadência. Para essa corrente, a aceleração natural da web impede que repórter, editor e redator deem tratamento adequado à notícia, já que se tornam reféns de um tempo cada vez mais célere.

Do outro lado, os defensores da internet argumentam que a rede mundial de computadores é o caminho para a prática de um jornalismo livre de censura e mais participativo, libertário e eficiente no que diz respeito à publicação de qualquer assunto que interesse à comunidade. O debate sobre o comportamento dessas duas correntes certamente sempre se estenderá na mesma proporção que o crescimento da internet e o surgimento de novas ferramentas disponíveis ao jornalismo online. O aparecimento de qualquer aparato novo sempre será motivo para discussões prós e contras.

A respeito dessa divisão teórica, o jornal *Folha de S. Paulo* publicou, no caderno *+Mais!* do dia 10 de maio de 2009, uma discussão entre dois teóricos da comunicação sobre os benefícios e malefícios da internet como suporte para o desenvolvimento do jornalismo. De um lado, o sociólogo Paul Starr afirma que a mídia impressa é mais significativa que a mídia online porque se solidificou como um canal central para o combate à corrupção e para a sobrevivência da democracia. Do outro lado, Steven Johnson – ex-editor-chefe e co-fundador de uma das primeiras revistas online, a *Feed Magazine* – defende a web como espaço de ampliação da cidadania.

O debate ocorreu durante mais de 10 dias e foi realizado por troca de cartas publicadas pela *Folha de S. Paulo*. Aqui, reproduzimos parte dessa conversa, na base da troca de cartas.

Na primeira carta, Steven expõe seus argumentos que defendem a difusão da internet como instrumento ideal para a transformação e a expansão da comunicação e principalmente do jornalismo online:

6 de abril de 2009

Prezado Paul,

[...] O novo mundo é mais diversificado e interligado. É um sistema no qual as informações fluem com mais liberdade. [...] Tomemos a política como exemplo. A primeira eleição presidencial que acompanhei de maneira obsessiva foi em 1992. Todos os dias, o 'New York Times' publicava um punhado de matérias sobre escalas nas campanhas, debates ou pesquisas de opinião. Todas as noites, eu assistia a programas de TV a cabo para ouvir o que os palpiteiros tinham a dizer sobre os acontecimentos do dia. [...] Compare-se o que havia então com as informações disponíveis na eleição de 2008. Sites como 'Talking Points Memo' e 'Político' faziam reportagem direta. Blogs como o 'Daily Kos' traziam relatos aprofundados sobre corridas individuais, algo que o 'New York Times' jamais teria tinta suficiente para cobrir. Pense no discurso de Barack Obama sobre a questão racial, possivelmente um dos acontecimentos-chave da campanha. Oito milhões de pessoas acompanharam no YouTube. Teriam as redes de TV transmitido esse discurso na íntegra em 1992? Com certeza, não. Ele teria sido reduzido a um minuto no noticiário noturno.

Em resposta a Steven, Paul – também por meio de carta – critica o uso da internet e tenta apresentar argumentos que sustentam a hipótese de que os jornais impressos são mais profissionais e defendem com mais propriedade as necessidades do cidadão:

10 de abril de 2009

Caro Steven,

[...] Sem uma imprensa independente capaz de cobrar responsabilidade dos governos locais e estaduais, o projeto básico de uma democracia federal fica comprometido. A internet está enfraquecendo a capacidade da imprensa de subsidiar a produção de jornalismo de serviço público, e isso por uma razão sobretudo. [...] A competição crescente para chamar a atenção dos leitores no ciberespaço também enfraquece a capacidade de a mídia noticiosa cobrar por seus conteúdos. A recessão atual e a administração insensata vêm agravando esses problemas. Nos EUA, a cobertura jornalística dos governos estaduais vem caindo de maneira nítida. [...] Contrariamente ao seu relato, o recuo dos jornais não vem sendo

compensado por uma tendência de veículos on-line preencherem a brecha criada. Existem na verdade três problemas separados aqui:

1) a produção de notícias feitas com profissionalismo; 2) a produção de um público engajado; e 3) a produção de responsabilidade política efetiva. Embora seja inquestionável que a internet oferece uma diversidade de opinião e acesso a novas fontes, ela não vem conservando o jornalismo profissional generalista em seus níveis anteriores. Estão sendo servidos alguns públicos de nicho. [...] Seria insensato prever se a web será ou não capaz de sustentar o tipo de jornalismo para o público geral que os jornais têm produzido, historicamente.

Conforme já exposto no presente trabalho, o debate entre essas duas correntes teóricas é inesgotável. Os argumentos apresentados pelos dois teóricos sugerem que a internet é maniqueísta: em fator de degradação, de um jornalismo que se atrela às facilidades da rede ou, por outro lado, transforma o jornalismo em um instrumento ágil, que contribui para o fortalecimento da democracia, uma vez que convida o cidadão conectado a participar ativamente desse laço social que vai beneficiar a todos.

Como se vê, as opiniões divergem. Mas ouçamos ainda Bernardo Kucinski, em uma palestra proferida na Conferência de Comunicação da Pastoral da Comunicação, da CNBB, em Belém do Pará, em maio de 2002.

Ali, ele afirmou que a internet surgiu como um instrumento que entrou na contramão das imposições da Revolução Industrial e por isso foi capaz de se expandir e proporcionar uma comunicação mais aberta:

Do ponto de vista tecnológico é um erro considerar a revolução de micro-eletrônica como mero desdobramento da revolução industrial que criou a máquina no século XVII. As novas tecnologias levam a organização da produção a uma direção oposta à da daquela revolução industrial. É como se fosse uma contra revolução industrial. Grupos amplos de trabalhadores, em especial os trabalhadores intelectuais, recuperaram uma autonomia relativa que havia sido destruída impiedosamente pelo capital intensivo da revolução industrial do século XVII. Esse é o maior significado da atual

revolução tecnológica. Ela é barata, anti-concentradora e libertária (Conferência de Comunicação da Pastoral da Comunicação, da CNBB, 2002)

De fato, o baixo custo e o fator anti-concentrador se tornaram características determinantes para que a internet funcionasse como ferramenta de livre acesso a qualquer pessoa conectada à rede. Na web, a livre participação torna o usuário um agente ativo, que pode contribuir para o crescimento do conteúdo online. Não que nos outros veículos o público não tenha espaço para interagir, mas a interatividade nas outras mídias é aqui muito mais seletiva, ordenada. Nesse aspecto é possível afirmar que a internet oferece a chance de cada um interagir à própria maneira com outros conteúdos que vão costurando a grande teia informacional que compõe a web. É possível citar uma série de serviços que contribuem direta ou indiretamente para prática do jornalismo online.

Talvez, a primeira ferramenta desenvolvida dentro da rede mundial de computadores e que hoje é instrumento imprescindível na produção do jornalismo online são os sites de busca. O *Google* se tornou o site mais conhecido. Ao digitar qualquer palavra dentro do campo de buscas, o usuário tem à disposição um número vasto de ofertas de sites nos quais está disponível a informação desejada. Claro, as páginas que oferecem informações falsas a respeito de determinado assunto são inúmeras, mas mesmo pelos sites de buscas, é possível encontrar o endereço de sites oficiais em que estão contidas as informações nas chamadas 'fontes oficiais'. É o caso de sites governamentais ou de instituições diretamente ligadas aos assuntos procurados (ONGs, empresas, conglomerados, indústrias, multinacionais etc). Um exemplo simples é a consulta ao site da Telefônica, empresa de telefonia fixa e móvel que disponibiliza em suas páginas o número do telefone dos cidadãos cadastrados na empresa. Se desejo encontrar, por exemplo, o número de telefone de determinada empresa para redigir uma reportagem sobre o assunto no qual a empresa está envolvida posso rapidamente encontrar os contatos de tal empresa digitando o nome dela na lista de cadastrados da Telefônica. Ou ainda, é possível localizar qualquer parlamentar

brasileiro acessando os sites governamentais, encontrando posteriormente o número de telefone da assessoria de imprensa ou do gabinete do político procurado.

Os sites de buscas vão se tornando velhos instrumentos conhecidos de quase todos os internautas. No que diz respeito às novas ferramentas de comunicação da web, o blog e o twitter surgiram como duas tecnologias inovadoras que reforçaram esse caráter agregador do jornalismo online. O blog consiste em uma página na internet, criada e mantida individualmente, que traz publicações periódicas de um assunto específico ou de vários temas misturados, em ordem temporal (ou seja, a notícia segue a ordem da mais atual para a mais antiga): são os posts. Cada post é uma mensagem que, quando publicada pelo mediador (dono do blog) pode ser comentada por todas as outras pessoas conectadas à rede. Como o blog pode ser criado por qualquer internauta, esse serviço vem crescendo exponencialmente e adquiriu características próprias. Uma delas incorporou-se ao jornalismo, ou seja, o blogueiro passou a ser um publicador de notícias comentáveis e, conseqüentemente, uma fonte de informação e discussão.

O Twitter é semelhante. A princípio, essa ferramenta funciona como uma página na internet, onde qualquer usuário cadastrado tem espaço para publicar uma mensagem de 140 caracteres dizendo o que está fazendo no exato momento em que escreve no Twitter. O serviço funciona como uma espécie de terapia ocupacional, puro lazer, restrito a um grupo fechado de amigos ou colegas de um determinado círculo social. Mas, assim como acontece com o blog, o twitter também estendeu sua funcionalidade para as práticas do jornalismo online, tornando-se uma fonte de informação instantânea.

Desse modo, o jornalismo vem utilizando essas duas ferramentas para tentar se sobressair dentro do vetor acelerativo de que estamos tratando. Em artigo aqui já mencionado, Alex Primo fala sobre a passagem do Blog e do Twitter a instrumentos hoje incorporados à teia produtiva do jornalismo online:

Em virtude da rapidez com que se publicam tweets na rede, com frequência a rede Twitter consegue divulgar notícias com muito mais rapidez que qualquer meio jornalístico tradicional. Os tremores sentidos em São Paulo em 22 de abril de 2008, por exemplo, foram primeiro noticiados no Twitter (...). A coluna 'Toda Mídia', do jornalista Nelson de Sá, publicada em 23 de abril de 2008 na Folha de S. Paulo, relata a cobertura da mídia sobre os abalos e reconhece que o fato foi primeiro noticiado no Twitter e em blogs (REVISTA GALÁXIA, n. 16, p. 47).

A importância do Blog e do Twitter como divulgadores de informações instantâneas é inegável. Cada internauta, detentor de um blog, publica na sua página aquilo que bem entender. Desse ângulo, não haveria por que criticar a internet. Sobre esse aspecto Alex Primo, mencionando os teóricos Chris Anderson e Yochai Benkler, observa:

Mas, se de fato a maior parte dos blogueiros não tem formação jornalística, de onde vem o interesse pelo que escrevem? Para Anderson (2006, p. 183), muitos blogueiros escrevem sobre áreas que dominam. 'Às vezes, por serem participantes, não apenas observadores, chegam a ter melhor acesso às fontes de informação do que os jornalistas'. Nesse contexto, o autor aponta que o 'New York Times', por exemplo, já não compete apenas com outros jornais da cidade, mas com todo o volume de informações disponíveis online. A blogosfera ganha relevância não apenas na produção e na distribuição de informações mas também no debate de notícias veiculadas por meios massivos. Benkler (2006, p. 262-265) lembra do emblemático caso em que os blogs não permitiram que uma observação racista do senador Trent Lott, feita em 2002, passasse despercebida já que foi ignorada pela mídia de massa. Durante a comemoração do centésimo aniversário do senador Republicano Strom Thurmond, Lott afirmou que os Estados Unidos estariam melhor se ele tivesse vendido as eleições presidenciais em 1948. Como a campanha de Thurmond tinha forte tom segregacionista, blogs americanos liberais e conservadores encarregaram-se de divulgar comentários racistas anteriores de Lott. A repercussão na blogosfera levou os veículos de massa a dar atenção à história, o que acabou levando o senador Lott a renunciar ao posto de líder da maioria. Esse acompanhamento sobre como a grande mídia cobre os fatos é, segundo Benkler, a função de watchdog dos blogs políticos (IBIDEM).

Assim, poder-se-ia dizer que o Blog e o Twitter podem contribuir para a continuidade e o aprofundamento de um assunto lançado pela mídia de massa. No caso exemplificado por Alex Primo, o movimento dos blogs e twitter contribui para o levantamento de uma questão importante, relacionada ao racismo e que, depois de ser amplamente divulgada, determinou a renúncia de um senador por quebra de decoro parlamentar. Blogs e twitter funcionam como



instrumentos auxiliares na busca pela informação. São ferramentas facilitadoras da divulgação de determinado acontecimento, capazes de ajudar o jornalista a buscar outras informações decorrentes da informação inicialmente divulgada pelo blog ou pelo twitter. Os sites funcionam como complementos de uma atividade que requer cuidado e atenção no tratamento da notícia. Apenas viabilizam a lapidação da informação. A partir de uma informação inicial, haverá uma checagem, um tratamento adequado e um enquadramento de determinado assunto no eixo criterioso do jornalismo de qualidade, que caberá ao veículo de comunicação desenvolver.

Essas duas ferramentas contribuíram tão significativamente para a consolidação da troca de informações no jornalismo online que o meio jornalístico da rede mundial de computadores adotou esses dois instrumentos como fundamentais no dia-a-dia das redações. Os exemplos da importância dessas duas ferramentas são amplos: temos em vários blogs, por exemplo, a transmissão na íntegra de discursos políticos, coletivas de imprensa, pronunciamentos de autoridades e vários outros eventos jornalísticos relevantes que, numa mídia como jornal, rádio ou televisão jamais teriam a mesma amplitude de cobertura. São eventos que abrem um espaço imenso para a participação coletiva do debate e da ampla discussão a respeito do fato divulgado na internet. Por exemplo, um blog criado por uma associação de bairro pode proporcionar a divulgação irrestrita de algum problema ocorrido na região que será discutido por moradores e comerciantes e, eventualmente, despertar interesse na mídia. Tudo isso, fruto da agregação de várias vozes diferentes em um único site. A partir do levantamento de determinado problema por um grupo que debate o tema em um blog, outras pessoas vão se interessar pelo fato e, eventualmente, cobrar o poder público. Como reforça Alex Primo:

Blogs e microblogs viabilizaram processos comunicacionais de dupla via, não a mera distribuição de informações, típica dos meios de massa e da maior parte da mídia de nicho. Além disso, permitem que cidadãos tenham acesso à distribuição de mensagens a públicos que não poderiam ser alcançados através da comunicação presencial ou de meios como cartas, cartazes e telefones. [...] A micromídia digital veio permitir que processos comunicacionais pudessem ultrapassar

barreiras geográficas e temporais com investimento muito baixo, em comparação com as demandas econômicas para a abertura e manutenção de meios massivos, e sem a necessidade de concessões políticas, como é o caso de emissoras de rádio e televisão (REVISTA GALÁXIA, 2009, p. 57).

Blogs e twitter não são os únicos instrumentos hoje existentes. Programas radiofônicos e televisivos podem ser ouvidos e vistos não apenas pelo próprio canal de comunicação (o rádio e a TV), mas também nos respectivos sites das emissoras – clique aqui e assista ao jornal ou ouça o programa ao vivo. Também foram transportados para a web os conteúdos dos jornais impressos e das revistas; basta que o assinante do periódico seja cadastrado no site do respectivo jornal ou revista. Ele digita a senha de acesso pela rede e encontra na internet o mesmo conteúdo disponível na banca de jornal da esquina.

Com essas variações, a internet otimizou-se como ferramenta integrante das outras mídias e vem, aos poucos, incorporando as atividades antes atribuídas especificamente a cada veículo de comunicação, com suas particularidades e características peculiares. Hoje, por exemplo, se quero acompanhar cada lance da partida de futebol do meu time, não preciso necessariamente apoderar-me de um aparelho de rádio ou TV. Se me conectar à internet, acompanho o mesmo jogo pelo site da emissora de TV ou de rádio. Ou ainda: se meu computador não dispuser de configuração adequada para abrir o programa de áudio, posso acessar a página de qualquer agência de notícia ou site esportivo que o relato da partida, minuto a minuto, estará disponível na seção de esportes do site visitado. Ao acessar determinado site especializado em jornalismo esportivo, logo na página referida sou remetido à chamada “acompanhe agora ao vivo, minuto a minuto São Paulo x Corinthians”, ou “Palmeiras x Santos”, ou “Vasco x Flamengo” ou “Cruzeiro e Atlético-MG” ou qualquer que seja o jogo realizado naquele dia. Ao final de cada partida, no mesmo site, posso assistir aos gols (se houver) sem ter de esperar pelo próximo programa esportivo na televisão. Enquanto as emissoras de TV correm para agilizar o processamento das imagens dos gols através do caminhão de link estacionado na porta do estádio, o jornalista que está conectado à internet na sala de imprensa dentro do estádio gera as imagens dos gols

instantaneamente, por meio de seu notebook, disponibilizando assim ao internauta uma informação instantânea sobre um evento que está acontecendo ou acabou de acontecer. O material jornalístico final será idêntico ao material produzido pela emissora de TV que, no entanto, só terá condições de mostrar os gols no programa subsequente à partida de futebol realizada há pouco.

O próprio jornalismo opinativo está migrando constantemente para mídia digital, onde encontra um espaço mais aberto e veloz para se propagar. Muitos editoriais, artigos e colunas não aguardam o dia seguinte para serem estampados nas páginas dos veículos impressos. Ao serem redigidos, vão para a internet: são publicados no mesmo instante para deleite dos internautas famintos pela opinião dos especialistas. Hoje, blogs conhecidos, respeitados e amplamente visitados se tornaram não só fonte de opinião como instrumento de informação atualizada. Vários jornalistas respaldados pela credibilidade pública e pelos longo anos de experiência na profissão se consolidaram nesse ramo como profissionais de alto gabarito capazes de propagar informação rápida, consistente e confiável.

Deixando de lado julgamentos pessoais sobre o estilo profissional de cada um, o fato é que todos esses jornalistas funcionam hoje, de certa forma, como porta-vozes dos veículos em que trabalham por darem à empresa um retorno imediato de audiência. Citem-se alguns deles: Juca Kfourri, Ricardo Noblat, Fernando Rodrigues, Josias, Cristiana Lobo, Luis Nassif, Mino Carta. Juca Kfourri, em seu blog alimentado várias vezes ao dia, chega a proporcionar centenas de comentários arrastando uma legião de blogueiros, gente que se sente, de certa forma, importante porque consegue expressar a própria opinião dentro de um veículo de comunicação mantido por um jornalista esportivo com décadas de experiência e conhecido no ramo.

Foi dentro dessa tendência que a *Rádio Bandeirantes* de São Paulo, por exemplo, abriu um canal direto e instantâneo de comunicação com o ouvinte não só pelo e-mail, mas pela mensagem de celular, popularmente conhecida como Torpedo ou SMS: qualquer pessoa que estiver acompanhando a programação da rádio no carro ou com um rádio de pilha pode entrar em

contato diretamente com o âncora ou locutor enviando mensagens por meio do aparelho telefônico. O ouvinte, assim como o internauta que acessa o twitter, se transforma numa fonte de informação. Se ele estiver, por exemplo, passado por determinado local e perceber algo de anormal, pode alertar a rádio enviando o Torpedo ou o SMS.

Ainda segundo Alex Primo:

Enfim, é possível inferir que existe hoje uma relação simbiótica entre os níveis midiáticos. [...] De fato, as interfaces digitais facilitam a livre circulação de informações em escala global, o debate público sobre notícias e a própria publicação de textos e análises críticas por pessoas sem formação jornalística ou vinculação com instituições midiáticas (IDEM, 16, p. 58).

Mas há uma linha tênue que divide o jornalismo de qualidade e eficiência, do jornalismo praticado fora dos padrões condizentes com os ideais da profissão. E é na quebra dessa linha que a internet passa a agir de forma negativa, porque degrada aquilo que é fundamental para o jornalismo, seja ele online ou não: a responsabilidade social e o comprometimento não só com os interesses de cada veículo de comunicação como também os interesses do cidadão.

De fato, se a política mercantilista das mídias pede uma produção ininterrupta, o jornalismo – dispondo da internet como instrumento para a otimização de suas atividades – encontra uma maneira de se encaixar nesse eixo produtivo em larga escala. A internet acolhe, aceita, deixa passar o que quer que se coloque nela. É um instrumento passivo, que não dispõe de qualquer censura informativa, que não se baseia em critérios pré-definidos para selecionar o que será ou não oferecido ao seu público. Na internet, pode-se tudo. Se a produção é ininterrupta, pois deve alimentar a rede frequentemente, o produto correspondente é a notícia, que nem sempre traz consigo os valores exigidos pelo jornalismo de qualidade, conforme já mencionado na introdução. Exemplos disso serão mostrados no último capítulo.

Antes é necessário compreendermos como o jornalismo online poderia ser efetivamente construído dentro de valores que regimentam um produto de qualidade. No livro *Um País Aberto – reflexões sobre a Folha de S. Paulo e o jornalismo contemporâneo*, o jornalista Manuel Francisco Brito reflete a respeito dos mecanismos de funcionamento da internet e nota que o modelo criado hoje pelos portais – que privilegiam muitas vezes a superficialidade da notícia em favor da audiência permanente do leitor – vão de encontro ao conceito de

informação de qualidade de forma injustificável. Manuel Francisco Brito aponta um exemplo clássico que ilustra como o jornalismo pode ser bem feito na internet, se for desatrelado desse processo mercantilista. Brito, durante dois anos e meio foi diretor da revista eletrônica *Notícias e Opiniões* (chamada por Francisco Brito de 'no.'), lançada na internet em 2000. Ele faz um relato do conteúdo dessa revista eletrônica e mostra as vertentes do bom jornalismo quando desvinculado do imperativo do capitalismo:

Lá pelos idos de 1999, 2000, os manuais da imprensa que dava certo na web brasileira rezavam que ela deveria publicar textos curtos, com pouca informação e com a máxima frequência possível.

A no. apostou num conceito de jornalismo que era bem diferente [...]. Ela reuniu um grupo de pessoas [...] que sentiam saudades de uma publicação que revelasse mais a informação exclusiva e menos a fofoca, dedicasse tempo e dinheiro a reportagens mais profundas. [...] Através dela, nós, jornalistas, redescobrimos o óbvio – que havia um monte de órfãos no mercado editorial, gente que não se contenta com a qualidade atual da imprensa, que não lê Caras ou que não tem grandes interesses na última declaração, mais uma, do Aécio Neves. [...]

Não foi por causa da bolha, no entanto, que a no. Morreu. [...] O que lhe faltou para continuar vivendo foram justamente acionistas e investidores que entendessem desse tipo de empreitada (DEPOIMENTOS, 2003, p. 127-128-129-130).

O relato de Manuel Francisco Brito é reforçado pelas palavras de Ciro Marcondes Filho, que também defende a desvinculação gradativa do poder do mercado como base de sustentação de uma prática jornalística efetiva socialmente:

A saída para o jornalismo só pode ser procurada dentro do jornalismo [...] tomar empréstimos ou atuar mercadologicamente são políticas que, além de não tocarem no núcleo da questão por serem respostas externas, esvaziam o jornalismo naquilo que ele tem de mais exclusivo: a capacidade de se tornar uma força efetiva de expressão de sua massa de leitores (MARCONDES FILHO, 1989, p. 176).

Também no livro *Um País Aberto – reflexões sobre a Folha de S. Paulo e o jornalismo contemporâneo*, o jornalista Daniel Piza fala a respeito dessa relação de força que o jornalismo cultural bem conceituado deve manter com o seu leitor:

O que ocorre é um empobrecimento técnico crescente, em que diversos gêneros deixam de ser praticados como poderiam. [...] O bom jornalista tem de primeiro buscar compreender o fato ou o objeto diante de si, mas, como para isso trabalha com seu repertório e suas inclinações, depois tem de desenvolver uma consciência crítica a respeito dele, destacando suas implicações éticas e históricas. [...] O leitor é um parâmetro final da atividade jornalística, por certo. Mas ela não consiste em apenas retificar – ou, na verdade, tentar adivinhar – seus gostos e juízos. Também deve provocá-los, às vezes até mesmo desafiá-los, e não raro o leitor saberá ser grato a isso [...] O jornalismo cultural brasileiro só vai vencer todo esse jogo de oposições absolutas quando se der conta de sua riqueza, importância e atratividade (DEPOIMENTOS, 2003, p. 145-146-147-148-149).

## CAPÍTULO 2

### A noticiabilidade

O significado de notícia assumiu diversos contornos por inúmeros teóricos da comunicação. O conceito de notícia, portanto, pode ser estabelecido sob diversos ângulos de avaliação, dependendo da linha conceitual de cada teórico. Talvez a definição mais pertinente em termos conceituais – portanto ideal para a sustentação das hipóteses deste trabalho –, esteja na obra *Teorias das comunicações de massa* (2008, 3ª edição), de Mauro Wolf, onde o próprio autor classifica como “critérios de noticiabilidade” os mecanismos adotados pelos veículos de comunicação para decidir o que é e o que não é notícia. Segundo Wolf, antes de ser elaborada e publicada, a notícia é submetida a uma avaliação crítica dos jornalistas e que vão, por sua vez, determinar os processos de elaboração da notícia. Trata-se da prática do *gatekeeper*, um conceito desenvolvido por Kurt Lewin, na década de 40, que estabelece que todo o fluxo informativo, antes de publicado, é balizado por agentes que filtram e avaliavam o acontecimento antes de transformá-lo em informação.

Diante de inúmeros acontecimentos que decorrem do dia-a-dia, teria o *gatekeeper* a função de amenizar o impacto dos acontecimentos não os deixando se tornar candidatos à notícia sem uma avaliação prévia. Sobre isso, salienta Wolf (2008, 194-195) utilizando-se do conceito elaborado por Tuchman:

[...] O mundo da vida cotidiana – a fonte das notícias – é formado por uma “superabundância de acontecimentos” [...]. O aparato de informação deve selecionar esses eventos. Pelo menos a seleção implica o reconhecimento de que o acontecimento é um evento, e não uma sucessão casual de coisas, cuja forma e cujo tipo subtraem-se à gravação. O objetivo de selecionar é dificultado por uma característica ulterior dos acontecimentos. Cada um deles pode reivindicar ser o único, ou seja, o fruto de uma conjunção específica de forças sociais, econômicas, políticas e psicológicas, que transformaram o evento “nesse evento particular” [...]. Do ponto de



vista do aparato informativo, é impossível aceitar essa exigência para todos os acontecimentos (WOLF, 2008, p. 194-195).

Sendo assim, caso não se encaixe nos critérios de noticiabilidade, o fato é excluído da lista das notícias publicáveis, reduzindo-se ao conhecimento apenas das pessoas que o presenciaram. A seleção da notícia se dá diante de um conjunto de decisões e de escolhas fundamentadas em conceitos jornalísticos que transformam a matéria-prima do acontecimento num produto final (a notícia) complexo, repleto de informações, esmiuçada em todas as suas vertentes que vão oferecer ao seu consumidor (leitor, ouvinte, telespectador ou internauta) todas as bases informativas para a compreensão do fato em questão.

Afinal, em quais critérios se baseia a noticiabilidade proposta por Mauro Wolf? É também na própria obra de Wolf (2008 3ª edição) que vamos encontrar esses critérios. Vale destacar três deles que basicamente definem o que é notícia:

1 – Caracteres substantivos da notícia: trata-se de um critério que avalia a natureza do acontecimento e seus aspectos relevantes, articulados em quatro fatores:

- a) Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável (políticos, autoridades religiosas e policiais e celebridades em geral seriam agentes potencialmente significativos para compor a lista dos critérios de noticiabilidade. A participação ativa de um desses personagens em dado acontecimento seria suficiente para transformar o acontecimento em notícia).
- b) Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional (quando determinado acontecimento incide sobre a nação e se torna capaz de alterar o comportamento dessa nação, ele também se transforma em notícia. Exemplos: queda de um avião resultando em muitas mortes, ondas de assalto em determinadas regiões, assassinatos em série, grandes crises financeiras, acontecimentos culturais e esportivos

pontuais e significantes, catástrofes da natureza com elevado potencial de destruição).

- c) Quantidade de pessoas que o acontecimento envolve.
- d) Relevância e significatividade do acontecimento em relação aos desenvolvimentos futuros de uma determinada situação (Por exemplo, as consequências da eleição de uma eleição presidencial, o impacto da queda do dólar, a alteração geográfica de um país atingido por uma catástrofe da natureza)

2 – Critérios relativos ao produto: trata-se de saber em que medida o acontecimento é viável para a cobertura jornalística do dia, em detrimento de outras coberturas que ocorrem simultaneamente. Mais especificamente: se dado acontecimento ocorre paralelamente a outros fatos, o veículo de comunicação precisa cumprir determinada carga de cobertura. Isto significa priorizar certos acontecimentos (por exemplo, obedecendo aos critérios do tópico número 1) e abandonar outros fatos menos importantes, mesmo que estes se encaixem naturalmente em algum critério de noticiabilidade. Os jornais, programas de rádio ou de TV suportam um limite de notícias por dia. Caso a quantidade se exceda, exclui-se o(s) acontecimento(s) menos importante(s).

3 – Critérios relativos ao público: tratam-se de acontecimentos de cunho social que, quando transformados em notícia, estabelecem uma ordem à comunidade porque geralmente resgatam um valor social do jornalismo: de funcionar em comunhão com os interesses da comunidade, sempre com um viés construtivo, que resulte no progresso (podemos tomar como exemplo os jornais de bairro ou os programetes de rádio e de televisão que promovem prestação de serviço, cobrando junto aos órgãos governamentais melhorias para o bairro no que diz respeito às fragilidades dos serviços públicos)

Diante desses três fatores que vão determinar o que é ou não notícia, o jornalismo vai se posicionar com determinada influência no cenário social. Seu principal papel será o de agente otimizador desses fatores para transformar cada acontecimento (dentro dos conceitos de noticiabilidade) em notícia,

levando em conta todas as suas vertentes. A notícia deverá dispor de uma base informativa completa e correta capaz de oferecer ao seu leitor um conteúdo esclarecedor e consistente. Informar bem e corretamente é oferecer ao público um material jornalístico que aborde o fato sob diversos ângulos, que preencham as necessidades informativas do leitor, que saciem todas as suas dúvidas e curiosidades.

Por isso, a velocidade da internet, no que diz respeito quanto à sua influência sob o jornalismo, tem um limite, que esbarra na linha tênue que divide o conteúdo de boa qualidade e de má qualidade. Quando trabalhada com eficiência, a aceleração da web é benéfica. Blogs, twitters, por exemplo, são fundamentais para o jornalismo online até certo ponto: auxiliam na divulgação de informações que, posteriormente, precisam ser cuidadosamente apuradas. As transmissões online de partidas de futebol também são outros exemplos de instrumentos criados na web que oferecem um serviço jornalístico completo para o internauta: informam o placar e tempo do jogo, dispõem do relato da partida, oferecem a ficha técnica do evento (quais atletas tomaram cartão amarelo ou vermelho, quem fez o gols do jogo etc). Os blogs de economias, esporte, política etc também são outros exemplos de como o jornalismo opinativo vem ganhando espaço na rede mundial de computadores com competência e credibilidade.

Mas o jornalismo online não se limita só a essas ferramentas como base de sustentação de sua prática. A internet vive majoritariamente de notícias, que podem surgir a partir do auxílio de blogs, twitters, sites de busca e outras ferramentas, mas que posteriormente, deverão ser trabalhadas dentro de outros instrumentos. É aí que a velocidade se torna peça-chave no que diz respeito ao modo de produção do jornalismo na web. O jornalista não pode ser apenas um agente transmissor do acontecimento, uma máquina reprodutora de informações, recebidas, por exemplo de um post de um blog ou de uma mensagem do twitter – que tem funções limitadoras. Ele deve dispor, acima de tudo, de espírito crítico e social para cumprir uma missão que lhe é passada e que deve, primeiramente, atender às necessidades de milhares de pessoas que vão, a princípio, depositar confiança e credibilidade no produto que lhes

será transmitido. Não basta utilizar um blog ou um twitter para divulgar qualquer tipo de acontecimento. É preciso ir além. Avançar dentro dos padrões jornalísticos que regem a produção efetiva da notícia. A tarefa jornalística cotidiana deveria ser encarada, como nota Clóvis Rossi, como “uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes” (ROSSI, 1982, p. 7).

Tendo como regra básica esse espírito social, o jornalista precisa enxergar o fato com cautela e ser capaz de transformar esse acontecimento num produto jornalístico plausível, que obedeça a uma lógica narrativa que aborde todas as vertentes do fato, balizada em valores éticos e morais, informando corretamente o leitor – sem decisões precipitadas, respeitando a cronologia desse acontecimento e aguardando todos os seus desdobramentos naturais – e, mais do que isso, despertando a consciência desse leitor para que ele reflita sobre cada aspecto da notícia, obtendo capacidade de discernimento diante de tudo o que lhe é apresentado. O jornalismo é um processo social realizado dentro de uma ação consciente do jornalista, que tem o dever de investigar o acontecimento, selecionar seus vetores construtivos, avaliar suas implicações conceituais e sociais e, depois de filtrar e separar causas, consequências e desdobramentos, desenvolver uma narrativa coerente, relatando aquilo que lhe for socialmente justificável dentro dos critérios de noticiabilidade, portanto de interesse público.

O jornalismo, nesse sentido, é o elo que, nos processos sociais, cria e mantém mediações viabilizadoras do direito à informação. Assim, trilha o princípio ético universal que deve orientar a moral das ações jornalísticas em função da qual o jornalista assume responsabilidade pelas suas tarefas cotidianas. O direito à informação não se restringe apenas ao mecanismo de receber essa informação. É preciso uma prática jornalística correta e efetiva para que essas informações sejam recheadas de conteúdos efetivos, construídos dentro de contextos consistentes e bem elaborados. Não basta receber determinada informação de uma mensagem de celular ou de um blog ou ainda da interatividade do twitter. É preciso trabalhar essa informação antes de transformá-la em notícia. Para esclarecer um pouco mais sobre como o

conceito da ética serve de instrumento balizador do bom jornalismo, podemos citar as teorias de Eugênio Bucci que afirma que:

Há diferentes correntes filosóficas que tratam da ética, mas, de um modo geral, todas precisam ter como base uma teoria que sustenta a racionalidade, a liberdade e a responsabilidade do sujeito, de forma que suas palavras e suas ações possam ser medidas por ele e compreendidas e aceitas como válidas por aqueles que o cerca (BUCCI, 2000, p. 16).

As palavras de Bucci só reforçam a idéia, anteriormente apresentada nesse mesmo capítulo, de que o jornalista – por mais que esteja, durante uma cobertura, envolvido emocionalmente com o acontecimento, que, durante o processo de apuração, utilize toda sua bagagem cultural e de seus valores subjetivos – deve render-se ao máximo a valores sociais exteriores, ao conceito coletivo, a fim de otimizar a prática jornalista e conseguir elaborar um produto jornalístico que atenda – se não exclusivamente, pelo menos majoritariamente – às necessidades da sociedade e que ofereça a essa sociedade um conteúdo repleto com respaldo suficientes para aguçar o espírito crítico desse grupo. Se o efeito político, do jornalismo que estamos considerando aqui, é o fortalecimento da democracia, esse jornalismo só fará sentido num ambiente que cultive a pluralidade. E a realização de tudo isso passa pela influência prática do bom jornalismo. Sobre essa implicação do bom jornalismo na formação da sociedade, tendo como base os valores éticos na produção jornalística, Bucci ressalta:

A ética é da esfera do cidadão – e a técnica se restringe aos especialistas. Na democracia, porém, a técnica deve, ao menos em termos ideais, buscar uma subordinação às decisões éticas socialmente compartilhadas. A ética, nessa perspectiva, é o campo em que se estabelece o sentido comum – social – de um fazer específico; é o campo em que se definem os benefícios comuns que devem ser promovidos por esse fazer específico e os limites além dos quais esse fazer não está autorizado a ir (IDEM, p. 48).

Diante de tal explanação, ética e técnica jornalística seriam fatores indissociáveis no que tange a produção jornalística de qualquer natureza. Ter ética no jornalismo significa curvar-se a todas as implicações do acontecimento e dar-lhe tratamento devido. O jornalista, ao noticiar o fato, deve, primeiro, estudar o que ocorre ao seu redor e tentar estabelecer qual o significado daquilo para o meio social. Em seguida – como um guerreiro que se entrega à “uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes” – conforme já havia dito Rossi (1982, p. 7) – o jornalista vai mergulhar no oceano que o cerca e que alimenta o acontecimento em questão. Para finalizar um material jornalístico lúcido, correto, completo e coerente, nos sentidos aqui expostos, esse jornalista precisa não apenas ater-se à apuração das vertentes que constroem o fato. Para isso é necessário aprofundamento conceitual, calma e paciência, critérios logísticos durante a narrativa textual, introspecção mental para saber equilibrar as vertentes do fato e seus possíveis desdobramentos, cálculo do volume de informação produzida (para não escapar dos critérios de noticiabilidade e não transformar a notícia em um material jornalístico saturado, sensacionalista e/ou espetacular – ou, ao contrário, em algo fraco, sem consistência informativa).

Para elucidarmos o que seria a prática do jornalismo objetivo e de responsabilidade – inclusive o online –, fundamentado em valores éticos e nos critérios de noticiabilidade já apresentados neste trabalho, tomemos como exemplo de acontecimento noticiável um arrastão realizado por dezenas de bandidos em uma praia do litoral paulista. Ao elaborar a notícia, o jornalista deve, no mínimo, se concentrar-se primeiramente nos dados iniciais que vão relatar a amplitude do acontecimento: onde, como e quando ocorreu o arrastão, quantos bandidos participaram do assalto, quantas pessoas foram roubadas, qual o volume de objetos levados pelos criminosos, se houve confronto com a polícia, pessoas baleadas e se algum ladrão foi preso.

Para condensar a matéria, o repórter não vai se valer apenas das informações obtidas no boletim de ocorrência elaborado na delegacia. Ele deve ouvir testemunhas que presenciaram a chegada e a fuga da quadrilha, pessoas que foram vítimas do arrastão, policiais que participaram da perseguição aos

bandidos, o delegado responsável pelo inquérito policial. Para recheiar a matéria – ou até construir uma segunda reportagem como apêndice da matéria principal – o repórter pode apurar se em meses ou anos anteriores houve ocorrência parecida no mesmo local, como foi, em quais circunstâncias.

A matéria também abre espaço para a declaração de um especialista sobre ocorrências dessa natureza, que vai dizer, por exemplo, em quais circunstâncias uma quadrilha realiza um arrastão (se os bandidos procuram vítimas com perfis específicos, fáceis de serem roubadas, se a ação foi planejada pois os ladrões que já conheciam o local e a rotina dos frequentadores daquela praia etc).

É aí que entra a linha tênue que separa a velocidade das ferramentas da internet do jornalismo de boa e má qualidade. Um arrastão não é um acontecimento qualquer. Não há como se valer única e exclusivamente, por exemplo, de um post em um blog ou de uma nota no twitter, para anunciar para o internauta que um arrastão está acontecendo em determinada região da cidade. É preciso checagem e aprofundamento na informação. Por que aconteceu? Como? Muitas pessoas foram roubadas? O arrastão ocorre no meio da rua, dentro de um estabelecimento comercial, residencial? Como confiar cegamente na informação divulgada, por exemplo, num twitter?

Se por um lado, a aceleração da rede possibilita a interatividade instantânea (com blogs, twitters, sites de busca etc), por outro força pode condicionar os veículos de comunicação a produzirem conteúdos degradados que não representam a informação de qualidade. Um twitter vai reproduzindo, de forma fracionada, mensagens de todos os gêneros, por quem quer que esteja conectado. Não há como classificar de 'jornalismo' uma ferramenta que simplesmente disponibiliza um apanhado de informações produzidas por qualquer internauta conectado que resolve escrever sobre determinado assunto que o próprio internauta julga como notícia. É um instrumento facilitador para a coleta de informações. Daí até a divulgação das informações transformadas em notícias entra o papel do jornalismo. Em vez do jornalismo socialmente engajado, que oferece um serviço informacional completo, sites de

notícias embarcam no fetiche do tempo real, da notícia minuto a minuto e transformam a página da web em uma colcha de retalhos formada por informações picotadas que deixam a desejar quanto ao conteúdo apresentado. Tudo em função da aceleração da rede.

Assim, pode-se dizer que a velocidade da internet para o jornalismo online é benéfica até um certo limite. Mas se transforma em vetor desagregador quando ultrapassa esse limite e não é controlado pelos jornalistas e pelos veículos de comunicação.

Os modelos de produção industrial adotados principalmente a partir do final do século XVIII acentuaram a dromologia sociotecnológica. Os processos produtivos, voltados para a otimização e controle do desempenho individual e coletivo, resultaram na maximização dos resultados em grande escala na menor fração de tempo e no menor esforço humano possível.

A lógica do capitalismo fez crescer a circulação da informação. Com o desenvolvimento das cidades, a conquista de novos mercados, o aumento do abastecimento mundial e o avanço da tecnologia, a informação se transformou em um instrumento capaz de acelerar e viabilizar essas relações multilaterais entre comunidades, governos, países, nações. Mais do que um produto dotado de conteúdos estreitamente ligados aos interesses da sociedade, a notícia passou a obedecer sistematicamente a uma regra mercadológica: atender as necessidades não só de quem a consome, mas de quem a produz (empresa jornalística), de quem a mantém em circulação no mercado (patrocinadores) e dos órgãos governamentais, que, de certa forma, contribuem para o progresso dos veículos de comunicação quando atendem aos seus interesses.

A notícia, portanto, se desvinculou de um padrão social regimentado pela ética jornalística, e reverbera pelos caminhos mercantilistas, metamorfoseando-se gradativamente e tomando contornos anti-democráticos. Como classifica Ciro Marcondes Filho:



Os jornais são como pontas de icebergs, que no nível externo representam a democracia formal, na qual todos seriam iguais e, no fundo, escondem o poder político ou econômico que os sustenta, que é incomparavelmente diferenciado de um jornal para outro em relação ao seu tamanho e importância. Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político (MARCONDES FILHO, 1989, p. 13).

Com seu apelo estético, emocional e sensacional otimizado pelas necessidades do sistema capitalista – que exige a maximização do lucro e o desempenho industrial tendo a velocidade como vetor principal de funcionamento –, a notícia foge de qualquer critério de noticiabilidade e ganha uma pluralidade exponencial. Mesmo se, muitas vezes, obedece aos critérios de noticiabilidade, ela toma contornos que desobedecem à necessidade jornalística de informar o leitor, ouvinte ou telespectador. Ou porque foi mal apurada ou porque é descontextualizada pela própria empresa jornalística que a elabora dentro de critérios que atendem os próprios interesses. A notícia, carregada exclusivamente sob o vetor acelerativo, padece de conteúdo significativo, pois foge do controle dos veículos de comunicação e dos jornalistas que produzem tais notícias.

Sobre essa prática jornalística infundada, Clóvis Rossi, dentro de sua longa carreira jornalística, destaca um exemplo de reportagem feita pelo jornal *O Globo*, em novembro de 1979:

Um exemplo bastante ilustrativo de como a declaração, pura e simples, pode distorcer violentamente o noticiário: durante o golpe de novembro de 1979, na Bolívia, o enviado especial do jornal carioca *O Globo* empenhou-se decididamente em conseguir uma entrevista, de preferência exclusiva, como o coronel Alberto Natusch Busch, autor de um golpe que enfrentava séria resistência da sociedade civil e até de alguns setores institucionalistas das Forças Armadas. A paciência e o empenho do repórter acabaram recompensados: certa manhã, ele conseguiu arcar o coronel, à entrada do Palácio de Governo, e extraiu dele declarações exclusivas. O *Globo* dedicou manchete ao tema, com um título que dizia, a partir das declarações do coronel, que seu movimento estava consolidado no poder e respaldado pelas Forças Armadas. No mesmo dia em que o jornal carioca circulava com esse título, Natusch Busch deixava o poder, entregando-o à presidência do Congresso, sob pressão da sociedade e pela falta de unidade interna nas Forças Armadas. (...) o jornalista, ao partir para a coleta de informações, deve estar municiado do maior número possível de dados sobre o assunto que vai tratar (ROSSI, 2002, p. 50).

A falta de contextualização das declarações do coronel aliada à ausência de uma apuração consistente em números, estatísticas e informações históricas e culturais da Bolívia fez com que o repórter produzisse um material muito aquém do que espera o leitor acostumado a confiar naquele veículo de comunicação.

O jornalismo contemporâneo, aliado a essa lógica do capitalismo sistêmico, também se condicionou a criar outros critérios de noticiabilidade: nada balizado em fundamentos éticos e morais que determinam a prática de um jornalismo efetivo, conceituado, engajado socialmente.

O que está em jogo são os interesses do próprio veículo de comunicação, sejam eles políticos, econômicos, em geral, mercadológicos. Assim ressalta *Ciro Marcondes Filho*:

A realidade é extraída apenas de uma parte útil, sendo que essa utilidade é avaliada segundo objetivos puramente particulares. O editor decide o enfoque da matéria, o tamanho que esta deve ter (em linhas), o tamanho e os tipos do título e a colocação na página. Em suma, na mão do editor está a definição política de como o fato deverá repercutir na sociedade, de como de um acontecimento pequeno fazer um escândalo, de como suprimir naturalmente a divulgação de ocorrências, como se elas simplesmente não tivessem realmente existido. O editor aumenta, reduz, suprime fatos; ele é o tradutor e “transformador” da realidade social em termos que interessam à sua empresa e às convicções políticas e ideológicas que defende (IDEM, 1989, p. 50).

Na onda das necessidades mercadológicas, do processo osmótico do sensacionalismo, da estética cultural e emocional, o jornalismo contemporâneo criou condições específicas para a divulgação de notícias.

O jornal, o rádio, a TV informam tanto quanto isso convier política e comercialmente. Assim, o produto jornalístico acentua seu valor como mercadoria e diminui seu conceito diante da escala avaliativa do jornalismo engajado, conceitual, ético e socialmente efetivo. Vende-se aquilo que certo público quer, a fim de se obter lucro comercial satisfatório e níveis de audiência em elevado grau. O público vai se acostumando ao conteúdo embalado pelo fetiche, pela espetacularização, pelo sensacionalismo.

Espetacularizar o fato é dar-lhe um enfoque excessivo, além do que pede a natureza do acontecimento. É adjetivar todas as implicações daquele acontecimento – exacerbar suas causas e consequências – transformando-o em um produto final de grande apelo estético e sensacionalista. Por outro lado, tratar um acontecimento de forma imparcial, sem se debruçar em suas interposições subjetivas é apresentar um material insosso ao leitor.

Como define Eugênio Bucci, tratar o fato de maneira subjetiva não significa sensacionalizá-lo:

[...] a precisão jornalística requer realçar a emoção que move os acontecimentos. A objetividade possível não é portanto a correspondência fria de uma descrição a objetos inanimados ou inumanos, mas o impacto quente dos fatos produzidos por seres humanos no discurso ininterrupto do jornalismo. Banir a emoção da informação é banir a humanidade do jornalismo. É banir o público. Os leitores, internautas, ouvintes e telespectadores reagem emocionalmente – com indignação, com surpresa, com asco ou comiseração – aos acontecimentos. [...] A objetividade no jornalismo, que a intersubjetividade, não pede isenção total – pede equilíbrio. Nas duas hipóteses de desequilíbrio (excesso de frieza em relação ao público, ou excesso de emocionalismo também em relação ao público), pode-se atribuir o déficit de qualidade à má adequação entre as convicções do repórter e sua tarefa de oferecer um relato eficiente dos acontecimentos: ou ele encenou neutralidade, e frustra o seu público, ou produziu uma narrativa panfletária, e confunde o público. Por uma e por outra desinforma (BUCCI, 2000, p. 95).

O problema no jornalismo online muitas vezes encontra-se no excesso de desequilíbrio; vai de encontro ao que propõe Eugênio Bucci. É o que se vê no melodrama do noticiário policial e nos programas que cultuam a vida das celebridades. Sobre esse tipo de produção jornalística, Marcondes Filho analisa:

A política de produção da notícia tem, assim, o caráter de cultivar a passividade. O tratamento que ela dá aos fatos, quer como mitos ou signos, conduz, em qualquer caso, à despolitização do real: é a apresentação dos fatos como algo unívoco, fechado, somente positividade, sem contradições; não há a ambivalência, mas a disciplina e a adaptação ao modelo; são – enquanto desmontagens do real – confirmações do esperado, formas que encobrem a dialética e qualquer penetração inesperada além do visível (IDEM, 1989, p. 15-16).

Assim, o público que se acostuma a receber esse tipo de informação não se habitua a confrontar o que lhe é noticiado com o que de fato apresenta a

realidade; perde-se o senso crítico e há uma facilidade de acomodação frente às páginas do jornal, ao aparelho de rádio, à tela da TV.

Ainda sobre esse mecanismo jornalístico Marcondes também observa:

Em que outros aspectos se baseia o jornalismo sensacionalista que não nesses? Ele é o outro lado da opressão social do trabalho e das exigências absurdas impostas ao trabalhador pelo processo de produção. De um lado, a sociedade cobra, impõe um ritmo e suas leis férreas de desempenho. Quem não se submete a elas, cai fora. A luta pela sobrevivência do capitalismo é a mais violenta de todas. O trabalhador tem de arrancar forças de onde não tem, para nela sobreviver. Esse desgaste, esse esforço supremo exige uma tranquilização, uma pausa para recuperação. Aí entra a função do jornal como lazer. Ao trabalhador, interessa muito mais o jornal que o descansa, que o entretenha, do que o jornal que o jogue de novo contra o mundo do trabalho, da produção, da política. A grande massa não lê os grandes jornais (liberais), os meios que a atingem são de outra natureza, são os que se prestam a dar pinceladas de informação devidamente temperadas com elementos atrativos e sensacionais. É uma imprensa que não se presta a informar, muito menos a formar. Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádicas, caluniadoras, ridicularizadoras das pessoas (IDEM, 1989, p. 89).

É o tipo de prática que se tornou recorrente nos dias atuais. Ao incêndio na zona sul de São Paulo, narrado pelos âncoras dos programas jornalísticos-policiais, dá-se a conotação de tragédia humana que assola os trabalhadores vítima das labaredas incontroláveis que atingiram determinado prédio da capital paulista. O prédio incendiado é o perfeito enredo para a narrativa do drama jornalístico que mantém a audiência do programa. Ou, tomando outro exemplo clássico, o 'efeito Ronaldo' que preenche páginas e mais páginas de todos os jornais do Brasil. A cada treinamento, a cada jogo disputado, a cada balada na noite paulistana, Ronaldo – o Fenômeno – é manchete. É o 'fenômeno' de mídia perseguido implacavelmente pela própria mídia ávida em registrar todos os seus passos e faminta para elaborar a notícia do dia seguinte sobre o jogador do Corinthians.

Ao que parece, a mídia incorporou maciçamente esse tipo de enfoque nas suas linhas de produção. A base capitalista que oferece ampla margem para o lucro,

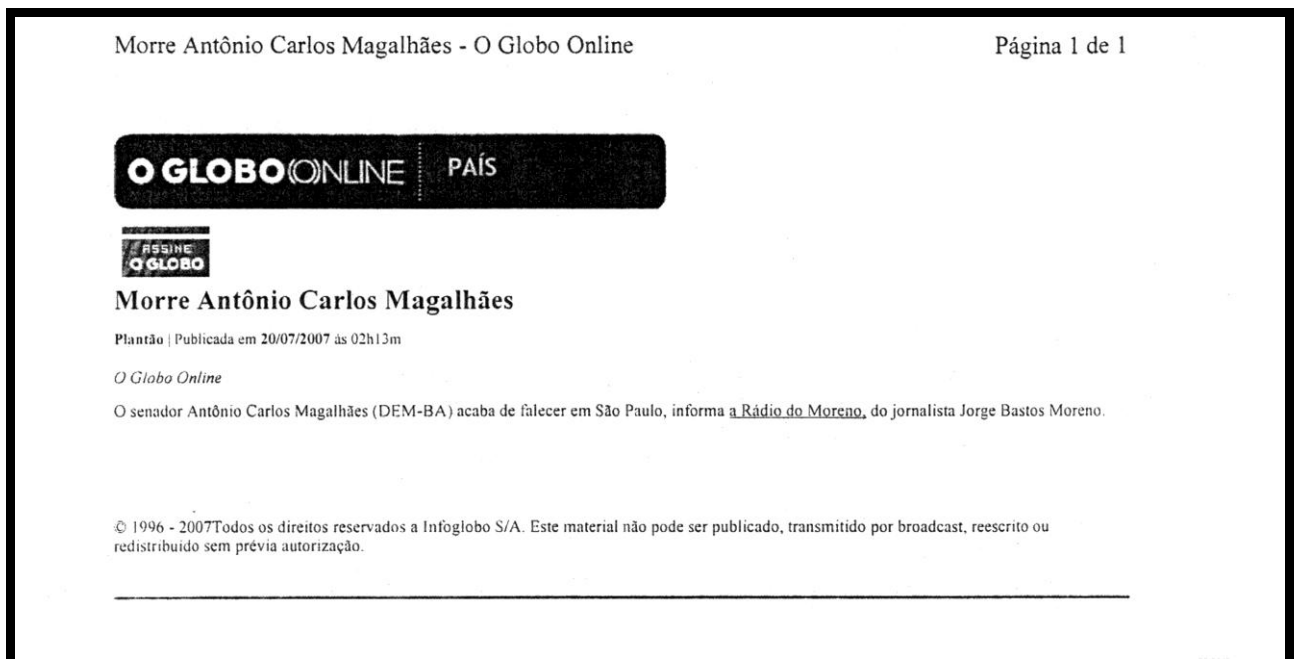
o potencial mercadológico, a alta competitividade com o concorrente, a facilidade de sedução de um público que aceita passivamente qualquer conteúdo que o faça fugir de sua própria realidade e, sobretudo, a capacidade potencial oferecida pelo vetor da velocidade como mola propulsora para o desenvolvimento só reforçam essa tendência efêmera, rotativa e transformadora do jornalismo contemporâneo. Que cada vez mais se dissocia de um regimento conceitual para delinear um caminho libertário de qualquer doutrina ética. Para tanto, os meios de comunicação em rede facilitam, e muito, esse procedimento, como será visto no próximo capítulo.

Nas páginas seguintes – e com base nos conceitos colocados no presente trabalho no capítulo 2 – tentarei comprovar as hipóteses propostas na Introdução: como o processo acelerativo contemporâneo, que dita o ritmo de funcionamento da internet, afeta os veículos de comunicação na produção do jornalismo online. Conforme já foi exposto, a internet pode ser benéfica na produção do jornalismo online (com blogs, twitters, sites de busca etc) quando utilizada criteriosamente pelos veículos de comunicação e pelos jornalistas que dispõe de tal ferramenta. Mas, por outro lado pode colaborar para a degradação do jornalismo quando utilizada de forma indiscriminada. Para tanto, selecionei como corpus constituído de 12 notícias recortadas de quatro sites brasileiros: *UOL*, *GI*, *Globo Online* e *Agência Estado*. As notícias foram coletadas no período entre julho de 2007 e junho de 2009. Não se trata de um intervalo pontual, pré-estabelecido como período regimental para o desenvolvimento do presente trabalho. Não há uma explicação específica para a escolha desse período. Mas foi entre essas datas que pude colher os melhores exemplos que comprovam tal hipótese. As notícias, após serem publicadas pelos sites, foram imediatamente confrontadas com a hipótese deste trabalho, recortadas dos respectivos sites e engavetadas para a análise que se segue.

## CAPÍTULO 3

### As notícias online

E a primeira notícia online a ser analisada é do dia 20 de julho de 2007, veiculada site *O Globo Online*, às 02 horas e 13 minutos:



Morre Antônio Carlos Magalhães - O Globo Online Página 1 de 1

**O GLOBO ONLINE** PAÍS

ASSINE O GLOBO

### Morre Antônio Carlos Magalhães

Plantão | Publicada em 20/07/2007 às 02h13m

*O Globo Online*

O senador Antônio Carlos Magalhães (DEM-BA) acaba de falecer em São Paulo, informa a [Rádio do Moreno](#), do jornalista Jorge Bastos Moreno.

© 1996 - 2007 Todos os direitos reservados a Infoglobo S/A. Este material não pode ser publicado, transmitido por broadcast, reescrito ou redistribuído sem prévia autorização.

A notícia informa a morte do então senador baiano Antônio Carlos Magalhães, do partido Democratas. Se analisarmos brevemente o conteúdo da notícia, logo percebemos que o texto em si não reproduz mais nada além do próprio título da matéria. O site apenas informa que o parlamentar morreu e, para isso, utiliza como fonte a *Rádio do Moreno*, do jornalista Jorge Bastos Moreno. Se tal notícia fosse recebida dentro da redação a partir da publicação de um blog ou de uma mensagem do twitter, tal redação poderia se beneficiar dessas duas ferramentas para agilizar o processo de apuração do fato. No entanto, ao ser confrontado com a notícia, o internauta sequer obtém a informação mais importante que certamente seria aquela que despertaria o maior interesse de quem recebe esse tipo de notícia: a causa da morte do senador. Quem é colocado diante do anúncio da morte de qualquer pessoa conhecida, seja ela



quem for, logo irá acionar seu instinto natural de curiosidade: morreu do quê? Como?, Quando? Onde? Assim, a notícia destacada na página anterior apenas cumpre um dos papéis fundamentados nos critérios de noticiabilidade: a de informar a morte de um senador da República (pessoa notória, de conhecimento público e que, portanto, se encaixa nesses critérios). No entanto, a mesma notícia deixa de cumprir seu papel social de informar corretamente seu público. Ela não responde às quatro, das cinco perguntas básicas do *lead* clássico (Como, onde, por que e quando). Teria o senador morrido baleado após um assalto a mão armada? Teria ele sido vítima de um acidente de carro fatal? Teve o senador algum problema de saúde que resultou na sua morte repentina? Ou seu estado de saúde há um bom tempo já era comprometedor e seu falecimento era questão de tempo? Outra constatação relevante: ninguém assina a matéria. Não se sabe se a *Rádio do Moreno* é a fonte utilizada pelo site *O Globo Online* para produzir notícias factuais ou se o jornalista Jorge Bastos Moreno é um integrante do *Globo Online*. Portanto, não houve um comprometimento da direção do site para com seu público, preocupada enviar um repórter até o local do acontecimento e que seria o responsável por colher todas as informações necessárias e os desdobramentos do fato antes de elaborar e publicar a notícia. Não houve uma cautela iminente para a produção um conteúdo minimamente possível de informar corretamente o internauta. A divulgação prematura de uma notícia com esse tipo de conteúdo também deixa de reforçar o laço de credibilidade do site que, ao apresentar uma notícia superficial dessa maneira, põe em xeque sua própria reputação. Porque abre margem para o leitor contestar o que lhe é noticiado. Se o internauta não vê suas indagações preenchidas, vai buscar informação sobre a morte do senador no site concorrente. E, uma vez colocado diante de um conteúdo aquém do que exige o jornalismo ético e conceituado, esse mesmo internauta sepulta sua relação com o site em questão. O consumidor da notícia, quando não encontra respostas para suas inquietações informativas, condena prontamente a fonte que lhe ofereceu a informação.

Ainda sobre o caso da morte de Antônio Carlos Magalhães, o *Globo Online* publicou, nove minutos depois da primeira notícia, uma outra nota sobre o falecimento do parlamentar:

Morre o senador Antônio Carlos Magalhães - O Globo Online Página 1 de 1

**INCOR**  
**Morre o senador Antônio Carlos Magalhães**

Publicada em 20/07/2007 às 02h22m


*O Globo Online*

SÃO PAULO - O senador Antônio Carlos Magalhães (DEM/BA), de 79 anos, acaba de falecer em São Paulo.

Internado desde 14 de junho no Instituto do Coração (Incor) para exames de rotina, o estado de saúde do senador piorou na semana passada, por causa de complicações gastrintestinais.

Durante sua internação, a família proibiu a direção do Incor de divulgar boletins médicos sobre o seu estado de saúde. ACM acreditava que as notícias veiculadas sobre seu quadro de saúde eram sempre pessimistas.

Só este ano, ACM foi internado por três vezes no Incor. A primeira, entre 7 e 15 de março, foi para tratar de uma pneumonia. Depois, entre 17 e 20 de abril, voltou para cuidar de insuficiência cardíaca e renal. Em maio, ACM passou mal no Senado e chegou a desmaiar em frente ao seu gabinete. Na época, realizou uma bateria de exames também no Incor.



A notícia volta a mencionar o falecimento de Antônio Carlos Magalhães em São Paulo e, novamente, não agrega nenhuma informação relevante. A notícia, mais uma vez, não informa as causas da morte. Ela apenas menciona os motivos que levaram a família do senador a proibir a divulgação dos boletins médicos e as datas em que o parlamentar já havia passado por complicações de saúde. Não há detalhes sobre o local do falecimento, nem a palavra oficial de médico confirmando a morte ou algum familiar falando sobre o acontecimento.

Mas, o erro mais relevante do *Globo Online* foi cometido uma hora e 4 minutos após a publicação da primeira notícia, em uma terceira nota divulgada pelo site sobre o caso do 'suposto' falecimento do senador Antônio Carlos Magalhães:

ACM teve parada cardíaca, mas foi reanimado pelos médicos. - O Globo Online Página 1 de 1

**O GLOBO ONLINE** PAÍS

**BSINE**  
**O GLOBO**

**ACM teve parada cardíaca, mas foi reanimado pelos médicos.**

Plantão | Publicada em 20/07/2007 às 03h17m

*O Globo Online*

BRASÍLIA - ACM sofreu uma parada cardíaca, mas foi reanimado pelos médicos. O estado é grave e considerado irreversível, mas ela não faleceu, informa o jornalista Jorge Bastos Moreno.

© 1996 - 2007 Todos os direitos reservados a Infoglobo S/A. Este material não pode ser publicado, transmitido por broadcast, reescrito ou redistribuído sem prévia autorização.

Antônio Carlos Magalhães não havia morrido. Internado por motivos de complicação renal e insuficiência cardíaca, ACM passava por um delicado estado de saúde, chegando a apresentar quadros considerados graves pelos médicos. O senador da República – ao contrário do que havia informado as duas notícias anteriores, publicadas respectivamente pelo *Globo Online* às 02h13 minutos e às 02h22 minutos do dia 20 de julho de 2007 – só viria falecer às 11h10 minutos do dia 20 de julho de 2007, segundo a certidão de óbito divulgada pelo Hospital das Clínicas, em São Paulo. Além de ressuscitar Antônio Carlos Magalhães, a terceira notícia do *Globo Online* cometeu os mesmos erros das notícias anteriores. Deixou de divulgar informações básicas necessárias para a compreensão do leitor sobre determinado acontecimento:

não há menção do hospital no qual estaria internado ACM, nem os motivos da internação, e qual o período em que ele ficou internado. Além disso, a notícia (elaborada dentro de uma única frase) apresenta uma contradição que cria uma espécie de ruído na comunicação com o leitor: se Antônio Carlos Magalhães sofreu uma parada cardíaca e seu estado de saúde é irreversível, como o senador conseguiu ser reanimado pelos médicos e sobreviver? O que é um quadro irreversível de uma parada cardíaca? Seria possível alguém com parada cardíaca irreversível ser reanimado e sobreviver? São questionamentos que certamente poderiam ser esclarecidos por especialistas e que, se redigidos de uma maneira esclarecedora, evitariam a dúvida de qualquer leitor.

Em quais fundamentos se baseia um site que se submete a publicar três notícias sobre o mesmo acontecimento, e que são apresentadas ao internauta de uma maneira infundada? Como fica a competência cognitiva de um internauta que é condicionado a uma leitura descontextualizada de um fato que não o oferece nenhum viés analítico e tampouco uma referência informativa?

Essa atitude prematura do jornalismo contemporâneo em querer divulgar a notícia antecipadamente, agregando-se ao conceito do 'furo de reportagem', segundo *Ciro Marcondes Filho*, se desenvolve principalmente dentro da competitividade estabelecida entre os veículos de comunicação que, para vencer essa batalha mercadológica, se agregam a *dromologia sociocultural da cibercultura*:

A lógica da velocidade se refere tanto à rapidez com que cada emissora traz um fato ao público quanto ao ritmo de apresentação das notícias. Um tema não é bom ou importante pela sua qualidade, pela sua relação com a vida das pessoas ou por se referir ao bem-estar econômico, político, cultural, etc., dos telespectadores; ele é bom – e esse é o critério de qualidade na opinião de jornalistas – se for apresentado antes que os outros (*MARCONDES FILHO, 2000, p. 81*).

A rede mundial de computadores, por dispor de um público que pode acessá-la a qualquer momento em diferentes partes do planeta, impõem-se como um

veículo comunicação potencial e em expansão diária. As vantagens da internet na instantaneidade da publicação da notícia em relação aos outros veículos de comunicação abrem margem para o erro também instantâneo; permite a esse segmento jornalístico antecipar a notícia em relação aos outros meios de comunicação e, conseqüentemente, confundir-se nos critérios de apuração. Uma vez que a internet exige apenas um apertar de botão para que tudo entre em rede e esteja disponível para todas as pessoas que estiverem conectadas em qualquer canto do mundo, o jornalista online se vê na obrigação de sair na frente em relação ao rádio, à televisão e ao jornal impresso.

A velocidade da internet desperta a ansiedade do furo jornalístico. A internet, ali, parada, estática, disponível para qualquer tipo de conteúdo, convoca o jornalista – até de forma inconsciente – a caminhar no ritmo da rede. A web está ali, aguardando o recebimento de um novo conteúdo. A questão é de um simples apertado de botão; tudo, então, estará disponível. A televisão necessita de imagens, que depois de registradas pelo cinegrafista, precisam ser enviadas até a redação ou retransmitidas pelo caminhão de link. O jornal impresso só verá a notícia publicada no dia seguinte. E o rádio, por não dispor do recurso da imagem, também se torna instantâneo, mas não permite a correção instantânea; uma vez que a notícia é radiofonizada, não há como consertá-la. Ou melhor, a notícia pode até ser alterada, mas essa retificação estará sob atenção de milhares de ouvintes, conectados à mesma frequência e vigiando tudo o que é informado pelo rádio.

Assim, sob os ouvidos atentos do público, o radialista não se permite transmitir uma informação qualquer, sem que o conteúdo seja previamente checado. O erro pode até acontecer, mas qualquer notícia, radiofonizada sem nenhuma adoção concreta quanto à profundidade da informação, pode queimar a voz da credibilidade do radialista nas ondas curtas, médias ou grandes desse veículo altamente potencial.

A internet – assim como possibilita a publicação instantânea – também permite a correção imediata que se perde no anonimato do jornalista que errou, mas que pode se esconder atrás de uma tela visível para todos, e ao mesmo tempo

invisível do ponto de vista pessoal. A notícia, publicada no plano virtual com um apertar de botão, pode sumir no momento seguinte com o mesmo apertar de botão. A tela plana, virtual, fragmenta-se instantaneamente quanto mais o internauta navega, perdendo-se numa pluralidade quase que infinita de hipertextos e hiperlinks. E o conteúdo, antes disponível, desaparece à medida que o jornalista o substitui por outra página. Tendo a possibilidade de publicar uma notícia e transformá-la em outra instantaneamente com um apertar de botão, o jornalista se acomoda na possibilidade da rápida correção online. Publica-se um conteúdo incorreto e, facilmente, altera-se o erro pela notícia verdadeira (ou aparentemente). A lógica da velocidade da internet abre brechas para um jornalismo que se acomoda nesse contexto.

Assim como a internet cria oferece uma gama infinita de possibilidades, também dá espaço para qualquer tipo de trabalho, seja ele responsável ou não. Diferentemente do rádio, da televisão e do jornal impresso, o jornalista que trabalha na internet tem como arma a preservação do anonimato online. Logo, se errar, poderá reverter o erro em questão de segundos. E ficará acobertado pela abstração da realidade virtual. Diferentemente do rádio, da televisão e do jornal impresso, as reportagens online dificilmente são assinadas. No lugar do nome do repórter ou redator, coloca-se “da redação”, ou simplesmente não se coloca nada, apenas a notícia sobre a tela do computador.

Na possibilidade de se ocultarem atrás da tela abstrata do micro, os jornalistas online se aglutinam e vão compondo o conteúdo da web, com notícias fragmentadas e duvidosas, que enchem minuto a minuto o índice de últimas notícias. Em caso de erro, a nota é substituída. E o conteúdo continua sua caminhada progressiva. Porque o erro já foi ocultado e retificado. Azar de quem leu a notícia anterior.

As produções jornalísticas online parecem obedecer a uma ordem de exigência constantes ritmada pela carência do índice de últimas notícias. Há uma espécie de falta de comprometimento com a apuração aprofundada e uma preocupação iminente em publicar o quanto antes, obedecendo o ritmo do mercado que pede novidade a cada minuto.

Assim, deixa-se de lado as regras dos critérios de noticiabilidade e as informações básicas que deveria cumprir um papel social iminente à natureza do jornalismo conceitual e, portanto, eficiente.

A notícia destacada na página seguinte foi recortada do site *G1* – pertencente às Organizações Globo – do dia 09 de março de 2009:



10/03/09 - 09h11 - Atualizado em 10/03/09 - 09h11

## Chuva causa alagamento e leva cágado para o meio da rua na Grande SP

Temporal atingiu Mogi das Cruzes na tarde desta segunda (9). Árvores caíram e semáforos ficaram apagados.

Do G1, com informações do Bom Dia São Paulo

Tamanho da letra A- A+

HSBC

### editorias

- Primeira Página
- Blogs e Colunas
- Brasil
- Carros
- Ciência e Saúde
- Cinema
- Concursos e Emprego
- Economia e Negócios
- Esporte
- Mundo
- Música
- Planeta Bizarro
- Pólitca
- Pop & Arte
- Rio de Janeiro
- São Paulo
- Tecnologia e Games
- VC no G1
- Vestibular e Educação
- Infográficos
- Fotos
- Vídeos
- Todas as notícias

### G1 especiais

- Amazônia
- Carnaval 2009
- Imposto de Renda
- Mais especiais

### serviços

- Guia Cultural RJ
- Guia Cultural SP



★★★★★ « dê sua nota

passar.

### saiba mais

**Terça-feira deve ser de tempo nublado e chuva durante a tarde em SP**

**Chuva inunda casas e causa estragos na Zona Leste de SP**

A chuva também atingiu a cidade de Guariba, a 337 km de São Paulo, por cerca de uma hora. Duas casas foram destruídas. Os moradores conseguiram correr, e ninguém ficou ferido.

Pelo menos outras dez casas foram invadidas pela água. O chão e os móveis ficaram cheios de lama. De acordo com a prefeitura, dez famílias ficaram desabrigadas e foram levadas para um hotel da cidade.

**Leia mais notícias de São Paulo**

A chuva forte que atingiu a região metropolitana na tarde desta segunda-feira (9) provocou estragos na região de Mogi das Cruzes, na Grande São Paulo. Pela segunda vez em uma semana, ruas e avenidas da cidade ficaram alagadas. A força da água levou um cágado pela correnteza do córrego. O animal foi parar no meio da rua.

**Veja o site do Bom Dia São Paulo**

Em pouco mais de meia hora a tempestade fez vários estragos. Os semáforos de quase todos os cruzamentos pararam de funcionar. Árvores caíram e em avenidas alagadas, apenas os veículos maiores conseguiam

O córrego dos Corvos não suportou a quantidade de chuva e transbordou. Calçadas e ruas ficaram cheias de lama. A dona-de-casa Solange Aparecida Ferreira comprou uma casa há três meses, e já está arrependida. "Fazia uns 25 anos que não enchia esse rio. Eu comprei a casa acreditando nisso, e já encheu a minha casa".

**Interior**

publicidade



ACORDO ORTOGRÁFICO

saiba mais



### / plantão

SEX, 13/3/2009

16h53 | tecnologia

Jovem diz que se feriu com explosão de iPod, e processa a Apple por US\$ 225 mil

16h28 | são paulo

Buraco na Av. dos Bandeirantes pode prejudicar trânsito no pico da tarde

16h27 | economia e negócios

Inadimplência do consumidor de SP sobe 58% em março

» todas as notícias

### / primeira página

Lula diz que vai debater com Obama 'ausência de crédito'

Após 3 meses, vendas do varejo sobem

BNDDES deve financiar aeronaves

'Vida mudou da água para o vinho', diz Pinah sobre Charles

Governo envia projeto de lei que torna crime violência em estádio

» primeira página

A notícia anuncia os estragos causados pelas fortes chuvas que atingiram a cidade de Mogi das Cruzes, na região do Vale do Paraíba. Ainda no título – além de falar sobre os estragos provocados pelo forte temporal – a notícia chama a atenção para o fato de um cágado ter sido arrastado para o meio da rua.

Ao se debruçar no conteúdo aparentemente informativo da notícia, o internauta, à medida que lê, começa a receber conteúdos vagos e superficiais:



o texto menciona que vários semáforos da cidade foram afetados pela força da chuva, mas não especifica em quais ruas e avenidas o cidadão vai encontrá-los quebrados (quem lê a notícia e vai sair de casa de carro, por exemplo, precisa saber sobre como escapar dos cruzamentos que não dispõem de semáforos em boas condições de funcionamento).

O texto fala em ‘várias ruas e avenidas alagadas’. Quais? Se sou um internauta consumidor diário de notícias online, e moro em Mogi das Cruzes, preciso saber por onde andar para não me deparar com uma rua ou avenida alagada cujo trajeto vai impedir minha passagem por determinado local. A notícia, assim como menciona o título, informa que um cágado foi arrastado pela enxurrada para o meio da rua. Qual o critério para mencionar esse tipo de acontecimento? Qual o papel social de uma informação dessa natureza? O que afeta na vida de um cidadão de Mogi das Cruzes o fato de um cágado ter sido levado pela correnteza das águas pluviais? Quantos bichos, durante uma enchente, não são vítimas da mesma situação (ratos, baratas, cães abandonados, gatos de rua, insetos em geral) e por que são excluídos dos itens de noticiabilidade dos veículos de comunicação? Por que um cágado tem a preferência no critério de noticiabilidade e outro animal não?

Se todos os animais merecerem uma ‘menção honrosa’ nas linhas de cada notícia sobre fortes chuvas, não há veículo que comporte tanto espaço para cada animal que for vítima de tal acontecimento. A notícia sobre os temporais em Mogi das Cruzes poderia ter papel social fundamental se fosse elaborada dentro de uma conduta jornalística aceitável, socialmente engajada, capaz de oferecer um conteúdo prático efetivo para seu leitor.

A cobertura jornalística das consequências de um temporal numa grande cidade implica um conteúdo de prestação de serviço e assistência social. Assim, o repórter destacado para elaborar esse tipo de notícia deve – além de especificar os estragos deixados pelas chuvas – procurar solucionar os problemas enfrentados pelos cidadãos que moram na região. Qual a amplitude social de um temporal que atinge fortemente uma cidade grande? Após ater-se a tal questionamento, o repórter deve começar a elucidar todas as vertentes e

os desdobramentos do fato e, dentro de uma sequência narrativa com começo, meio e fim, precisa abordar as implicações do fato e o impacto no presente e no futuro da sociedade.

Como tarefa inicial, o repórter precisa procurar, por exemplo, um posicionamento dos órgãos públicos (Defesa Civil, Centro de Gerenciamento de Emergências, Prefeitura, Secretaria de Assistência Social) para saber quais providências serão tomadas em relação aos locais destruídos pelas enchentes e à vida dos cidadãos afetados pelas chuvas, além de especificar para seus leitores o que esse órgãos farão nos próximos dias para que os efeitos dos temporais futuros sejam minimizados etc.

Cabe também na reportagem a participação de um meteorologista fazendo uma previsão do tempo para os próximos dias. Um acontecimento dessa natureza precisa ser transformado em notícia de cunho social consistente, urgente. O internauta não deve ser apenas um receptor de notícias quaisquer.

Na página seguinte, outra notícia – também recortada do site *G1* do dia 10 de março de 2009 – mostra como um conteúdo jornalístico, elaborado sem critérios de noticiabilidade e sem consistência conceitual social, contribui para o empobrecimento (quando não muito para perda de tempo) do internauta que consome tal notícia:

**videos**

Buscando vídeos no Globo Vídeos

buscar dicas para ver vídeos ajuda

Filtrar por data

**Dois irmãos são assassinados a tiros no interior de SP**

enviar para amigo link: <http://video.globo.com> embed: `<object width="480" h`

**Em Cima da Hora** [visite o site](#)

Terça-feira, 10/03/2009

Dois irmãos foram assassinados a tiros no interior de São Paulo. O suspeito é um policial militar aposentado. A versão que ele apresentou é bem diferente da que a família conta.

**temas relacionados**

[Globo News jornalismo São Paulo Em Cima da Hora justiça e segurança pública assassinatos](#)

publicidade

**vídeos relacionados por**

programa temas data

**EM CIMA DA HORA**  
**Dois irmãos são assassinados a tiros no interi...**  
10/03/2009 ★★★★★ 00:01:31

**jornalismo**

G1

Fantástico

Jornal Nacional

Jornal da Globo

Jornal Hoje

**mais catálogos de jornalismo**

**Novelas e séries**

Caminho das Índias

Três Irmãs

Negócio da China

Malhação

Maysa

**mais catálogos de Novelas e séries**

A notícia menciona a morte de dois irmãos supostamente assassinados por um policial militar. Em cima do texto, há um quadro que expõe a frase “Em cima da hora”. Na verdade, a intenção original do site é fazer com que o internauta, ao ler a notícia sobre o crime, clique no frase “Em cima da hora” para acompanhar, por meio de um vídeo, a reportagem completa. No caso, nem todos os computadores com acesso a internet dispõem de um programa capaz de apresentar a reportagem ao internauta em formato de vídeo. Ou seja, caso o internauta não disponha da configuração necessária em seu computador para abrir a tela do vídeo, ele não terá acesso à reportagem, limitando-se, assim, a ler as três linhas abaixo com uma informação superficial sobre a morte dos dois irmãos. Se me interesse pela natureza da notícia apresentada, não tenho acesso ao seu conteúdo: não sei por que os dois irmãos morreram, quem eram eles, quem os matou, em que cidade ocorreu o crime, em quais circunstâncias se deu o assassinato. Se não há critérios de noticiabilidade, nem uma preocupação jornalística em elaborar um conteúdo com o mínimo de informação possível, por que publicar uma notícia dessa espécie?

No mesmo dia – 10 de março de 2009 – ainda foi possível recortar outra notícia publicada pelo site G1 com o mesmo tipo de empobrecimento jornalístico:

**G1** / são paulo / cirurgia plástica

10/03/09 - 12h22 - Atualizado em 10/03/09 - 12h22

## Mulher morre após cirurgia de lipoaspiração em SP

Vítima fez cirurgia no setor de convênios do Hospital das Clínicas. Ela passou mal dias depois e morreu num hospital na Zona Leste.

Do G1, em São Paulo

Tamanho da letra A- A+

Uma mulher morreu após fazer uma cirurgia plástica na capital paulista. A dona-de-casa Adriane Mabi lafrate se operou no dia 2 de março na área que atende pacientes com planos de saúde no Hospital das Clínicas (HC). Segundo o hospital, ela recebeu alta no dia seguinte e estava bem.

Dias depois, a paciente passou mal e chegou a um hospital na Zona Leste da capital se queixando de falta de ar. Ela morreu na noite de segunda-feira (9), neste hospital, segundo a assessoria de imprensa do HC.

**Leia mais notícias de São Paulo**

publicidade

O MELHOR DO ESTADUAL  
VOCÊ ENCONTRA NO  
**globo esporte .com**

ACORDO ORTOGRÁFICO  
saiba mais

/ plantão

TER, 10/3/2009

12h41 | economia e negócios  
Cartão de crédito liderou lista de reclamações nos Procons em 2008

A notícia informa a morte de uma dona de casa dias depois de ter sido submetida a uma cirurgia de lipoaspiração. Somente isso. Não há menção específica às causas da morte (ela morreu por causa de uma complicação de pós-operatório ou dias depois de sair do hospital se sentiu mal por algum outro motivo e morreu?). Talvez, mais do que informar sobre a morte de alguém que é vítima de lipoaspiração, a importância desse tipo de notícia esteja no fato de mostrar quais os riscos iminentes que uma cirurgia dessa natureza apresenta ao paciente.

A notícia, além não apresentar nenhum conteúdo informativo básico ao internauta (idade da mulher que morreu, em qual hospital ocorreu o falecimento e por quê), deixa de abordar o aspecto social da questão: quais os cuidados que o paciente deve tomar ao decidir fazer uma cirurgia de lipoaspiração? Quais os risco que ele vai correr ao decidir passar por esse procedimento médico? Quais as contra-indicações desse tipo de operação? Quem deve evitá-la? Ou todas as pessoas (idosos, crianças, gestantes, portadores de

deficiência física e mental) podem realizá-la? O que os médicos aconselham? O que diz o Conselho Regional de Medicina? Que direitos podem ser reivindicados pela família da pessoa que morreu em decorrência de uma lipoaspiração? As cirurgias de lipoaspiração vêm crescendo nos últimos anos? Por quê? São vertentes necessárias que parte do jornalismo online parece excluir dos preceitos básicos que regimentam o jornalismo de qualidade.

A notícia precisa ser produzida rapidamente para ser publicada na rede. Em pouco tempo, outra notícia já está saindo do forno virtual. Assim como a crise do dólar se acelerou e, naturalmente, forçou a ampliação da produção de informação para amenizar a turbulência do mercado financeiro, os portais, hoje, multiplicam a elaboração dos conteúdos noticiosos para atender a um público específico e ávido pelas notícias denominadas “notícias em tempo real”.

O internauta de hoje “navega” sem parar. Por ser um leitor fugaz, ele exige não apenas conteúdos novos a cada minuto, mas também informação curta, precisa, objetiva e direta. Na internet, não há tempo de se analisar friamente um acontecimento. Lê-se, absorve-se aquilo que foi lido em um curto espaço de tempo e em linhas breves e clica-se na notícia seguinte.

O plano unidirecional da tela do computador cansa. Não há como se estabelecer uma postura confortável para a leitura. O internauta está sentado em uma cadeira, em posição fixa, diante de uma tela reduzida em relação à página de um jornal. Assim, o sujeito, enquadrado nessa posição inflexível, desgasta-se gradativamente e pede, conseqüentemente, uma leitura breve. Esse volume altíssimo de notícias veio da estratégia dos portais de fragmentar a produção da notícia.

Divide-se a notícia para que, a cada minuto, o internauta possa se atualizar sobre o mesmo assunto, porém, com uma novidade a cada clicada do mouse em uma outra nova notícia sobre o mesmo tema, sem se cansar durante a leitura.

A jornalista Pollyana Ferrari, ratifica essa velocidade na produção do conteúdo jornalístico dos portais:

O empilhamento de informações é um dos grandes problemas dos sites noticiosos do Brasil. Num esforço para parecer o mais atual possível, os veículos quebram as matérias e, freqüentemente, colocam o desdobramento de uma história no topo. E as próximas informações virão em notas abaixo desta. Só faz sentido para o jornalista que está acompanhando o caso, pois o leitor – como mostram as pesquisas – normalmente visita uma vez por dia um site noticioso, o que faz com que a cobertura pareça um tanto enlouquecida (FERRARI, 2003, p. 50).

Essa fragmentação da notícia faz dos portais um aglomerado de informações picotadas. Perde-se a linha tênue do começo-meio-fim da notícia. Se acesso o site agora, e quero saber em qual rua de São Paulo caiu o avião ontem, preciso me amparar em um site de busca, navegar pelo banco de dados do portal e encontrar em páginas dos dias anteriores o nome da rua onde aconteceu o acidente. Na lista de “últimas notícias”, o portal já não oferece a informação pela qual procuro. Porque o *hardnews* (notícia quente) está abordando outro aspecto do fato (atualização do número de mortos, o trabalho presente dos bombeiros, a remoção dos destroços da aeronave). Na relação dromológica da Internet, o nome da rua onde caiu o avião não é mais um detalhe relevante. Dentro da lógica da seção “últimas notícias”, corta-se o máximo de “informação fria” possível e atualiza-se a notícia com “informações quentes”. Em seguida, o que “era quente” esfria-se em alta velocidade. E a página é atualizada com novas informações. Como ilustra Bernardo Kucinski:

É um jornalismo que não espera o final da batalha. Informa cada troca de tiro. Se um presidente faz um longo discurso, o jornalismo on line transmite um despacho atrás do outro com pedaços sucessivos do discurso (KUCINSKI, 2005, p. 98).

Esse processo fragmentado do jornalismo online só faz emergir a necessidade de se preencher a cada minuto o site com novos conteúdos. Essa metodologia

obriga naturalmente os veículos de comunicação a buscarem todos os tipos de informação. Não há limites para a publicação da notícia, pois o mercado exige o produto, de qualquer natureza. As empresas jornalísticas precisam elaborar, produzir, não importa quando nem com que viés. A barra de rolamento das ‘últimas notícias’ precisa descer constantemente e as notícias na web devem ser atualizadas. O internauta de hoje se transformou em um leitor imediatista. Ele não tem paciência para esperar, desenvolver uma leitura gradativa, contextualizada, performática. A permanência duradoura em frente à tela do computador é proporcional àquilo que ele encontra de novo na web. Se ele é um varredor diário de notícias, vai sempre buscar a novidade. E se há novidade a cada minuto, maior será a permanência dele navegando no site de notícias. Na falta de tempo para alimentar o site com notícias bem elaboradas, dentro de um padrão jornalístico consistente e justificável jornalisticamente, os portais fazem uma elaboração eventualmente prematura da notícia com o intuito de preencher as lacunas do site o mais rápido possível. A consequência é a enxurrada de informações que brotam aos montes. Quando a notícia é fabricada em excesso, a tendência natural é a da saturação. Não há um tempo mínimo para se interpretar a informação online – isso quando há conteúdo para se interpretar. Não há aparato cognitivo humano capaz de suportar um número incontável de notícias que ebulam pela internet, como observa Edgar Morin:

Sofremos simultaneamente de subinformação e superinformação, de escassez e excesso. É impressionante que possamos deplorar a superabundância de informações. E, no entanto, o excesso abala a informação quando estamos sujeitos ao rebentar ininterrupto de acontecimentos sobre os quais não podemos meditar porque são logo substituídos por outros (MORIN, 1986, p. 31).

Ainda dentro dos parâmetros do jornalismo contemporâneo – e, certamente, o jornalismo online não escapou disso –, o que se teve como uma referência imediata e mais recente de subinformação, superinformação, escassez e excesso foi a supervalorização do atacante Ronaldo contratado pelo Corinthians. Trazido para o clube paulista como um reforço importante, capaz de definir o sucesso do time por suas qualidades profissionais incontestáveis, Ronaldo assumiu status de atleta-celebridade e dominou as capas de jornais

de todo o país. A mistura do estereótipo de craque com a imagem de garoto sorridente, ávido por uma balada, que não esconde suas vontades e tenta viver intensamente aproveitando os prazeres da vida, o colocou em destaque na mídia. A empatia diante do público – até mesmo com aqueles que não torcem para o Corinthians – fez reforçar o apelo midiático representado por Ronaldo. Prato cheio para uma mídia ávida por conclamar as celebridades e seus temperamentos polêmicos que rendem bastante no âmbito da fofoca e do julgamento da vida alheia, Ronaldo aparece como um personagem que agrada universalmente. Por um lado, surge como sujeito épico – o herói, oriundo de uma família humilde do subúrbio do Rio de Janeiro, que consegue enfrentar todos os desafios e armadilhas da vida (as inúmeras contusões) para cumprir o seu destino. Ao mesmo tempo, na sua desorientação pessoal (baladas, noitadas com mulheres, excesso de bebida e de peso), expõe as fraquezas mais terrenas do ser humano e provoca um misto de desalento e compaixão em seus admiradores. Como consequência desse jeito maroto de ser, Ronaldo se transforma num personagem constantemente em ação, capaz de mobilizar a imprensa sempre no sentido de sua correnteza. A consequência jornalística de todas suas epopéias torna-se um produto informativo capaz de atrair leitores que, de uma forma ou de outra, se projetam inconscientemente naquele personagem que desperta interesse no imaginário coletivo. Ronaldo, com sua riqueza, sua humildade, seu sorriso transparente e calmo, suas fraquezas, seus momentos oscilantes e sua destreza para conquistar mulheres que alimentam o estereótipo da beleza feminina e do desejo masculino, desponta como um ser que ocupa um espaço especial na lista de notícias publicáveis. Muito porque possibilita um retorno mercadológico potencial, menos pelo que ele tem a apresentar como novidade capaz de vencer os critérios de noticiabilidade e se transformar em notícia. Assim, ele ganha diariamente espaço nos meios de comunicação, seja com qualquer conteúdo. Exemplo de como a mídia se comporta diante de Ronaldo para tentar vendê-lo diariamente como um produto comercial rentável foram as duas notícias das páginas seguintes retiradas, respectivamente, dos sites *Agência Estado* e *UOL*, respectivamente. A primeira do dia 19 de fevereiro de 2009; a segunda do dia 18 de fevereiro de 2009:



Quinta-Feira, 19 de Fevereiro de 2009 | [Versão Impressa](#)

10 comentário(s)

Avalie esta Notícia ★★★★★ 24 votos

## Ronaldo já mostra como é que se faz

Fenômeno ensina técnica a novatos e ganha desafio de companheiros

Fábio Hecico

Tamanho do texto? **A A A A**

Um, dois, três, sete, oito, quinze chutes... Ronaldo arranca elogios com a pontaria e a facilidade para balançar as redes. Ontem pela manhã, ainda separado dos demais companheiros, realizou várias finalizações: com o pé direito, o esquerdo, parado, correndo, fazendo ziguezague em cones, e quase todas na direção do gol. Não por acaso, virou inspiração e mestre dos mais jovens do Corinthians.

"Ele sempre fala que para fazer gols não precisa dar chutões, o segredo é o jeito", diz Boquita, um dos alunos do "professor" Ronaldo. "Sempre fico atento às dicas. Quem sabe não posso um dia jogar do seu lado?"

Outro que não larga do pé do Fenômeno é Dentinho. "Fico todo besta do lado dele. Nos treinos de finalização, fico ali aprendendo. Ele diz ?faz assim, tira do goleiro?. Nossa, faz cada golaço!", entusiasmase. "Ele é um fenômeno, a maneira de bater na bola. Espero um dia fazer 10% do que fez, que já está muito bom", garante, sonhando com a dupla "Dentinho-Dentão."

Bem mais magro - perdeu cerca de 8 quilos e afirma ter baixado bastante o nível de gordura -, Ronaldo continua empenhado em voltar brevemente aos campos. No clube, muitos dizem que poderia até estrear antes do clássico diante do Palmeiras, no dia 8, em Presidente Prudente, mas a tendência é descartar essa hipótese. Seu primeiro jogo será diante do arquirrival ou na sequência, no dia 11, contra o São Caetano, no Pacaembu.

### ENTURMADO

A solidão de Ronaldo - desde sua chegada ao Parque São Jorge faz trabalhos específicos separado do grupo - acabou à tarde, quando Mano Menezes começou a "enturmá-lo". O atacante fez seu segundo jogotreino, agora com alguns titulares, diante do time sub-17. Não marcou, mas deu três assistências na goleada por 7 a 0. Ele atuou durante os dois tempos, num total de 60 minutos.

Pela manhã, por mais de uma hora debaixo de sol forte, ao lado do auxiliar técnico Sidney Lobo, Ronaldo mostrou por que é um dos melhores atacantes dos últimos tempos. Primeiro, desde o meio do campo, em toques sutis, mandava todas na rede. Certo, sem goleiro...

Danilo, o quarto goleiro, então, foi para o gol. E viu o quanto a mira do camisa 9 está calibrada. Dos vários chutes, só um não atingiu o objetivo - passou raspando, por cima. Os outros, ou pararam nas mãos do goleiro ou morreram no fundo das redes.

Ronaldo ainda aprimorou as cabeçadas. Ele estava tão inspirado durante o trabalho que os demais companheiros resolveram provocá-lo. De cara, quiseram disputar quem acertava mais bolas no travessão.

Escudero errou, Douglas e Jorge Henrique também. Cristian acertou, mas viu o Fenômeno justificar o apelido e, logo na primeira tentativa, não decepcionar. A partir daí, o jeito para eles foi ficarem sentados, de lado, olhando. Ou, como bem dizem os garotos, aprendendo.

Libertadores  
Liga dos Campeões

Futebol

Resultados  
Gols da rodada  
Agenda de jogos  
Notícias  
Vídeos  
Pelé.Net  
Mercado da bola  
Seleção brasileira  
Copa 2014 no Brasil  
Todos os campeonatos

Série A Série B



Fórmula 1

Basquete

Tênis

Vôlei

Mais modalidades

Bolão

Campeonato Virtual

Quiz e Enquetes

Grupos de Discussão

Jogos Online

Últimas Notícias

Resultados do dia

Fotos

Infográficos

Vídeos

Blogs

Placar UOL

Erratas

Blogs Sites



Juca Kfourri

Uma notícia, uma lembrança



Cosme Rimoli

O furacão Ronaldo



Fininho

A hora da verdade nas quadras rápidas



Téo José

Heidfeld é o mais veloz do dia em Barcelona



Fábio Seixas

Recall de Ferrari



Blog do Tênis

18/02/2009 - 12h56

## Em treino isolado, Ronaldo acerta 94% dos chutes e faz 7 gols

Alexandre Sinato  
Em São Paulo

### DENTINHO SONHA EM DUPLA COM DENTÃO



No Corinthians, o clima é de contagem regressiva para a estreia de Ronaldo, prevista para o início de março. E no treino da manhã desta quarta-feira, o atacante mostrou que, apesar de ainda não estar na sua forma física ideal, a mira continua calibrada. Com direito a uma plateia especializada, composta por Jorge Henrique, Escudero, Douglas e Dentinho, o camisa 9 fez um treino isolado de finalizações no CT do Parque Ecológico do Tietê.

O escolhido para enfrentar o *Fenômeno* foi Danilo, quarto goleiro. As finalizações encerraram a atividade específica do atacante, comandada pelo auxiliar-técnico Sidnei Lobo. No total, Ronaldo deu 18 chutes. Acertou o gol em 17 delas, estufando a rede sete vezes.

Os chutes, alternados entre pé direito e esquerdo, eram dados após rápidas movimentações. Na primeira parte, Ronaldo "driblava" cones de maneira lateral com a bola dominada e chutava da entrada da área. O exercício era voltado principalmente para trabalhar a movimentação do atacante, mas a finalização também era testada. Nesse trecho, foram cinco tentativas, todas defendidas por Danilo.

Em seguida, antes de receber o passe, Ronaldo tocava três bolas de primeira, no ar, com a parte lateral do pé. Foram seis chutes. Todos saíram em direção ao gol e quatro superaram Danilo. Na última parte, o atacante usava a parte frontal do pé nos passes de primeira. Chutou sete bolas a gol: três pararam na rede, três em Danilo e apenas uma para fora.

Mas se a parte técnica do *Fenômeno* é diferenciada, ele ainda deve no físico. Antes das finalizações, o atacante realizou treino técnico de passes, rebatendo bolas lançadas por Sidnei Lobo. E ao fim de várias séries, o cabeceio ou o passe final eram errados. Faltava fôlego e perna.

Um dos espectadores, Dentinho aproveitou a movimentação dos chutes a gol para aprender com Ronaldo, seu ídolo. "Ele fez esse treino de finalização e fiquei olhando para um dia fazer só um pouco do que ele faz. Só um pouco mesmo, já que o *Fenômeno* é o cara. Tem que ser no jeito, não na força", opinou o camisa 31.

"Um dia quero fazer 10% do que o Ronaldo faz", emendou Dentinho, que disse ainda sentir um frio na barriga ao imaginar a possibilidade de jogar ao lado do maior artilheiro das Copas do Mundo. Questionado sobre a principal diferença entre eles, Dentinho não titubeou. "Primeiro é a conta bancária. Depois, é claro, a experiência. Ele só jogou em time fera da Europa."

### O TREINO ESPECIAL DE RONALDO



**Primeira parte:** Ronaldo "driblava" cones e recebia a bola na entrada da área, chutando em seguida. Exercício era voltado para movimentação, mas a finalização também foi testada. **Resultado:** Cinco chutes certos, todos com defesa do goleiro Danilo.

**Segunda parte:** Antes de receber o passe, Ronaldo tocava três bolas de primeira, no ar, com a parte lateral do pé. **Resultado:** Foram seis chutes, todos em direção ao gol, e quatro superaram Danilo.

**Tercera parte:** Na última sessão, o atacante usava a parte frontal do pé nos passes de primeira, antes de testar as suas finalizações. **Resultado:** Chutou sete bolas: três gols, três defesas e a única bola para fora do treino.

EQUIPE FAZ TREINO EM SÃO PAULO  
DENTINHO ALMEJA DUPLA COM ASTRO  
EQUIPE DECIDE NOS MINUTOS FINAIS  
LEIA MAIS NOTÍCIAS DO CORINTHIANS

As reportagens fogem de qualquer critério jornalístico noticiável e se fundamentam num comportamento estético que só as celebridades conseguem despertar nos veículos de comunicação. Ronaldo é tratado como um ser superior, que arrasta consigo uma legião de admiradores (leitores, jornalistas e até os próprios companheiros de time) que o fazem roubar a cena e se transformar num produto jornalístico de qualquer conteúdo e que está lá, pronto para ser vendido. Não há outro atleta no Corinthians – em condições de celebridade – capaz de despertar na mídia a falta de criatividade quando aborda a porcentagem de passes acertados por Ronaldo durante um treinamento. Ronaldo é literalmente caçado pela imprensa dia a dia. Seus passos são perseguidos incondicionalmente por uma mídia que espera uma ponta de exposição do craque para realçá-lo à condição de destaque no noticiário. Sua presença desperta a euforia até nos outros jogadores do Corinthians. E essa euforia barata é traduzida em notícia. Ronaldo correndo com os companheiros em campo: notícia. Ronaldo chegou atrasado: notícia. Ronaldo foi flagrado na noitada paulistana: notícia. Ronaldo já mostra como é que se faz: notícia. Ronaldo escorrega no campo e demora para se levantar: notícia. Ronaldo acerta 94% dos chutes: notícia. Que outro jogador do Corinthians receberia tanto destaque assim? Até quando Ronaldo será página de jornal? A respeito desse bombardeio jornalístico que faz questão de repercutir acontecimentos que – dentro de um critério conceitual de noticiabilidade – jamais seriam transformados em notícia, Juremir Machado da Silva faz uma observação pertinente, onde classifica essa atitude da imprensa como algo que prioriza o “marketing triunfante”:

Hoje, por força do imaginário jornalístico associado à idéia mercadológica de satisfação do consumidor a qualquer custo, tudo deve passar por estratégias de familiarização, de limitação ao conhecido. Toda impureza deve ser sacrificada; toda diferença, eliminada; toda dificuldade, suprimida; toda aspereza, sufocada; na contramão, o elitismo retranca-se no obscurantismo como salvação tornando-se ainda mais frágil aos ataques do marketing triunfante (MACHADO DA SILVA, 2000, p. 138).



Ainda sobre essa prática jornalística que satisfaz o leitor com o conteúdo barato, infundado, mas vendável e rentável economicamente, Juremir Machado da Silva ressalta:

Cria-e a notícia. “Esquenta-se” o vazio. Faz-se do inexistente um fato. O clip-jornalismo alimenta-se da dúvida, do suspense, da velocidade e do falso mistério. “Vera Fischer internada outra vez”. “Vera Fischer foge da clínica”. “Vera Fischer pretende reconstruir a sua vida”. Títulos que podem ser lidos na Folha de S. Paulo, em O Globo, no Jornal do Brasil, etc. Nenhum veículo escapa da obrigação de atender o gosto do público. [...] Sensacionalista e circular, o clip-jornalismo pretende encarnar numa época de pressa e de falta de tempo. Por trás dessa assertiva pseudo-sociológica, abriga-se a refutação do pensamento, o repúdio à reflexão, a rejeição ao intelectualismo, o esvaziamento da função educativa da imprensa. Na era do lúdico, somente o gozo fácil justifica o investimento (IDEM, p. 42-43).

Não há outra explicação lógica para esse tipo de publicação senão o caráter especificamente mercadológico, que atende às necessidades de lucro da empresa e que satisfaçam um público que admite consumir os conteúdos *blasés* do jornalismo sensacionalista, espetacular, enfim, empobrecido, imediatista, que se preocupa em preencher as lacunas das páginas online que aguardam o recebimento a cada minuto de um conteúdo novo. O público quer Ronaldo, seja qual for a notícia. A mídia o atende, mesmo que não haja o que falar. Essa relação de passividade da mídia com seu público, que aceita satisfazê-lo prontamente para obter lucro fácil e altos índices de audiência é observada da seguinte maneira por Juremir Machado da Silva:

Quando o cliente é rei, ninguém pode contestá-lo. A informação como mercadoria total assume várias formas e modelos, inclusive o do entretenimento. Não se trata de modificar o comportamento e a bagagem cultural de alguém através de dados que possam fornecer uma nova ou mais complexa visão de mundo, mas unicamente de satisfazer as necessidades de identificação, de empatia, do sujeito com um objeto. Toda contestação aparece como resistência reacionária ou nostálgica ao esquema pertinente e atual, cuja

demonstração é o resultado, a audiência, o faturamento (IDEM, p. 126).

A eventual falta de critérios dos veículos de comunicação na publicação de notícias reforça a idéia de que o vetor da velocidade na internet contribui de forma determinante para um jornalismo de má qualidade quando determinado veículo se atém exclusivamente a preencher páginas e mais páginas da rede com conteúdo novo para evidenciar ao leitor a capacidade de produzir um material diferente a cada instante.

A notícia a seguir foi retirada do *UOL*, no dia 16 de junho de 2009:

UOL ASSINE 0800 703 3000 BATE-PAPO E-MAIL SAC Voip E-Mail Grátis Shopping ÍNDICE PRINCIPAL

VOCÊ AGUENTA CORRER POR... PASSE O MOUSE

Trânsito Mapa Quem somos Nossos produtos Anuncie FAQ Fale Conosco Trabalhe conosco Web

E-mail:  Senha:  ok  Memorizar [Esqueci a senha](#)

Busca Local Busca Endereço Faça suas Rotas

Cidade, UF:  Endereço, nº (opcional):  Buscar

Ex: Rio de Janeiro, RJ Ex: Av. Paulista, 100 ou Fábio Silva, 1204 ou Avenida XV de Maio

Caminho: [Página inicial](#) > [Notícias](#) > [Detalhes da Notícia](#) [Lista completa de notícias](#) | [Rodízio em São Paulo](#)

**Notícias e informações** [MapLink Móvel](#) [RSS O que é?](#)

16/06/2009 - 13:17 — [São Paulo](#)

**Santos Dumont segue com circulação complicada**

A Avenida Santos Dumont está com trânsito lento no sentido Aeroporto entre a Praça Campo de Bagatelle e a Avenida do Estado.

De acordo com a CET-SP (Companhia de Engenharia de Tráfego paulistana) o motorista encontra um km de lentidão neste ponto.

[Clique aqui para enviar informações sobre o trânsito](#)


Para críticas ou sugestões envie e-mail para [redacao@maplink.com.br](mailto:redacao@maplink.com.br)

Agência MBPress

**Compartilhe essa notícia**

Link direto

<http://maplink.uol.com.br/v2/noticias/2009/06/16/santos-dumont-segue-com-circulacao-complicada>

 [Enviar para um amigo](#)

A notícia apenas informa o internauta sobre a existência de lentidão no trânsito da Avenida Santos Dumont. A análise breve desse conteúdo aponta uma falha jornalística essencial: em que bairro está localizada a Avenida Santos Dumont? Em que região da cidade está essa avenida: norte, sul, leste ou oeste? Se leio a notícia na internet e preciso seguir para um compromisso nessa avenida e

não sei onde ela se localiza, vou buscar a informação em outro portal. Qual o motivo do trânsito lento nessa avenida: excesso de veículos, algum acidente grave ou algum outro incidente? A notícia também não oferece outra rua ou avenida próxima à Santos Dumont que sirva de alternativa para o motorista escapar da lentidão.

Outro problema está relacionado à validade da informação quanto à sua periodicidade. Se um internauta que costumeiramente passa pela Avenida Santos Dumont lê determinada notícia em casa, provavelmente vai evitar trafegar pela via após obter a informação no portal da internet. No entanto, o trânsito paulistano é dinâmico. A mesma lentidão registrada naquele momento pode desaparecer em poucos minutos. Isto significa que de nada adianta oferecer uma informação que pode ser inválida no minuto seguinte. Nunca se sabe quando um congestionamento em São Paulo vai terminar: cinco, dez, quinze minutos ou uma hora? A informação publicada no índice de “últimas notícias” perde instantaneamente a validade. Assim, elaborada dentro do vetor da velocidade, a própria notícia de trânsito precisa ser publicada no mesmo ritmo da circulação dos automóveis, que trafegam por ruas e avenidas sem parar e aumentam a cada instante os índices de congestionamento. A mesma notícia se perde no meio de tantas outras informações de trânsito publicada minuto a minuto, conforme a mapa do trânsito da cidade ganha novas configurações. Uma notícia que, além de pecar pela falta de informações básicas – conforme foi enumerado no parágrafo acima – torna-se descartável em pouco tempo. É assim que Bernardo Kuscinski define esse tipo de jornalismo online:

*Definiu-se um novo ritmo de abastecimento de notícias, no qual os fatos vão sendo narrados continuamente, em textos curtos e pouco acabados, à medida que vão acontecendo, e não depois que aconteceram (KUCINSKI, 2005, p. 77).*

A próxima notícia foi retirada do *Agência Estado* no dia 16 de junho de 2009:

ESTADAO.COM.BR O ESTADO S. PAULO JORNAL DA TARDE AE INVESTIMENTOS ELDORADO ILOCA

 **estadao.com.br**

18 de junho de 2009 | Atualizado às 10:20hs

LOGIN [cadastro](#) | WEBMAIL | MEU ESTADÃO

**São Paulo** [Outras cidades >>](#)

**Hoje** máx **20°** Umidade min **9°** 59%

**Amanhã** máx **24°** Umidade min **10°** 29%

MERCADO US\$ Com: R\$1 US\$ Par: R\$2 Ibovespa: 511 Hora: 10h19 - 1

PRIMEIRA PÁGINA OPINIÃO NACIONAL INTERNACIONAL VIDA & ECONOMIA CIDADES ESPORTES CADERNO

## GERAL

terça-feira, 16 de junho de 2009, 12:54 | **Online**

0 comentário(s) Avalie esta Notícia ★★★★★ 0 votos

### Barco vira e joga 5 mil litros de óleo no Rio Negro-AM

FABIANA MARCHEZI - Agencia Estado Tamanho do texto? **A A A A**

SÃO PAULO - Uma embarcação naufragou e derramou cerca de 5 mil litros de óleo combustível no Rio Negro ontem, em Manaus, no Estado do Amazonas. O acidente não deixou vítimas. De acordo com informações do 9º Distrito Naval da Amazônia, órgão da Marinha do Brasil, o barco que afundou, o Jean Filho XXX, é um empurrador da empresa J.F. Oliveira Navegação Ltda e servia para mover balsas por longas distâncias, ligando cidades amazônicas.

Por essa característica de fazer travessias longas, o barco transportava combustível suficiente para se deslocar por mais de uma semana sem abastecer. Um inquérito administrativo foi aberto para apurar as causas do naufrágio. Ainda segundo a Marinha, a embarcação está legalizada perante a Capitania dos Portos e a empresa proprietária está tomando as providências necessárias para evitar que o óleo se espalhe pelo rio.

Tags: [Rio Negro](#), [barco](#), [naufrágio](#), [óleo](#) [?](#) [O que são TAGS?](#)

COMENTÁRIOS NOTÍCIAS RELACIONADAS

[Comente também >>](#)

[Todos os comentários >>](#)



Ao ler a notícia, tem-se a impressão de uma espécie de apanhado de pequenas informações recolhidas da assessoria de imprensa da Marinha do Brasil e aglutinadas em mais uma nota que vai abastecer o índice de últimas notícias, minuto a minuto. É perceptível a falta de apuração e comprometimento com as vertentes do fato, as implicações e os desdobramentos do acontecimento e suas possíveis conseqüências.

A notícia simplesmente menciona um acidente com um barco que virou e jogou 5 mil litros de óleo no Rio Negro, no Amazonas. Não houve a mínima preocupação da repórter em buscar as causas deste acidente. O texto resume-se a notificar que “Um inquérito administrativo foi aberto para apurar as causas do naufrágio”. O repórter, uma vez presente no local do acontecimento, precisa ter um mínimo de curiosidade de questionar os moradores da região o que ocorreu de fato no momento do acidente.

O barco virou por causa do excesso de peso no momento do transporte das balsas? Ele estava transportando balsas ou estava vazio, se deslocando para outra região? O que alega o piloto da embarcação? O delegado chegou a recolher o depoimento de testemunhas e o que ele pode afirmar à imprensa? O derramamento de óleo pode comprometer a fauna e a flora da região? Em quais proporções? A notícia ainda menciona que “a empresa proprietária está tomando as providências necessárias para evitar que o óleo se espalhe pelo rio”. Quais providências?

Em dois parágrafos de cinco linhas cada um, a *Agência Estado* se prontificou a publicar mais uma das milhares de notícias que pouco informam e que vão se amontoando no emaranhando infinito do ciberespaço proporcionando ao leitor uma informação sem qualquer tipo de comprometimento jornalístico.

A notícia a seguir também foi retirada da *Agência Estado*, no dia 16 de Junho de 2009:

ESTADAO.COM.BR O ESTADO S. PAULO JORNAL DA TARDE AE INVESTIMENTOS ELDORADO ILOC

 **estadao.com.br**

18 de junho de 2009 | Atualizado às 10:03hs

LOGIN [cadastro](#) | WEBMAIL | MEU ESTADÃO

**São Paulo** Hoje  **Amanhã** 

máx 20º Umidade min 9º 59%

máx 24º Umidade min 10º 29%

MERCADO US\$ Com: R\$ US\$ Par: R\$ Ibovespa: 51 Hora: 10h01 -

PRIMEIRA PÁGINA OPINIÃO NACIONAL INTERNACIONAL VIDA & ECONOMIA CIDADES ESPORTES CADERNO

---

## GERAL

---

terça-feira, 16 de junho de 2009, 13:24 | **Online**

0 comentário(s) Avalie esta Notícia ★★★★★ 1 votos

### Bahia tem número recorde de casos de dengue este ano

TIAGO DÉCIMO - Agência Estado Tamanho do texto? **A A A**

SALVADOR - Em pouco mais de cinco meses, a Bahia já registra o mais alto índice de notificações por dengue de sua história. Segundo o balanço da Secretaria de Saúde do Estado (Sesab), relativo ao período entre o início do ano e 6 de junho, foram registradas 91.493 notificações da doença, número 199% maior que o verificado no mesmo período do ano passado (30.552) e 4,9% maior do que os registros de todo o ano de 2002 (87.237), até então o ano que mais havia registrado casos da doença no Estado. A série histórica foi iniciada em 1995.

Apesar dos dados, a primeira semana de junho foi a que menos apresentou novas infecções no ano, 995 - pela primeira vez, houve menos de mil notificações de novos casos por um período de sete dias. Não foram registradas novas mortes causadas pela doença. Neste ano, a Bahia confirma 55 mortes e há outras 55 sendo investigadas. Em Salvador, a baixa procura fez com que os postos de hidratação instalados nos dois principais hospitais da cidade fossem desativados ontem.

Tags: [dengue](#), [Bahia](#), [recorde](#)  [O que são TAGS?](#)

**COMENTÁRIOS** NOTÍCIAS RELACIONADAS

Comente também »

Todos os comentários »

A notícia informa o aumento recorde de casos de dengue na Bahia. A nota apresenta vários números da Secretaria Estadual da Saúde e deixa de mencionar a informação principal: por que o número de casos de dengue aumentou em proporção recorde?

A notícia também traz a seguinte informação: “Apesar dos dados, a primeira semana de junho foi a que menos apresentou novas infecções no ano [...] Em Salvador, a baixa procura fez com que os postos de hidratação instalados nos dois principais hospitais da cidade fossem desativados ontem”. Como explicar então que, mesmo com recorde de casos de dengue, os postos de saúde de Salvador estão sendo desativados?

Assim como na notícia citada anteriormente neste trabalho, há uma preocupação em somente apanhar informações divulgadas oficialmente pelo governo estadual e publicá-las em dois parágrafos para abastecer o site com uma ‘nova informação’. É visível a falta de critérios de noticiabilidade no que diz respeito à profundidade da reportagem.

É inadmissível que uma notícia que traz como título o aumento recorde do número de casos de dengue não ofereça ao internauta as causas desse problema. Não há a declaração oficial de nenhuma autoridade envolvida no caso. A matéria poderia, por exemplo, trazer o relato de famílias que passam por esse problema mostrando se elas recebem ou não um tratamento adequado do serviço público de saúde. O fato é que alguns portais de internet se rendem a divulgar qualquer tipo de informação sem uma análise minuciosa do que aquilo pode significar para o leitor.

De forma surpreendente, a notícia sobre os casos de dengue na Bahia foi reproduzida exatamente da mesma forma, com o mesmo conteúdo, pelo site G1. Nenhum detalhe foi retirado da nota ou acrescentado a ela:

The image is a screenshot of a news article on the G1 website. The page layout includes a search bar at the top with the text 'no g1' and 'ok'. The main navigation bar shows 'Globo.com' and 'brasil'. The article title is 'Bahia tem número recorde de casos de dengue este ano', dated 16/06/09. The text of the article states that in the first week of June, there were 995 new cases, a 199% increase from the same period last year. It also mentions that 55 deaths were confirmed in Salvador. The article is attributed to 'Da Agência Estado'. On the right side, there are advertisements, including one for 'GRITE OLÉ, SAIBA ANTES E DIVIRTA-SE' and another for 'ACORDO ORTOGRÁFICO'. A sidebar on the left lists various categories like 'Primeira Página', 'Blogs e Colunas', 'Brasil', 'Carros', 'Ciência e Saúde', 'Cinema', 'Concursos e Emprego', 'Economia e Negócios', and 'Esporte'.

A possibilidade de se fazer um jornalismo efetivamente não-manipulativo, acordado com valores éticos e morais, orientado por uma política majoritariamente social, que defende os direitos e necessidades da comunidade beira a utopia. A força do capitalismo vigente hoje em dia é cada vez maior e encontrou um espaço tão solidificado na sociedade que seria inviável tentar forçar um rompimento com essa estrutura, e caminhando na contramão das regras mercadológicas atuais. Libertar-se da forma capitalista de fazer notícia não significa fazer jornalismo objetivo, imparcial, unidirecional. Significa andar no mesmo ritmo do mercado, mas valorizar outros critérios que não necessariamente se encontram no avesso do caminho da democracia cibercultural. A mudança da forma capitalista está na forma de se fazer notícia: a valorização dos seus componentes, a perspectiva subjetiva de aproveitamento do fato, a análise minuciosa das vertentes desse fato e suas implicações na sociedade que vai receber a notícia, enfim, na produção de vínculos sociais fortes com o público que vai consumir o produto jornalístico

final. O jornalismo parece ser direcionado para dois caminhos. O primeiro diz respeito à forma conceitual de se fazer jornalismo: trilhado sobre o questionamento constante dos valores sociais, a atuação arrojada da sociedade, ou seja, uma mídia atuante que se oferece como um instrumento de questionamento de valores. O segundo, trata-se de um jornalismo que galopa constantemente na esteira do marketing e da publicidade, que se ampara no jogo de cena do sistema capitalista e que aprende a cada dia valorizar os apelos estéticos e espetaculares da notícia sustentados por um público que, passivamente, aprendeu a lidar com qualquer tipo de conteúdo que lhe é proposto. O segundo tipo de jornalismo – que ao que parece, se tornou quase que um imperativo no que tange o jornalismo atual – não consegue funcionar sob a base ética solidificada – aquela que serve de orientação primordial para a prática de uma atividade conceitual, rica em compromissos sociais. E se as práticas jornalísticas atuais – exemplificadas no terceiro capítulo deste trabalho – continuarem trilhando esse caminho do retrocesso, dificilmente o jornalismo conseguirá superar essa crise sistêmica e, principalmente, deixará de cumprir seu papel principal: o de agente fortalecedor da democracia.

## Conclusão

Se a lógica da democracia cibercultural determinou a adoção de novos mecanismos de produção da notícia, o jornalista que trabalha nesse meio também modificou bastante sua forma de atuação para conseguir se encaixar nesse novo modelo. Reféns de um tempo cada vez mais escasso, obrigados a cumprir os prazos de fechamento que são reduzidíssimos, repórteres, redatores e editores passaram a lutar contra o tempo, como afirma Eugênio Bucci:

um jornalista que comanda uma equipe corre contra o tempo. Decide o destino das reputações alheias apostando corrida contra o ponteiro de minutos, que teima em girar naquela maldita parte da redação (2000, p. 45).

Se os mecanismos adotados por esses profissionais durante a elaboração de notícias, reportagens ou edições passou a ser balizado pela ótica do tempo real, conseqüentemente o produto jornalístico final também sofre modificações.

Se o aspecto quantitativo da notícia caracteriza boa parte do jornalismo online, os mecanismos de trabalho do jornalista passam a ser condicionados pela escala do tempo. O resultado jornalístico é maquiavélico. Envereda necessariamente para dois caminhos: o do jornalismo de qualidade e o de falta de comprometimento social. E o resultado – positivo ou negativo – será determinado pela forma como cada veículo de comunicação e seus respectivos profissionais vão lidar com a lógica cibercultural.

Por um lado, conforme já exposto no presente trabalho, a rede mundial de computadores dispõe de inúmeros programas que contribuem para o aumento da informação instantânea na web. Assim, o jornalismo se vale dessas ferramentas para otimizar sua produção. Blogs e twitter encabeçam, hoje, a lista dos aparatos mais utilizados no que diz respeito à perpetuação da informação na rede.

Há de se reforçar que esse dois instrumentos tiveram papel fundamental na proliferação da notícia e no modelo de produção jornalística atual, conforme ressalta Alex Primo:

Em setembro de 2008, segundo o estudo *State of the blogosphere*, especializado em métricas sobre a publicação de blogs no mundo, existiam 130 milhões de blogs. A taxa de atualização do conteúdo da blogosfera era de 900 mil posts por dia. Em abril de 2007, outro relatório da mesma instituição revelava que, dos cem sites mais populares da época, 22 eram blogs (em outubro de 2006 eram apenas doze) (REVISTA GALÁXIA, n 16, p. 44) (grifo do autor).

Os números revelam uma participação cada vez mais ativa dos internautas ávidos por notícias e que também estão dispostos a complementar o noticiário jornalístico com detalhes que, no dia-a-dia da correria de uma redação, dificilmente poderiam ser filtrados pelos jornalistas de forma instantânea.

Conforme já mencionado no capítulo 1, blogueiros constituem uma teia informativa repleta de novidades. Muitos servem de fonte para os próprios veículos de comunicação e adicionam detalhes à pauta que jamais seriam captados por repórteres, editores e redatores, atarefados durante quase todo o dia. Assim, os próprios jornalistas e os próprios veículos de comunicação mergulharam nessa modalidade bloguística:

O relatório de 2007 da pesquisa anual *State of the news media*, conduzida por *The Project for excellence in journalism*, revela que os tradicionais grupos jornalísticos americanos estão, na verdade, ampliando suas forças. No caso do jornalismo on-line, os sites da CNN e do New York Times continuam entre os líderes de acessos em busca de notícias, ocupando a terceira e a quinta posições, respectivamente. As visitas a esses sites cresceram cerca de 20% entre 2006 e 2007. A mesma pesquisa aponta que, com a crescente popularidade de blogs, a mídia tradicional vem trabalhando ativamente sua presença na blogosfera. 95% dos cem principais jornais americanos mantinham blogs de repórteres em março de 2007 (um crescimento de 15% em relação ao ano anterior) (IDEM, p. 45) (grifos do autor).

Ainda sobre os benefícios da tecnologia na contribuição para a comunicação, Bernardo Kucinski também ressalta:

Depois de cinco séculos de contínua concentração de capital na indústria da comunicação, a revolução da informática e da microeletrônica, graças principalmente ao seu baixíssimo custo e às facilidades de produção e comunicação, abriu um novo caminho que devolve ao trabalhador intelectual a sua autonomia como produtor. Esse é o grande significado social e econômico da internet, a mídia onde essa autonomia se realiza plenamente (Conferência de Comunicação da Pastoral da Comunicação, da CNBB, 2002).

Há, portanto, de se concordar com os amplos benefícios proporcionados pela internet e seus instrumentos de otimização da informação jornalística. São usuários diários de blogs e twitter, que cada vez mais aderem a esse movimento da informação instantânea. Sites de buscas, mapas online, guias turísticos e as ferramentas que transmitem eventos esportivos se transformaram em alguns dos exemplos de aparatos que hoje dominam a transmissão da informação em tempo real. Eles aglutinam um número incontável de usuários que, nessa mesma toada, recebem informação elaborada por jornalistas interconectados 24 horas. Assim, a notícia na rede mundial de computadores ganha contornos gigantescos e se prolifera num vai-e-vem ininterrupto. A livre circulação da informação nas interfaces digitais impulsiona a produção da notícia em uma escala global e aumenta o debate público sobre assuntos de interesses sociais proporcionado pela relação simbiótica entre os diversos níveis midiáticos. É preciso compreender que a utilização adequada dessas ferramentas de comunicação instantânea só contribui para a perpetuação da troca de informação entre usuários e os próprios veículos de comunicação, ultrapassa qualquer barreira geográfica e determina o crescimento do jornalismo de responsabilidade social.

Por outro lado, essa mesma facilidade proporcionada pelo imediatismo da internet pode, eventualmente, inverter o jogo do jornalismo qualitativo, transformando-o num produtor desordenado de notícias superficiais, descontextualizadas e, portanto, longe das características adequadas de um



produto jornalístico. E é a maneira como o jornalista vai se deixar levar por essa facilidade que vai determinar a qualidade do produto final do jornalismo online em questão. Aí, o problema não é sacramentado pela rede mundial de computadores, mas pela forma como o jornalista se sente atraído em fazer da internet um local de produção jornalística ininterrupta, que precisa funcionar minuto a minuto. Perde-se a linha tênue da produção bem elaborada, paciente, acordada com valores éticos e morais já apresentados no presente trabalho. Assim, a velocidade da web se transforma no pretexto para uma produção jornalística qualquer, preocupada somente em alimentar o índice das “últimas notícias”.

No livro *Da Olivetti à Internet – políticas e técnicas da notícia* – que traz o depoimento de 22 jornalistas a respeito das mutações do trabalho jornalístico nos últimos 50 anos – Laudelino José Sardá, um dos participantes da compilação de depoimentos, fala a respeito dessa inversão de valores da produção da notícia que assola os mecanismos adotados hoje por repórteres, redatores e editores que se deixam enfeitiçar pelas facilidades da web:

Mergulhado na velocidade com que a tecnologia despeja informação em sua máquina, o jornalista sente com impaciência a necessidade de também acelerar-se e, assim, mecaniza-se num processo em que se despe de ideologia e compromisso social. A notícia ganha sabor de espetáculo, como a televisão vem fazendo há décadas. O papel social da comunicação perde espaço, porque a velocidade impõe critérios instantâneos e, assim, uma criança flagrada roubando uma loja é notícia transitória, pouco interessando a causa que a levou a praticar o crime. [...] O jornalista da era da internet, por mais que também esteja mergulhado na inquietação e no encantamento da notícia, vive disperso na massificação da informação e na interação instantânea. A obsessão pelo novo, no intenso relacionamento virtual, e a ansiedade de falar com o mundo e vasculhar as fontes do universo acaba afastando-o do seu ambiente, contribuindo para a mundialização do seu veículo, a espetacularização das notícias, na roda-viva da fugacidade, em que o amanhã nada tem a ver com o hoje e muito menos com ontem (DEPOIMENTOS, 2007, p. 59-61).

Foi o que pode ser detectado na notícia a respeito da morte do então senador da República Antônio Carlos Magalhães, retiradas da agência *Globo Online* e apresentadas no capítulo 3. Ali, havia uma espécie de necessidade latente em divulgar de forma instantânea uma morte que ainda não havia ocorrido. A notícia, linear, que deixa de lado a causas da morte, as circunstâncias do acontecimento bem como seus desdobramentos, deu espaço para um produto superficial, pobre e banalizado pela ótica da velocidade da internet. A violência da velocidade é tão iminente que a mesma notícia foi publicada minutos depois pela mesma agência e repetiu a falta de critérios de noticiabilidade. Mais uma vez, insistiu na morte de um parlamentar que ainda estava vivo. A notícia perdeu-se na fugacidade do “tempo real” e na urgência da instantaneidade. A confirmação de que o senador estava vivo veio em uma terceira notícia publicada pela mesma agência, minutos depois. Um internauta que acessasse o índice de “últimas notícias” do *Globo Online* naquela hora sofreria de um ‘ruído comunicacional’. Afinal, estaria ou não o senador Antônio Carlos Magalhães morto? Em qual das notícias devo confiar, já que o site me oferece três notícias sobre o mesmo assunto, que se contradizem minuto a minuto? De qual fonte se valeu o repórter para, em menos de 20 minutos, publicar três notícias diferentes sobre o mesmo assunto. Estaria o repórter no local dos fatos?

Sobre esse comportamento de valores, o jornalista Celso Vicenzi, que também participou dos depoimentos compilados no livro *Da Olivetti à Internet – políticas e técnicas da notícia*, faz uma observação pertinente sobre a influência da velocidade da internet no trabalho do atual jornalista, que muitas vezes se preocupa em publicar a notícia com rapidez:

Vivemos na era da abundância tecnológica e do delírio audiovisual. [...] Mas surge, a partir daí, outro problema para o exercício do jornalismo. Há muita informação disponível na internet. Com tanta fartura, acaba-se fazendo um jornalismo preguiçoso. Outro fenômeno é que as redações, cada vez mais enxutas e com orçamentos apertados, usam e abusam do telefone para redigir matérias. Contato com a fonte, cara a cara, é tarefa que escasseia (DEPOIMENTOS, 2007, p. 33-34).

Se, conforme apresentado no presente trabalho, o jornalismo online pode elevar o grau de sua conduta para o patamar do jornalismo não-manipulativo – que galopa no mesmo ritmo dos processos capitalistas, mas que valoriza outros critérios que não necessariamente se encontram no avesso do caminho da democracia cibercultural (a valorização dos seus componentes, a perspectiva subjetiva de aproveitamento do fato, a análise crítica e minuciosa das vertentes desse fato e suas implicações na sociedade) –, o jornalista contemporâneo também pode se desvincular dos processos mercadológicos e patronais que regimentam sua conduta. A mudança deve seguir na mesma direção adotada pelas empresas que procuram se desprender das imposições da democracia cibercultural. Para isso – até como pontapé inicial para essa mudança de comportamento – o jornalista precisa resgatar valores únicos, que só eles podem proporcionar o jornalismo eficiente: o questionamento constante dos valores sociais, o espírito crítico, o debate, a construção da opinião consistente de cada cidadão. Assim, esses valores vão funcionar como ferramentas balizadoras da prática jornalística e darão ao próprio jornalista condições otimizadoras para um trabalho eficiente. Como frisa Laudelino José Sardá:

[...] É importante reafirmar a necessidade de o jornalista ter a visão holística dos acontecimentos e das mudanças para continuar a ser útil e indispensável no processo de comunicação de massa. Qualquer outro profissional, na área tecnológica ou humana, vai criar seu estilo de comunicação, mas continuará carecendo da técnica com que o jornalista poderá ser-lhe muito útil, ainda mais com sua visão holística, contextual e rica em inovação (DEPOIMENTOS, 2007, p. 61-62-63).

Não há de se confrontar as inovações tecnológicas com o jornalismo tradicional, que dispensa a lógica da velocidade e tenta se firmar como uma prática que demanda somente paciência e não a aceleração. É preciso, de uma maneira geral, que haja uma adaptação natural às novidades informáticas e ao surgimento de um aparato que cada vez mais se prolifera no cenário mundial no dorso do vetor acelerativo. A solução está em saber adequar-se ao que a

tecnologia da internet proporciona como revolução comunicacional e fazer disso um instrumento otimizador das práticas jornalísticas atuais. Não há como relutar em aceitar o 'novo'. Pois o novo só tem o objetivo de agregar, melhorar, dar um salto de qualidade. Mas esse mesmo 'novo' pode não oferecer esses benefícios. Assim, tudo está nas mãos de cada profissional, de cada jornalista, de cada mídia. E de todos os veículos de comunicação. É imprescindível saber ordenar, selecionar, filtrar o conteúdo com engajamento social e entregá-lo de forma correta ao público que aguarda o jornalismo em ação usuário. E há ferramentas criadas para viabilizar o círculo informativo da rede, a notícia não pode fugir de sua publicação imediata. Mas esses mesmos instrumentos tecnológicos criados pelo desenvolvimento da cibercultura não pode servir de passagem para um jornalismo efêmero qualquer. É preciso um encaixe perfeito. A informação não pode ficar estocada. Precisa fluir. Porém com cautela e de forma correta. O público aguarda a boa notícia. Que chegue de forma rápida.

## Bibliografia

- ADORNO, T. *Educação e emancipação*. São Paulo: Paz e Terra, 1995.
- BALZAC. H. *Os jornalistas*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2000.
- BAUDRILLARD. J. *A transparência do mal: ensaio sobre os fenômenos extremos*. Campinas, SP: Papyrus, 1996.
- \_\_\_\_\_. *A sociedade do consumo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- \_\_\_\_\_. *A violência do mundo*. Rio de Janeiro: Anima, 1994.
- \_\_\_\_\_. *Tela total : mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Porto Alegre, RS : Sulina, 1999.
- BERMAN, M. *Tudo que é sólido desmancha no ar*. São Paulo: Cia. das Letras, 1987.
- BOURDIEU. P. *Bourdieu Coleção Grandes Cientistas Sociais*. São Paulo: Ática, 1983.
- \_\_\_\_\_. *A miséria do mundo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- BUCCI. E. *Sobre Ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- BYSTRINA, I. *Tópicos de Semiótica da Cultura*. São Paulo: CISC, 1995.
- CASTELLS. M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2006.
- \_\_\_\_\_. *Galáxia da Internet: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade*. Lisboa : Fundacao Calouste Gulbenkian/Servico de Educacao e Bolsas, 2004.
- \_\_\_\_\_. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 2006
- \_\_\_\_\_. *O fim do milênio*. Lisboa : Fundacao Calouste Gulbenkian/Servico de Educacao e Bolsas, 2006.
- CASTORIADIS. C. *A instituição imaginária da sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 1995.
- CHAPARRO, M.C. *Pragmática do jornalismo – buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo: Sumus, 1994.
- CHAUÍ. M. *Simulacro e Poder- Uma Análise da Mídia*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.
- CONTRERA, M. S. *Mídia e Pânico: saturação da informação, violência e crise cultural na mídia*. São Paulo: Annablume, 2002.
- \_\_\_\_\_. *O mito na mídia*. São Paulo: Annablume, 1995.

- COSTA, T. C. *Ética, jornalismo e nova mídia – uma moral provisória*. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FERRARI, Pollyana. *Jornalismo Digital*. São Paulo: Contexto, 2003.
- HARVEY, D. *Condição pós-moderna*. 5a ed. São Paulo: Loyola, 1992.
- JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1997.
- KUCINSKI, B. *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*. São Paulo : Fundação Perseu Abramo : UNESP, 2005.
- LEMOS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre, RS: Sulinas, 2004.
- LÉVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- \_\_\_\_\_. *O que é o virtual?*. São Paulo: Editora 34, 1996.
- \_\_\_\_\_. *As tecnologias da inteligência*. São Paulo: Editora 34, 1993.
- \_\_\_\_\_. *A inteligência coletiva – por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Edições Loyola, 1994.
- \_\_\_\_\_. *A ideografia dinâmica*. São Paulo: Loyola, 1998.
- LINDA, B. *Doutrinas da informação no mundo de hoje*. São Paulo: Loyola Londrina, PR : CONCITEC-PR - Conselho Estadual de Ciência e Tecnologia do Paraná : Universidade Estadual de Londrina, 1990.
- LIPOVETSKY, G. *A era do vazio*. Lisboa: Relógio D'Água, 1989.
- LIPOVETSKY, Gilles; SÉBASTIEN, Charles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- LYOTARD, Jean-François. *O pós-moderno*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.
- MARCONDES FILHO, C. *O capital da notícia*. São Paulo: Ática, 1989.
- \_\_\_\_\_. *Comunicação e jornalismo – a saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker, 2002.
- MATTELART, A. *A invenção da comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.
- MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação: como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2003.
- \_\_\_\_\_. *A galáxia de Gutenberg : a formação do homem tipográfico*. São Paulo: Nacional, 1972.

MEDINA, C. *Notícia: um produto à venda – jornalismo na sociedade Urbana e industrial* São Paulo: Sumus, 1988.

MELO, J. M. *Comunicação e modernidade: o ensino e a pesquisa nas escolas de comunicação*. São Paulo: Loyola, 1991.

MORETZSOHN, S. *Jornalismo em 'tempo real' – o fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Renavan, 2002.

MORIN, E. *Para sair do século XX*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

PINHO, B. J. *Jornalismo na internet – planejamento e produção da informação online*. São Paulo: Summus, 2003.

RAMONET, I. *A tirania da comunicação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

ROLAND B. *Mitologias*. São Paulo: Difel, 1981.

ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 2002

TOUSSAINT, N. *A economia da informação*. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1979.

TRIVINHO, E. *A dromocracia cibercultural – lógica da vida humana na civilização mediática avançada*. São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. *O Mal-estar da teoria. A condição da crítica na sociedade tecnológica atual*. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

\_\_\_\_\_. *Redes: obliterações no fim de século*. São Paulo: Annablume; FAPESP, 1998.

SANTAELLA, Lucia. *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.

SERVA, L. *Jornalismo e desinformação*. São Paulo: Senac, 2001.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores*. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, M. Juremir. *A miséria do jornalismo brasileiro – as (in) certezas da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SODRÉ, M. *Antropológica do Espelho – uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

VARIOS AUTORES. *Um país aberto – reflexões sobre a Folha de S. Paulo e o jornalismo contemporâneo*. São Paulo: Publifolha, 2003.

VARIOS AUTORES. *Da Olivetti à internet – política e técnicas da notícia*. Santa Catarina: Unisul, 2007.

VIRILIO, P. *Velocidade e política*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

\_\_\_\_\_. *Guerra pura: a militarização do cotidiano*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

\_\_\_\_\_. *O espaço crítico : e as perspectivas do tempo real*. São Paulo: Editora 34, 2005.

\_\_\_\_\_. *A bomba informática*. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.

\_\_\_\_\_. *Cibermundo: a política do pior*. Lisboa: Teorema, 2000.

WOLF. M. *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.



# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)