

TENDÊNCIAS DO JORNALISMO EM PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA v.1



// FICHA TÉCNICA //

Revista *Estudos de Jornalismo*

Número 5, v.1

ISSN: 2182-7044

Site: www.revistaej.sopcom.pt

Contacto: revistaestudosjornalismo@gmail.com

Revista Dispositiva

Número 3, v.1

Site: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva>

Contacto: dispositiva@gmail.com

// EDITORES //

Pedro Jerónimo (Estudos de Jornalismo)

Mozahir Salomão Bruck (Dispositiva)

// DATA //

Dezembro de 2015

// ORGANIZAÇÃO //

GT Jornalismo e Sociedade da SOPCOM (Portugal)

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da

PUC Minas (Brasil)

// NOTA EDITORIAL // Textos, imagens e referências
são da responsabilidade dos autores.

Índice

Apresentação

Mozahir Salomão Bruck e Pedro Jerónimo 4

Dossier temático

Estudos do Jornalismo: reafirmação do *status quo* ou busca por arranjos alternativos?

Cláudia Nonato e Olívia Bulla 7

Cartografias do jornalismo: do parapeito da janela antiga à tela cibernética

Jeana Laura da Cunha Santos 21

O ciberjornalismo à luz da complexidade do informacionalismo

Patrícia Pinheiro Almeida e Fernando Zamith 35

Velocidade, Apuração e Credibilidade: provocações e reflexões acerca da prática jornalística na internet

Luis Fernando Assunção e Karla Caldas Ehrenberg 49

Impactos do jornalismo digital horizontal na técnica de agendamento e na construção de espaços de poder

Janaina Goulart e Alexandre Kieling 60

Métricas, ética e “cultura do clique” no jornalismo online brasileiro: o caso de resistência do nãofo.de

Lívia de Souza Vieira e Rogério Christofolletti 74

Heterotopias Fotojornalísticas

Júlia Capovilla Luz Ramos e Beatriz Marocco 88

Algumas limitações do tabloide televisivo: gênero, maternidade e sacralidade como chaves de leitura para um acontecimento

Paula Guimarães Simões e Lucas Afonso Sepulveda 107

A (não) noticiabilidade da CPLP no Brasil: Jornalismo, memórias e identidades

José Cristian Góes e Elton Antunes 120

Apresentação

Mozahir Salomão Bruck

Revista *Dispositiva* (Brasil)¹
dispositiva@gmail.com

Pedro Jerónimo

Revista *Estudos de Jornalismo* (Portugal)
revistaestudosjornalismo@gmail.com

As revistas *Dispositiva*, do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC Minas (Brasil), e *Estudos de Jornalismo*, do GT Jornalismo e Sociedade da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM; Portugal) têm a satisfação de apresentar aos leitores das duas revistas esta edição conjunta e temática, com a orientação editorial em torno das “Tendências do jornalismo nos países de língua portuguesa”.

Trata-se de uma iniciativa que busca contribuir para o avanço nas reflexões sobre o jornalismo nos países lusófonos e também oferecer um olhar atualizado sobre a produção intelectual dos investigadores do campo da comunicação, em especial o jornalismo, tendo como recorte os textos, contextos e, de modo mais enfático, as interrogações que movem as investigações científicas que se desenvolvem hoje nas referidas comunidades lusófonas.

Se inicialmente, as duas revistas programaram uma exclusiva edição conjunta, o fluxo de artigos submetidos à chamada e, de modo mais determinante ainda, a relevante qualidade dos mesmos, levaram à decisão, ainda durante a edição do Volume I deste dossiê, de que se lance, no mais tardar no mês de Abril próximo, o Volume II. De pronto, agradecemos a todos os pesquisadores que submeteram seus artigos.

Ressalte-se também a riqueza da experiência de uma edição conjunta internacional entre as revistas *Estudos de Jornalismo* e a *Dispositiva*. A definição de critérios de seleção dos artigos, de apontamentos de questões aos textos e da decisão editorial final, ou seja, o trabalho propriamente de edição, propiciou diálogos profícuos, que estabeleceram para os editores envolvidos momentos de aprendizado e, certamente, a qualificação das perguntas com as quais lidam cotidianamente em seus trabalhos como pesquisadores.

Prevalece entre os artigos que compõem este primeiro volume a temática ciberjornalismo, destacando-se as alterações e deslocamentos que o fazer jornalístico, suas linguagens, sua referencialidade como modo de conhecimento da vida cotidiana e os impactos de tais mudanças no exercício profissional e nos modos de presença do próprio jornalismo na sociedade.

¹ Colaborou nesta edição Max Emiliano Oliveira.

Cláudia Nonato de Olívia Bulla apresentam discussão acerca das relações do trabalho do jornalista, tendo como visada as influências das rotinas produtivas na construção de um fato. Já Jeana Laura avança, pode-se afirmar assim, também nessa direção, ao propor uma discussão dos novos modos de produção do jornalismo no Brasil confrontando os saberes e fazeres do trabalho jornalístico do passado com o presente. Patrícia Pinheiro e Fernando Zamith oferecem uma relevante reflexão tomando como ponto de partida que o processo de transformação dos indivíduos para a atual sociedade em rede instigou o crescente sistema complexo presente neste novo século, sendo que a necessidade de compartilhamento e a criação de códigos culturais passaram a depender da capacidade tecnológica das sociedades, direcionando a informação ao jornalismo na rede, mais especificamente ao ciberjornalismo.

A prática jornalística na internet é tema de reflexões e provocações feitas pelos investigadores Luiz Fernando Assunção e Karla Caldas Ehrenberg. Por sua vez, Janaína Goulart e Alexandre Kieling refletem sobre os impactos do que denominam jornalismo digital horizontal nas técnicas de agendamento e construção de espaços de poder. Ainda nessa sequência de artigos que sondam o ciberjornalismo, encontra-se o texto de Livia de Souza Vieira e Rogério Cristofolletti, abordando-o a partir da relevante discussão sobre a ética do fazer jornalístico no ambiente digital.

Em *Heterotopias fotojornalísticas*, Beatriz Marocco e Júlia Capovilla Luz Ramos se debruçam sobre o conceito de heterotopia (FOUCAULT, 1987; 1998; 2005), para entender os *blogs* de fotografia dos jornais de maior circulação no Brasil como espaços que se diferenciam dos periódicos impressos, não somente em função do suporte de publicação das fotografias, mas, como salientam os autores, “principalmente por engendrarem dinâmicas produtivas distintas, apesar das dependências complexas que operam e deixam transparecer quando investigamos este material mais de perto”.

Já o artigo de Paula Guimarães Simões e Lucas Afonso Sepúlveda reflete sobre o ambiente televisivo, procurando caracterizar os tabloides presentes nessa mídia a partir de aspectos como gênero, maternidade e sacralidade, utilizados como chaves de leitura para pensar o acontecimento.

Por fim, a partir da pergunta “se a noção de noticiabilidade tal como trabalhada nos estudos do jornalismo auxilia na compreensão das dimensões de memória, história e identidades que atravessam sutilmente o jornalismo”, Elton Antunes e José Cristian Góes promovem tal discussão investigando as notícias publicadas nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Globo* sobre a Comunidade dos Países da Língua Portuguesa (CPLP), nos dez primeiros anos de sua institucionalização.

Entre os objetivos iniciais desta edição conjunta, estava exatamente o de oferecer-se como espaço para que as relevantes investigações – em seus distintos estágios – pudessem proporcionar ainda mais visibilidade a suas questões e análises. Esperamos ter, de pronto, tê-lo atingido, considerando, em especial, a qualidade dos textos aqui agrupados para o avanço

da pesquisa na comunicação, com destaque para o campo do jornalismo. Satisfeitos com o resultado construído com as riquíssimas contribuições, avançamos agora para o segundo volume deste Dossiê.

Estudos do Jornalismo: reafirmação do *status quo* ou busca por arranjos alternativos?

Cláudia Nonato

Escola de Comunicação e Artes
da Universidade de São Paulo
claudia.nonato@uol.com.br

Olívia Bulla

Escola de Comunicação e Artes
da Universidade de São Paulo
oliviabulla@gmail.com

Resumo

O presente artigo pretende discutir as relações de trabalho do jornalista do ponto de vista da produção jornalística e apresentar influências das rotinas produtivas na construção de um fato, bem como viabilizar alternativas capazes o fazer Jornalismo. A partir do binômio Comunicação e Trabalho, que busca compreender redes de sentido em um mundo do trabalho em permanente mudança, a discussão mostra que a racionalidade dos processos produtivos modifica a condição do trabalhador. Como exemplo, serão apresentadas duas pesquisas: a primeira mostra a forma como os números são usados para sustentar um discurso na notícia, por considerar que as rotinas de trabalho e as práticas produtivas permitem, e até incentivam, ao jornalista usar esse recurso na interpretação dos fatos sociais; a segunda mostra que portais, blogs e ferramentas das redes sociais são hoje utilizados como 'inovações na forma de produzir Jornalismo', e discute como 'arranjos econômicos' podem viabilizar o trabalho do jornalista sendo encarados como possibilidade de mudanças nas rotinas produtivas e incorporados como alternativos ao trabalho jornalístico tradicional. Com isso, propõem-se mostrar a complexidade da discussão sobre o trabalho do jornalista, os desafios dos arranjos econômicos e a viabilidade de sustentação de tais iniciativas. Ao final, os resultados das duas pesquisas reafirmam a relevância dos estudos da comunicação no mundo do trabalho.

Palavras-chave: Jornalista; Jornalismo; relações de trabalho do jornalista; comunicação e trabalho; mundo do trabalho.

Abstract

This article discusses the journalist's labor relations from the perspective of journalistic production and present the influences of productive routines in the construction of a fact, as well as viable alternatives able to innovate the way they do journalism. From the binomial Communication and Works, which seeks to understand the sense of networks in a work world

in constant change, the discussion shows that the rationality of production processes modifies the worker's condition. As an example, two surveys will be presented: the first shows how numbers are used as a speech in the news, considering that work routines and production practices allow, and even encourage, the journalist use this feature in the interpretation of social facts; the second shows that portals, blogs and social networking tools are now used as 'innovations in the way of producing journalism', and discusses how 'economic arrangements' are seen as a possibility for changes in production routines, and incorporated as alternative to traditional forms of journalism. With this, they propose to show the complexity of the discussion on the work of journalists, the challenges of economic arrangements and the feasibility of sustaining such initiatives. In the end, the results of two studies reaffirm the relevance of communication studies in the world of work.

Keywords: Journalists; journalism; labor relations of the journalist; communication and work; world of work.

Introdução

A discussão a ser apresentada parte da dimensão do trabalho do jornalista e da prática da atividade jornalística, vendo-o como mediação fundamental da comunicação. Considera-se que só assim é possível relacionar os conceitos empregados com a produção da notícia.

Dito isso, pode-se avançar no sentido de mostrar, empiricamente, a forma como as rotinas de trabalho e as práticas produtivas influenciam na interpretação dos fatos sociais e na veiculação de notícias. Por um lado, tem-se o fazer jornalístico nas empresas tradicionais, que usam de estratégias persuasivas desviantes, como a construção de um discurso que reafirma o *status quo* a partir dos números, silenciando vozes e versões dissidentes sobre um mesmo fato noticioso.

Por outro, tem-se os *blogs* de jornalistas que buscam o exercício de um Jornalismo alternativo à grande empresa, em busca de maior autonomia, independência, liberdade de expressão e realização profissional. Com o objetivo de apreender os novos arranjos que possibilitem o pleno exercício do profissional, a discussão neste artigo passa pelo papel da pressão econômica e da censura, que freiam a possibilidade de iniciativas que poderiam ser significativas para a renovação do Jornalismo.

O referencial teórico das duas pesquisas a serem apresentadas conceitua o trabalho e a comunicação como atividade humana, no sentido ontológico do ser social, destacando como os processos produtivos foram transformados pela organização das rotinas produtivas. Marx e Engels ([1932]2010) afirmam que o trabalho é o que diferencia o homem dos outros animais, sendo que "o trabalho produtivo se determina a partir do ponto de vista da produção capitalista" (p. 151).

Nessa visão, a riqueza das sociedades, em que domina o modo de produção capitalista, aparece como uma “imensa coleção de mercadorias”. Mas o que importa são as relações nesse processo material de apropriação da natureza pelos seres humanos, nos atos de produção e consumo, para satisfazer as vontades e necessidades, separados pela troca. Assim, as relações materiais, que nada mais são que as formas necessárias nas quais se realiza a atividade material e individual, formam a base de todas as relações sociais. Mas como lembram Marx e Engels ([1932]2010), “as ideias da classe dominante são as ideias dominantes” (p. 113) e a comunicação se vê acorrentada à ordem social reinante, representando um conflito. Nesse embate, os representantes da cultura dominante impõem seus valores, desmotivando o diferente.

Como exemplo, o artigo mostra como os números são usados para simular um sentido na notícia, sendo usados como estratégia persuasiva desviante, devido à aparente força de objetividade, ofuscando outros argumentos mais relevantes sobre os fatos. O número também revela as rotinas produtivas, que legitimam a cobertura editorializada de um fato, engendrando a autocensura e contaminando o fazer da notícia.

Já nos *blogs*, os jornalistas que buscam o exercício de um Jornalismo alternativo à grande empresa dizem respeito, sobretudo, à qualidade jornalística, à credibilidade e à visibilidade, trazendo novos desafios aos processos comunicacionais, pois é nesse “mundo”, de blogueiro, que o trabalho adquire outros sentidos e os processos de comunicação para a organização da produção influenciam nas transformações das formas de trabalhar e de se relacionar socialmente.

Portanto, a análise se dá no sentido de compreender como os elementos linguísticos e extralinguísticos - aspectos históricos, sociais, culturais, ideológicos - se relacionam na produção de sentido da notícia. Nela, a comunicação é um processo em que a estrutura simbólica é mediada pelo próprio contexto social, permeado pelas contradições e conflitos relativos ao momento histórico vivido.

Já a abordagem ergológica (Schwartz) permite estudar as relações de comunicação no mundo do trabalho, um espaço-chave para o estudo das relações humanas e lugar de mediação e de construção da subjetividade. A partir da perspectiva ergológica, é possível problematizar o objeto de estudo de maneira mais complexa, destacando a relevância dos sujeitos na transformação social.

Sob essa ótica, Rüdiger (2011) explica que a produção e o trabalho são os fatores de desenvolvimento da comunicação, da linguagem e da consciência. Os processos de mediação simbólica da realidade são vistos como elementos que são condicionados pelo modo de produção imperante na sociedade. “O trabalho representa, portanto, o fundamento da interação simbólica. A comunicação, em última instância, é a mediação primária do trabalho” (*ibid*, 2011, p. 80).

Os números reafirmando o status quo

A partir da perspectiva que considera as funções externas responsáveis pela organização interna do sistema linguístico, analisou-se como os números servem de argumento para a objetividade e, ao mesmo tempo, comunicam a ideologia. Nesse protagonismo do sujeito, a linguagem não é transparente, pois abriga vários sentidos, conota valores iguais, parecidos, diferentes ou opostos vistos não isoladamente, mas em um dialogismo (Bakhtin) entre os coenunciadores.

No processo de produção da notícia há diversos modos de se dizer e, conseqüentemente, diversas formas de se interpretar o que é dito. Nele, os números ganham a aparência de fatos e são aceitos sem questionamento, pois ele parece preciso - eleito o eixo entre o discurso da organização e a prática cotidiana.

É esse fato que a pesquisa "A evidência dos números no discurso jornalístico através das relações de comunicação e trabalho" (BULLA, 2015) procurou explicar a partir da busca nas teorias sociais, das influências e do contexto que dão significado cultural aos números, pois "a sociedade está acostumada a ouvir e repetir que os números não mentem jamais" (PULITI, 2013, p. 27). Porém, esse consenso, em geral, é equivocado.

Seife (2012) explica que "os cálculos provocam um curto-circuito no cérebro" (*ibid*, p. 12), tirando toda a capacidade crítica do cidadão. Isso ocorre porque "o mundo frio e cristalino dos algarismos nos oferece o que há de mais raro: a certeza absoluta" (*ibid*). Portanto, "não importa o quanto uma ideia seja inacreditável, os números podem lhe conferir credibilidade" (*ibid*). Esses dois quesitos que o número carrega - objetividade e credibilidade - são fundamentais para o Jornalismo.

A fim de identificar essa "aura de plausibilidade" conferida aos números foi selecionado um *corpus*, composto por matérias publicadas no jornal *O Estado de S. Paulo*, doravante *Estadão*, sobre as manifestações contra o aumento da tarifa de transporte público em São Paulo, em junho de 2013, e seus desdobramentos. Um ano depois, foi coletada uma segunda amostra, quando protestos foram retomados em meio à Copa do Mundo no Brasil.

A escolha do jornal se deu pela facilidade para levantar o material empírico necessário, devido ao vínculo profissional em uma das empresas do grupo, na época. A análise desse *corpus* foi feita sob a ótica da presença do Outro e com um discurso clivado pelas ideologias.

A avaliação foi confrontada com as observações das rotinas produtivas dos jornalistas, por meio de entrevistas com cinco autores apontados entre os que mais se repetem nas reportagens selecionadas. Tal processo metodológico permitiu entender como o produto jornalístico derivado dos números é tratado e como se dão as decisões que marcam o valor do número e sua representatividade na notícia.

É válido lembrar que os protestos de junho de 2013 surgiram, inicialmente, para contestar o aumento de R\$ 0,20 na tarifa de transporte público em São Paulo. Mas os atos foram ganhando apoio popular, o que elevou a pauta de reivindicações.

Como consequência, Frederico (2013) afirma que o indivíduo ficou “enredado no campo dominado pela mídia”, que visava “pautar a conduta individual” (p. 252). Tanto que, “não foi por mero acaso que a palavra de ordem gritada nas ruas - ‘vem pra rua, vem!’ - tenha replicado o *slogan* da propaganda de uma marca de carros que então era veiculada exaustivamente na TV” (*ibid*).

Chauí (2013) avalia que a reivindicação específica ocorrida em São Paulo, capitaneada pelo Movimento Passe Livre (MPL), foi vitoriosa sob dois aspectos: reduzir a tarifa de transporte público, de volta aos R\$ 3,00, e definir a questão do transporte público no plano dos direitos do cidadão por meio “da explicitação (e não do ocultamento) dos conflitos sociais e políticos”. Porém, esses problemas, como verificaremos a seguir, passaram ao largo da cobertura jornalística do *Estadão*.

A chamada de capa em 7 de junho de 2013 é dividida entre uma notícia econômica e a que se refere ao protesto ocorrido na noite anterior “*contra tarifa*” de transporte público, que cessou o direito das pessoas (e dos carros) de mover-se e que acabara “*em depredação e caos em SP*” (BULLA, 2015, p.58). No texto, os números são o recurso que informa a presença “*de cerca de mil pessoas contra o aumento da passagem de ônibus e metrô de R\$ 3,00 para R\$ 3,20*” que “*parou o trânsito de algumas das principais vias*” da cidade “*no horário de pico*” (*ibid*). A linha fina do jornal dizia que “*manifestantes fecharam avenidas, invadiram shoppings e deixaram rastros de destruição*” (*ibid*). Tal cenário criado buscava ainda qualificar os personagens, dizendo que “*pelo menos 50 pessoas ficaram feridas e 15 foram detidas*” (*ibid*). Ao lado, uma foto intitulada “*vandalismo*” na legenda (*ibid*).

Apenas nesse trecho inicial é possível perceber o papel dado aos números na notícia. Para o *Estadão*, o primeiro dia de protesto contra o aumento da tarifa de ônibus e metrô levou “*caos*” e “*depredação*” à cidade, causando um dos piores índices de congestionamento do ano. “*Às 19h, havia 160 km de lentidão – a média é 138 km*”, comparava o texto (*ibid*). A mesma reportagem traz ainda um box, ao final da segunda coluna, dizendo que o aumento da passagem de transporte público foi de 6,7%, “*menor que a inflação acumulada desde o último reajuste, de 14%*” - o que, portanto, não justifica tanto “*vandalismo*” (BULLA, 2015, p.59).

Já a versão dos jornalistas mostra que as manifestações de junho de 2013 demandaram dos profissionais entrevistados um tipo de cobertura que, até então, não era foco do jornal. “*Junho foi algo completamente atípico, foi algo completamente diferente*” conta Bruno Paes Manso, um dos mais experientes (BULLA, 2015, p. 132).

Tal despreparo, porém, não se dava pelo ineditismo no fato em si. “*Não era uma novidade pra gente, em tese*”, diz Manso. “*Era um assunto que não costumava inclusive ser coberto pelo jornal*”, pois viam “*os ‘malas’ do MPL como um protesto a mais dentre as dezenas que acontecem na cidade*” (*ibid*).

Nesse relato do profissional, o primeiro a ser entrevistado, é possível aferir a linha editorial do *Estadão* ecoada na fala do jornalista. Afinal, nem o jornal nem seus empregados

demonstravam interesse na cobertura das manifestações feitas pelos “*malas*” do MPL, que já haviam incomodado outros prefeitos com a principal reivindicação do movimento, a tarifa zero. O assunto era algo que, “*inclusive*”, não era um assunto “*coberto*” pelo jornal, afirma o jornalista em uma recorrência semântica que “*inclui*” o sujeito pertencente ao jornal, à empresa, ao mesmo tempo em que “*exclui*” aquele que também se sente assim na sociedade.

Caberia ao profissional trazer ao cidadão os elementos sobre a situação da sociedade, naquele momento. Mas o que se viu foi um enquadramento da empresa midiática a partir do “*óculos social*” (Schaff), ou os modelos e os padrões perceptivos com os quais os indivíduos enxergam o mundo, criando estereótipos.

Ao fazer assim, o jornalista e a imprensa criam uma “*realidade*” que parece real, mas que, na verdade, fabrica os signos necessários para que o Jornalismo possa reafirmar os valores na sociedade para a qual a atividade serve. Essa percepção é ecoada no editorial de 8 de junho de 2013, o primeiro do jornal sobre o assunto, que repete, usando argumentos a partir dos números, que o protesto contra a tarifa não passava, como dizia o título, de “*Puro Vandalismo*” (BULLA, 2015, p. 59). Para o jornal, o dia 6 de junho de 2013 foi um “*dia de fúria*” (*ibid*).

Nesse contexto, destaca-se o poder do número como amplificador da notícia. “*Protesto fecha Marginal e lentidão chega a 226 km*”, dizia a chamada de capa do jornal no mesmo dia 8, sobre o segundo dia de manifestações (BULLA, 2015, p. 64). Entre a *linha fina* e o texto da manchete, uma foto da Marginal do Rio Pinheiros que retratava as “*cerca de 5 mil pessoas*”, que ajudaram a causar “*o terceiro pior congestionamento do ano*”, bloqueando tal via “*por 30 minutos*” e entrando “*em confronto com a PM pelo 2º dia*” (*ibid*). O jornal ainda compara o risco das “*armas*” utilizadas, “*com pedras de um lado e gás lacrimogêneo e balas de borracha de outro*”, e dimensiona o fato: “*A Polícia Militar estimou em 2 mil o número de manifestantes e a Guarda Civil Metropolitana, em mil. Organizadores falaram em cinco mil*” (BULLA, 2015, p.65).

Caio do Valle, que cobriu as manifestações de 2013 da Redação, explica que os números têm importância para dar “*dimensão, compor a matéria e contar a história*”, ainda que existisse um “*confronto de dados, né?*” (BULLA, 2015, p. 138). Bruno Ribeiro, entrevistado junto com Do Valle, brinca que “*a Polícia pega o total e divide por dez e o MPL pega o total e multiplica por dez*”, diminuindo ou valorizando o protesto (*ibid*).

Do Valle diz ainda que “*as demandas*” dos manifestantes, de qualquer tipo de protesto, “*tinham que ter um espaço maior*” (*ibid*). Mas a ausência das reivindicações sociais no jornal “*é porque, infelizmente, o Jornalismo de Cidades está acostumado a fazer esse tipo de cobertura. É mais o que o ato em si provoca do que o que se pede com esse ato*” (*ibid*), assumindo que se trata de uma característica intrínseca do “*Jornalismo de Cidades*”, tal qual é praticado hoje.

Como resultado, diz Ribeiro, que vivenciou a experiência das manifestações de 2013 nas ruas, é que *"os textos que saíram no jornal naquela época, eles estão, eles não condiziam... É muito claro, entre estar lá e ver o jornal do dia seguinte"* (BULLA, 2015, p. 137). Portanto, todo o processo de produção da notícia, desde a apuração até o texto, é "contaminado" por uma *"linha editorial clara"*, que parece ter uma figura espiritual de onipresença e onisciência, pois, segundo Ribeiro, mesmo não havendo nenhuma *"orientação ideológica, política"*, *"a gente"*, o jornalista, *"sabe"* o que deve ser considerado *"no texto ou não"*.

Essa concepção de Jornalismo relacionada com as rotinas de trabalho permite enxergar a prescrição como algo que não se resume a uma simples transferência de normas, mas como uma construção de discurso social. O jornalista acaba reafirma a voz da empresa e faz escolhas consonantes à linha editorial.

"O problema é o 'Mesquitinha' que cada um leva dentro de si" (BULLA, 2015, p. 140), brinca Manso, citando uma frase do colega de trabalho Daniel Piza, morto em 2011, e que se refere à família Mesquita, maior acionista do Grupo Estado. Tal citação, de um renomado colunista e editor executivo do jornal, mostra como o jornalista não se reconhece na dicotomia capital *versus* trabalho. Ao ecoar a fala de Piza, Manso revela ainda as escolhas feitas no âmbito específico da atividade do corpo si (Schwartz) no trabalho, eximindo-se de sua tarefa maior, que é o compromisso com a informação, e passando a atender o que se julga conveniente à linha editorial do jornal..

E foi o que se verificou um ano depois, quando teve início a Copa do Mundo no Brasil. Apenas a manchete do *Estadão* em 12 de junho de 2014 retoma muitos elementos que foram observados sobre as manifestações de junho de 2013, pois assim como se posicionou contra a redução de R\$ 0,20 na tarifa de transporte público, o jornal também se coloca contrário à realização do evento futebolístico no país.

O título de capa daquele dia era: *"Brasil é favorito em Copa contestada"* (BULLA, 2015, p. 87). Por meio dos números, o jornal mostra que a "favorita" seleção verde-e-amarela chegava ao dia de estreia do "contestado" Mundial de Futebol após o governo *"gastar R\$ 26,5 bilhões, mas parte das obras não ficou pronta ou sequer saiu do papel"* e recorda ainda que a Fifa escolheu o país como sede do evento em 2007, *"no 2º mandato de Lula, e agora enfrenta problemas na organização"*. Era a *"Copa das Copas"* com *"muitas promessas não cumpridas desde o anúncio do Mundial"* - e ainda tinham *"protestos programados para hoje"*.

Percebeu-se, então, como os números foram sendo usados e transformados em notícia, sempre submetidos às necessidades de vendagem do jornal para a obtenção do lucro, sendo, por isso, limitados e delimitados por aspectos sociais, culturais e ideológicos. Ao não ser capaz de ser ator dessa transformação, o ser social tampouco é capaz de alterar os valores que constroem a sociedade, firmando aqueles já existentes.

Assim, o princípio da renormalização da atividade de trabalho ocorre, mas reitera os valores sociais e ideológicos da linha editorial prescrita pelo jornal. O sujeito, nesse caso, produz um discurso que identifica e qualifica o que se pode chamar de alienação do jornalista frente ao seu próprio trabalho.

Os blogs como arranjos econômicos alternativos

No percurso da globalização, e suas consequências para a sociedade contemporânea, os avanços tecnológicos e comunicacionais, além da reestruturação produtiva do mundo do trabalho, trouxeram profundas mudanças, principalmente no fim do século XX. Nesse contexto, vivenciamos o surgimento das Novas Tecnologias Microeletrônicas de Informação e Comunicação (NTICS) das redes telemáticas e também da Cibercultura, que levou à emergência de novos tipos de trabalho e ocupações nascidas da Sociedade em Rede (Castells, 1999).

Por causa da introdução de novas tecnologias e da informatização de indústrias, do setor de serviços e das empresas de comunicação, os trabalhadores foram levados a adquirir novas habilidades. Para alguns autores, a era da informação também significou o avanço do trabalho imaterial, principalmente pelo crescimento dos postos de “trabalho intelectual”, ou de “trabalhadores cognitivos”.

Huws (2007, p. 2) diz que “nunca houve na história do trabalho mais trabalho *material* do que há precisamente agora”, diante do alto consumo de matérias-primas e da produção de artefatos em todo o mundo. O que mudou foi a divisão do trabalho.

Desse modo, o jornalista que trabalha certa quantidade de horas para uma grande empresa capitalista produz informação, que é vendida, não importa se em um meio impresso ou digital, e se transforma em valor (mais-valia – trabalho não pago). Parte desse valor vai para a subsistência; as horas trabalhadas para produzir esse valor (tempo de trabalho necessário) são reembolsadas (pelo salário). E o restante é a mais-valia.

Se o jornalista (que nessa condição é um trabalhador produtivo), resolve mudar de situação e trabalhar por conta própria, ele está quebrando a cadeia produtiva da teoria? E quais são os novos valores que envolvem essa mudança?

Para Dantas (2014), o atual processo de produção das indústrias culturais envolve tanto o trabalho de profissionais implicados diretamente no processo, como artistas e jornalistas, por exemplo, quanto o trabalho da *audiência*, que disponibiliza o seu tempo e participação em eventos da atual Sociedade do Espetáculo (Debord, 2003). O lucro extraído dessa relação é identificado pelo autor como sendo a “mais valia 2.0”, uma “apropriação de trabalho não pago, literalmente gratuito, através de um sistema de agenciamento social, via meios eletrônicos de comunicação, lineares ou reticulares, que se incorpora na produção de valor” (Dantas, 2014, p. 86).

Além de mobilizar o trabalho gratuito, as redes sociais criam e difundem valores que são associados ao capital social (Raquel Recuero, 2009). Entre esses valores, importantes para a difusão de informações, destacam-se a reputação (autoridade), a credibilidade e a visibilidade (popularidade), que são, a nosso ver, fundamentais para acompanhar a lógica de trabalho do jornalista blogueiro. Esses valores são influentes porque as redes sociais “implicam mudanças bastante expressivas nos modos através dos quais esses valores são construídos e moldados”, por causa da possibilidade de mensurar a quantidade de acessos hoje, e também “porque esses valores são bastante alterados quando trazidos para a rede” (2009, p. 130).

A instantaneidade protagonizada pelos novos meios de comunicação trazem novos elementos e maiores desafios para estes os jornalistas, que incorporaram e adotaram tais inovações nas rotinas profissionais também como alternativas. O jornalista, que é um observador do cotidiano onde quer que esteja, seja em casa ou no trabalho, encontra cada vez mais dificuldades para ser um profissional por inteiro. Ao mesmo tempo, pesquisas apontam que quase todos os jornalistas encontraram como alternativa a criação e manutenção de um blog, seja para reproduzir notícias, publicar textos opinativos ou investigativos.

Os blogs trouxeram uma sensação de liberdade e revitalização do Jornalismo, tanto pela mudança na produção, quanto na plataforma discursiva. No novo meio, o jornalista escreve sobre o que gosta, assume integralmente o papel de formador de opinião, com a possibilidade de aprofundar a notícia; ele também pode simplesmente compartilhar um texto com outras pessoas; tem a instantaneidade e rapidez da Internet a seu favor e ainda conta com o *feedback* do leitor/receptor. Para Luís Martino, “os blogs desestabilizam algumas certezas da prática jornalística e colocam em questão algumas ideias consagradas a respeito do interior da profissão, de um lado, e da amplitude dos efeitos do Jornalismo no espaço público, de outro” (2009; p. 271).

Diante de tais constatações que o estudo “Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão” (Lima, 2015) partiu de duas hipóteses: a) os profissionais do Jornalismo com vasta experiência na profissão estão migrando para novas mídias, principalmente para blogs independentes; e b) jornalistas experientes migram para os blogs em busca de maior autonomia, liberdade de expressão e realização profissional.

O estudo, realizado entre 2011 e 2014, observou as rotinas e produção dos jornalistas nos próprios blogs; pesquisou artigos de sites especializados em Jornalismo, e também artigos de revistas científicas; pesquisas acadêmicas (teses e dissertações) e analisou entrevistas de material primário e secundário com jornalistas blogueiros.

Para compor a amostra de blogueiros pesquisados, foram selecionados quinze profissionais que atuavam em seus próprios blogs; posteriormente, foram divididos em dois grupos, baseados em sua relação com os portais e/ou empresas de comunicação: dependentes (A) e independentes (B), sendo que este último grupo possuía uma subdivisão, entre

blogueiros ligados a portais independentes e aqueles sem vínculo com portais. São eles: Josias de Souza, Juca Kfourir, Leonardo Sakamoto, Reinado Azevedo, Ricardo Kotscho e Ricardo Noblat (Dependentes – ligados a portais de grandes grupos de comunicação); Conceição Oliveira, Renato Rovai, Rodrigo Vianna, Luís Nassif, Luiz Carlos Azenha e Paulo Henrique Amorim (Independentes – ligados a portais também independentes); Altamiro Borges, Altino Machado e Miguel do Rosário (Independentes sem ligação com portais).

A partir dessa divisão, foi feita uma análise geral do perfil dos blogueiros, detalhando seus meios de produção e de subsistência. E, a partir da fala do grupo de jornalistas blogueiros independentes (B), foi detectada a existência de redes de conexão e também a formação de uma mídia contra hegemônica, que evidenciou um enfrentamento às tentativas de controle e censura, além de uma busca por arranjos econômicos alternativos para a subsistência.

Nos blogs, o jornalista não precisa da estrutura de uma empresa de comunicação; pode escrever de qualquer local e, principalmente com isenção, sem a interferência de interesses comerciais e/ou das empresas de comunicação, ideais que, a princípio, remetem à realização de um sonho. Nessa condição, o jornalista se vê como um empreendedor social, “uma alegoria do trabalhador imaginado pelo sistema capitalista, que integra a vocação, no sentido weberiano; a habilidade empreendedora; a capacidade de ser sustentável, no sentido econômico; e uma imagem de felicidade e realização plena” (Casaqui, 2015). Para o autor, essa seria “a intersecção entre a dimensão comunicacional que constitui o espírito do capitalismo contemporâneo e significados atribuídos ao mundo do trabalho, à cultura corporativa” (idem).

Para Schittine (2004), ao contrário dos diaristas virtuais, que se esforçam para se transformarem em formadores de opinião, como colunistas de jornais, os jornalistas encontraram nos *blogs* uma maneira de fugir um pouco das obrigações da profissão, atraídos, principalmente, pela sensação de liberdade encontrada no novo meio, onde o profissional não se vê cerceado pelo veículo de comunicação no qual trabalha. A começar pelo texto, mais simples e direto, até a sugestão de pauta, tudo pode ser modificado, além de não precisar passar pelas mãos dos editores e redatores. “O jornalista sente falta de ter mais liberdade, mais domínio sobre o próprio texto”. (Schittine, 2004, p. 180)

Mas essa liberdade de escrever um texto sem a mediação de uma empresa de comunicação esbarra em dificuldades. Uma delas é o leitor, que muitas vezes é exigente com esse novo texto, que chega até ele sem a mediação de um veículo de imprensa, e pode tornar a convivência difícil. Ou seja, se o assunto não agrada, o blogueiro precisa aprender a lidar com as críticas ou mesmo com a redução de acessos, o que pode prejudicar a sobrevivência do *blog*. Outro problema é a concorrência e a necessidade de manter o *blog* e seus leitores, principalmente quando o *blog* é profissional. Trata-se do caráter interativo do novo modo de produção e circulação da notícia.

O novo meio revitalizou o Jornalismo, trazendo fôlego para aqueles profissionais que estavam cansados das rotinas produtivas dos meios de comunicação tradicionais. Por meio dos blogs, esses jornalistas impactaram a sociedade, trazendo à tona debates em torno da ética, corrupção, gastos e política pública, divulgando e denunciando fatos que não se vê na mídia tradicional.

Para os leitores, trouxe novas visões da notícia, além da possibilidade de interpretação, escolha e até discussão. E, para as empresas de comunicação, um novo desafio. Ao hospedar os blogs nos portais dos grandes jornais brasileiros, esses veículos reconheceram a importância dos blogs e procuraram “se adequar à nova realidade de um mercado de concorrência que se renova sem cessar” (Adghirni, 2008).

As análises demonstraram que, de modo geral, os quinze selecionados são profissionais maduros; têm entre 37 anos (Leonardo Sakamoto) e 72 anos (Paulo Henrique Amorim) e uma carreira já consolidada no Jornalismo, o que comprova a hipótese de que reputação, popularidade, credibilidade e visibilidade são valores fundamentais (Recuero, 2009; Dantas, 2014b) para a consolidação profissional na Sociedade em Rede. A motivação dos jornalistas para criarem o próprio blog é bastante variada. As falas mais recorrentes foram que o blog foi adotado por indicação de pessoas mais jovens; por fazerem questão de estarem atualizados tecnologicamente; e ainda pela possibilidade de gerar uma informação diferenciada daquela publicada na grande mídia. Guazina (2013, p. 11) afirma que, para esses jornalistas, “o blog foi uma forma de conciliar com mais liberdade o exercício da profissão jornalística com a percepção sobre o mundo social, a política e o próprio Jornalismo”.

A maioria dos blogueiros mantém outras ocupações além do blog; observa-se, no entanto, que o local preferido para escrever e administrar as demandas do blog é na própria residência: “Eu escrevo de casa, na calma da minha casa; às vezes escrevo de madrugada, acompanhado de uma cachaça ou copo de uísque”. (Miro Borges, in Lima, 2015, p.175). Ao observar o trabalho dos jornalistas blogueiros, verificamos que estes profissionais levam para o blog os mesmos valores apreendidos ao longo da carreira nos veículos tradicionais, mantendo o seu *ethos*, e até mesmo estabelecendo uma rotina de trabalho semelhante à que mantinham nas redações: “Não vejo nenhuma diferença entre o que eu escolho ou o que eu escolheria, se estivesse trabalhando num jornal” (Noblat, in Lima, 2015, p. 177).

O trabalho do jornalista blogueiro é, quase sempre, solitário. Alguns dispõem de pequenas equipes ou pouco colaboradores. A relação com os leitores é direta e instantânea. Os leitores estão conectados e dispostos a participar do dia a dia dos noticiários, principalmente nos blogs. Elogiam, dão sugestões, mas também criticam e até ofendem os jornalistas blogueiros. A sociedade em rede trouxe o melhor, mas também o pior lado da comunicação direta. Precisaram criar novas prescrições e aprender a lidar com essa mudança, que foi bastante impactante para o profissional: “Você tem alguns leitores agressivos, alguns leitores fiéis, que colaboram e tudo, mas que se sentem, às vezes, donos do pedaço. Então, começam

a agredir outros leitores. É um ponto que você tem que colocar.” (Luís Nassif, in Lima, 2015, p. 182).

Alguns depoimentos demonstraram que os jornalistas buscam o novo meio procurando encontrar a autonomia e a independência que não encontraram nos meios tradicionais de comunicação, confirmando uma de nossas hipóteses. “No Jornalismo convencional nunca me senti livre. O Jornalismo convencional é um Jornalismo comercial. E quem disser que é livre mente. Não existe isso. Você é livre se você pensar como o patrão. No Brasil funciona assim: você tem toda a liberdade de pensar como o seu patrão pensa. Na internet sim.” (Paulo Henrique Amorim, in Lima, 2015, p. 183).

Mas a total independência e liberdade de expressão desejada pelos blogueiros é ilusória. Como sobreviver, dentro da lógica capitalista, sem um meio de subsistência?

Os jornalistas ligados aos portais de grandes empresas de comunicação mantêm uma relação contratual estável, recebem salários e são considerados trabalhadores produtivos. Já aqueles profissionais que não têm esse vínculo, nem a estabilidade contratual, são improdutivos perante o sistema, ou seja, para a reprodução do capital.

Considerações finais

A problematização apresentada neste artigo buscou evidenciar, de um lado, o uso dos números como uma estratégia persuasiva para a construção de sentido no discurso jornalístico, dando-lhe objetividade, e a forma como esse recurso revela as rotinas produtivas. Pôde-se compreender a forma como o jornalista submete a própria liberdade de expressão à liberdade de imprensa da empresa, e sua ideologia, valendo-se de recursos simbólicos, como os números, para embaçar o foco da notícia e sua relevância enquanto fato social.

A linha editorial incorporada pelo profissional naturaliza-se como procedimento afeito ao Jornalismo, como parte da objetividade. A pressão do tempo, o excesso de trabalho, a precarização da profissão são elementos que contribuem para o jornalista (com ou sem vínculos empregatícios) não se contrapor às lógicas editoriais. Para ele, a palavra já aparece domada. Esse silêncio da grande mídia frente a certos temas é manifestado no microssocial através da persuasão e do convencimento, pois o trabalho do jornalista é tão vilipendiado, com muitos adotando o ponto de vista dos “*patrões*”.

Tem-se, então, a forma como as instituições da sociedade civil estão à mercê dos interesses corporativos e como o sujeito aparece assujeitado na luta de classe. Nota-se, sobretudo, a falta de compromisso com o aprofundamento da democracia e o fato de como o mundo do trabalho do jornalista produz um Jornalismo tão precário, instável e individualista quanto as próprias condições para o exercício da profissão e para a produção da notícia. Qual seria, então, o caminho para o Jornalismo?

Ainda estamos em pleno processo de transição da atividade que, em sua essência, nasceu como difusora de informação e se transformou em meio de contra hegemonia. No

ambiente das redes sociais dos *blogs* tem-se uma tentativa de resgatar o papel da informação e, sobretudo, do Jornalismo como difusor da notícia e meio contra hegemônico – apesar de recentes denúncias de financiamento turvarem esse cenário.

Acredita-se que só em um contexto isento e autônomo de produção noticiosa – seja qual for o aparato técnico e a plataforma tecnológica, bem como os retornos financeiros – é possível haver dedicação mais profunda à interpretação, à criação de relações e à tradução das informações, comunicando para o conhecimento, sem comprometer os sentidos. Portanto, cabe ao jornalista buscar rearranjos profissionais e de sustentação financeira que lhe permitam desenvolver um trabalho com o olhar fixo nos valores que identificam o Jornalismo como prática social voltada aos direitos do cidadão à informação, rumo à consolidação da democracia.

Referências

ADGHIRNI, Zélia L (2008). *Blogs: a invasão dos profanos do mundo digital na esfera sagrada do jornalismo*. Anais do VI SBPJOR, São Paulo. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.ghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coordenada12zelialealadghirni.pdf> Acesso em 05/04/2013.

BULLA, Olívia (2015). *A evidência dos números no discurso jornalístico através das relações de comunicação e trabalho*. 2015. 165 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-13112015-094109/pt-br.php> Acesso em 06/12/2015.

CASTELLS, Manuel (1999). *A sociedade em rede*. A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1. São Paulo: Paz e Terra.

CHAUÍ, Marilena (2013). *As manifestações de junho de 2013 em São Paulo*. Revista Teoria e Debate, edição 113, 27 de junho de 2013. Disponível em <http://www.teoriaedebate.org.br/materias/nacional/manifestacoes-de-junho-de-2013-na-cidade-de-sao-paulo?page=full> Acesso em 29/11/2015.

DANTAS, Marcos (2014). *Mais-valia 2.0: produção e apropriação de valor nas redes do capital*. Revista Eptic Online. Vol. 16, n.2, p. 89 a 112, mai - ago 2014. Disponível em <http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/2167> Acesso em 29/10/2014

DEBORD, Guy (2003). *A sociedade do espetáculo*. E-book digitalizado por Coletivo Periferia e e-books Brasil. Disponível em <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf> Acesso em 31/10/2014

FREDERICO, Celso (2013). *Da periferia ao centro: cultura e política em tempos pós-modernos*. Estud. av.[online]. 2013, vol. 27, n. 79, pp. 239-255.

GUAZINA, Liziane Soares (2013). *Jornalismo que tem lado: o caso dos blogueiros brasileiros "progressistas"*. BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH - Volume 9 - Número 2 – 2013. Disponível em <http://bjr.sbpjour.org.br/bjr/article/view/545/492> Acesso em 09/01/2015.

HUWS, Ursula Elin (2007). *O que mudou foi a divisão do trabalho (Entrevista)*. Revista do Instituto Humanitas Unisinos - IHU (On-line). Ano VII, N. 216, 23/04/2007. Disponível em http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=854&secao=216 . Acesso em 03/12/2014

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato (2015). *Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão*. 2015.250 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26062015-112522/pt-br.php>

MARTINO, Luís Mauro Sá (2009). *Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MARX, K., ENGELS, F. (2010). *Cultura, arte e literatura*. Textos escolhidos. São Paulo: Expressão popular.

PULITI, Paula. (2013). *O juro da notícia*. Florianópolis: Insular.

RECUERO, Raquel (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina (Coleção Cibercultura)

RÜDIGER, Francisco (2011). *As teorias da comunicação*. Porto Alegre: Penso.

SCHITTINE, Denise (2004). *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

SEIFE, Charles (2012). *Os números (não) mentem - Como a matemática pode ser usada para enganar você*. Rio de Janeiro: Zahar.

Cartografias do jornalismo: do parapeito da janela antiga à tela cibernética

Jeana Laura da Cunha Santos
Universidade Federal de Santa Catarina
jeanasantos@terra.com.br

Resumo

Este artigo, que utiliza como protocolo metodológico uma pesquisa de natureza teórica, discute os novos modos de produção do jornalismo no Brasil confrontando os saberes e fazeres do trabalho jornalístico do passado com o presente, sem deixar de considerar as janelas que se abrem para futuras tendências na prática profissional a partir de novas configurações temporais e espaciais pautadas por uma lógica de rede, de fluxo. Para tanto, subdivide-se em três sessões. A primeira, a partir de uma revisão histórica pautada na ocupação das ruas pelos nossos primeiros jornalistas, analisa o que acontece com o profissional quando o espaço urbano perde cada vez mais sua realidade geopolítica em substituição aos sistemas tecnológicos de deportação. A segunda desvela como, a partir desta nova configuração do tempo e do espaço, morfologias inéditas do trabalho são engendradas, como o uso intenso de bases de dados e a interação permanente com múltiplas fontes e com o público, sobretudo a partir das redes sociais. E, por fim, a última sessão procura discutir quais os efeitos para o labor e para a vida mental do profissional quando, de um universo *offline* na produção da notícia, passa-se a um permanente exercício do *online*. O objetivo é refletir sobre as condições de trabalho do jornalista de hoje, buscando na escrita do jornalista do passado indícios de sua experiência pioneira com o tempo, com o espaço e com o seu ofício. Espera-se que tal estudo contribua para ampliar as bases teóricas e epistemológicas no campo do Jornalismo e reflita sobre a prática, a saúde e a vida mental deste profissional.

Palavras-chave: história do jornalismo; modos de produção no jornalismo; precarização do trabalho

Abstract

This paper, that it uses as methodological base a research of theoretical nature, examines the new ways of production of the journalism in Brazil, to confront the knows and produces of the journalistic work of the past with the present, taking into account the windows that open for future trends in the practical professional from new secular and space configurations based in a flux and net logic. For in such a way, it is subdivided in three sessions. The first, based on a revision of the history about the occupation of the streets for our first journalists, analyzes

what it happens with the professional when the urban space loses more and more its geopolitical reality in substitution to the technological systems of deportation. The second examines as, from this new configuration of the time and the space, news morphologies of the work are produced, as the intense use of databases and the permanent interaction with multiple sources and the public, especially from the social nets. And, finally, the last session analyze the effects for the work and for the mental life of the professional when it changes of a universe offline in the production of the notice to a permanent exercise of online. The objective is to reflect on the conditions of work of the journalist of today, searching in the writing of the journalist of the past indications of its pioneering experience with the time, the space and its work. We intend to contribute to extend the theoretical and epistemological bases in the field of the Journalism and to reflect about the practice, the health and the mental life of this professional.

Keywords: history of the journalism; ways of production in the journalism; deterioration of the work

Considerações iniciais

Para falar sobre o presente, é sempre bom voltarmos ao passado para ver onde ele se inscreve, ou se apaga, nas linhas do atual. Se é nossa intenção investigar a linha do tempo que traça a cartografia da ocupação/desocupação da rua, da (i)mobilidade urbana experimentada pelos nossos rabiscadores de notícias, os de ontem e os de hoje, seria bom recorrer a Walter Benjamin, em que pese o quão distante está do nosso tempo e do nosso espaço local. É que para o filósofo alemão há nestas mudanças, nestas passagens, reflexo das técnicas e do capitalismo em curso, alegorias das transformações ocorridas no nosso corpo sensorial através dos tempos. Investigá-las é buscar o instante pioneiro em que as primeiras camadas da nossa percepção tardo-moderna começaram a se formar. Porque, para ele, há dentro das configurações históricas e da experiência das coletividades uma mudança na percepção sensorial que se manifesta em novas tecnologias de reprodução. Pensar nas novas tecnologias e nas novas experiências vivenciadas pelos jornalistas de hoje é buscar o instante pioneiro em que tais camadas começaram a ser sedimentadas. É um trabalho de arqueólogo, conforme o próprio Benjamin falou a respeito do historiador que não se atem à história oficial, linear.

Buscando revolver a terra para desenterrar um campo válido de experiências, Benjamin documentaria o temor que os habitantes das cidades nutriam pela rua no final do século XIX. Seus estudos recaíram sobre a Paris do período, quando a metrópole torna-se inquietante e o vizinho cada vez mais ameaçador. Surgem então as galerias, espaços entre os prédios por onde o indivíduo podia caminhar, comprar, sentar para ler, para tomar um café ou simplesmente para observar. Nesta passagem coberta de vidro, com pequenos

estabelecimentos nas laterais, o cidadão podia estar fora de casa sem necessariamente estar na rua.

No Brasil não seria diferente. O antropólogo Roberto DaMatta, ao falar sobre os perigos da rua e a sempre difícil iniciação daquele que, ainda jovem, é autorizado a percorrê-la pela primeira vez, ressalta que não é possível “transformar a casa na rua e nem a rua na casa impunemente” (DaMatta, 1987: p. 59). Para fazer as vezes desta zona de apaziguamento, contávamos com as varandas, correlata da galeria no contexto local. Quando o estudioso francês Saint-Hilaire visitou o país no século XIX ficou surpreso ao constatar que os brasileiros tinham em frente as suas casas essas grandes extensões:

A gente abastada tem o cuidado de reservar na frente de sua casa uma galeria ou varanda, formada pelo teto que se prolonga além das paredes, e é sustentado por colunas de madeira. Fica-se geralmente nestas galerias e, em todas as estações, aí se respira um ar fresco, igualmente ao abrigo da chuva e do ardor solar (Saint-Hilaire *apud* DaMatta, 1987: p. 56).

Pouco a pouco, o território estrangeiro da rua passa a ser habitado tanto na Europa quanto no Brasil. Como o nosso país importou dos franceses que aqui atracavam novos modelos de comportamento – além de mobiliário, artigos de luxo e figurinos da moda –, também importou o hábito de passear nas ruas. A prática do *footing* diário foi logo adquirida pelos escritores que, depois de observarem por muito tempo a vida da cidade pela janela ou pela varanda da casa, transpuseram os seus limites e se aventuraram nas ruas para delas extrair o insumo necessário para seus textos, dos literários aos jornalísticos.

Se em Paris tipos como o *fisiólogo* e o *flâneur* se especializaram em documentar a rua na forma de ensaios curtos para os jornais diários, no Brasil da virada do século XIX para o XX esta função seria exercida pelo *cronista*, tipo esse intermediário entre o escritor e o jornalista, assim como a galeria é o espaço intermediário entre a casa e a rua. Avesso a ser um escritor de gabinete que olha a vida pelo parapeito da janela, tinha por ofício deambular pelas ruas para nela catar os acontecimentos, dos sérios aos anódinos, que transformaria em mercadoria para o consumo da massa de leitores dos jornais.

Jornalistas pioneiros, como Machado de Assis, João do Rio, Lima Barreto e Olavo Bilac, percorreriam a cidade, a pé ou no ritmo dos transportes da época, entrando em *sincronia* (do grego *chronos*, o mesmo radical de “crônica”) com os novos tempos industriais que se anunciavam. Era, então, decisivo se movimentar, cruzar a cidade, para captar as experiências reais, orgânicas, que a vida expressava nos becos, ruas, cafés, galerias...

Mais de um século depois, a atividade profissional do jornalista sofreria profundas mudanças, não só pelo incremento tecnológico, mas pela nova forma de relacionamento com a cidade, cada vez mais apenas uma zona de passagem, e com o público leitor, cada vez mais exigente e participativo.

A proposta deste artigo é analisar este percurso, resgatando na literatura brasileira o

perfil pioneiro deste profissional até chegar a sua forma contemporânea, para daí tecer alguns questionamentos: como fica o labor jornalístico na substituição de algumas atividades físico/biológicas pelos seus equivalentes metafísico/digitais? Quando a caminhada dos nossos primeiros jornalistas/*flâneurs* é substituída pela imobilidade de quem se mantém em frente a uma tela que, paradoxalmente, transporta a vários espaços longínquos, o que acontece na psique deste profissional? Se o ato de caminhar pela cidade produz enunciados, o que muda em seu imaginário quando isso não é mais possível? Quando a *porta* da casa que levava à construção de sentidos através da caminhada é substituída por uma tela que *transporta* (Virilio) a todos os lugares ao mesmo tempo sem que se precise estar lá, o que ocorre na “vida do espírito” (Simmel) do jornalista? Que novas psicodinâmicas do trabalho serão engendradas a partir destas mudanças espaciais e temporais?

Este texto de natureza teórica, que parte de uma revisão bibliográfica que abarca vários campos (Comunicação, Sociologia, Literatura e Antropologia), pretende compreender como a nova configuração volátil do espaço, que remodela o lugar (o não-lugar que o jornalista ocupa), e do tempo (a aceleração, o tempo contínuo, a *ubiquidade*) do labor jornalístico, estaria afetando a prática, o corpo e a vida mental daquele que o exerce.

Para tanto, é subdividido em três sessões (aqui chamadas benjaminianamente de passagens): a primeira, a partir de uma revisão histórica da ocupação da rua, traz o percurso compreendido pelo jornalista quando a *porta* de acesso ao mundo das informações é substituída pelo que se *transporta*, ou seja, o espaço urbano perde cada vez mais sua realidade geopolítica em benefício dos sistemas tecnológicos instantâneos de deportação.

A segunda passagem procura desvelar como, a partir desta nova configuração do tempo e do espaço, morfologias inéditas do trabalho são engendradas, fazendo com que o jornalista contemporâneo mal se desloque pelo espaço urbano, abastecido que está pelo intenso uso de bases de dados e pela interação permanente com múltiplas fontes e com o público (sobretudo a partir das redes sociais). De um universo *offline* na produção da notícia, passa-se a um permanente exercício do *online*.

E, por fim, a última passagem procura discutir quais os efeitos para o labor e para a vida mental deste profissional quando a porta que dá acesso a cidade é suplantada pela cidade sem portas e janelas, onde o jornalista se converte num interlocutor em trânsito permanente através dos portais de uma rede que suprime cada vez mais o espaço e comprime cada vez mais o tempo.

Passagem 1: do parapeito da janela antiga à tela cibernética

Há um conto de Hoffman (2010), publicado postumamente em 1822, chamado “A janela da esquina do meu primo”, em que um escritor inválido, preso em seu pequeno apartamento, observa a vida passar na principal praça de Berlim através de uma única abertura: uma *janela*. Ao receber a visita de seu primo, os dois passam a olhar a vida pelo

parapeito, descrevendo minuciosamente os tipos que por ali passam, perscrutando os fatos mundanos que ocorrem na feira da grande metrópole. “Essa janela é meu consolo, aqui a vida alegre ressurgiu para mim e eu me sinto reconciliado com o movimento incessante que me proporciona. Venha, primo, dê uma olhada para fora!”, convida o escritor.

No Brasil, se não foi numa janela, teria sido no umbral de uma *porta* que, segundo Machado de Assis, em texto publicado na *Gazeta de Notícias* de 1877, a crônica teria sido inventada:

Não posso dizer positivamente em que ano nasceu a crônica; mas há toda a probabilidade de crer que é coletânea das primeiras duas vizinhas. Essas vizinhas, entre o jantar e a merenda, sentaram-se à porta para debicar os sucessos do dia. Provavelmente começaram a lastimar-se do calor. Uma dizia que não pudera comer ao jantar, outra que tinha a camisa mais ensopada do que as ervas que comera. Passar das ervas às plantações do morador fronteiro, e logo às tropelias amatórias do dito morador, e ao resto, era a coisa mais fácil, natural e possível do mundo. Eis a origem da crônica (Folha de S. Paulo, 1994: p. 14).

Tanto em Hoffman quanto em Machado de Assis as aberturas da casa é que faziam a conexão com o espaço público, e os olhos do observador viam à distância, sem interação, sem conectividade com o outro estrangeiro que vinha lá. Assim, a via de acesso à cidade, e aos acontecimentos nela engendrados, tinha como limiar o parapeito da janela ou a porta das residências.

Um longo percurso alterou a arquitetura dos espaços, e as varandas e galerias fariam, enfim, a transposição entre o âmbito doméstico e as vias públicas, convidando o indivíduo a se tornar um *flâneur* que não só observa a rua à distância, mas nela se insere com a paixão de quem a vê pela primeira vez.² Como acontece no conto de Edgar Allan Poe “O homem na multidão” em que, ao contrário do conto de Hoffmann, o personagem transpõe umbrais, deambula pelas ruas, submerge no bojo da multidão, o que para Benjamin (1994) faz toda a diferença:

Mas quão acanhado o olhar deste que observa a multidão instalado em domicílio, e quão penetrante o daquele que a fita através das vidraças do café. (...) De um lado, o homem privado; senta-se na sacada como num balcão nobre; se quer correr os olhos pela feira, tem à disposição um binóculo de teatro. Do outro, o consumidor, o anônimo, que entra num café e que logo, atraído pelo magneto da massa que o unge incessantemente, tornará a sair.

João do Rio certamente estaria no segundo tipo descrito por Benjamin. Considerado o primeiro jornalista a se deixar levar pela “alma encantadora das ruas” – título de seu livro de 1908 e que traduziria a importância da urbe na modernidade –, foi atraído incessantemente

2 Sobre este assunto, ver artigo de minha autoria, “Narrativas sobre a cidade: entre o medo e o fascínio”, publicado em 2014 na revista Comunicação, Mídia e Consumo.

pelo “magneto da massa” de que fala o filósofo alemão: “Nas grandes cidades a rua passa a criar o seu tipo, a plasmar o moral dos seus habitantes, a inocular-lhes misteriosamente gostos, costumes, hábitos, modos, opiniões políticas” (Rio, 2011: p. 41). Como a rua ainda era um mistério para muitos, o cronista resolve explicar como ela teria se formado e usa Portugal como contraponto. Diz ele que a rua é, a princípio, um pequeno agrupamento de uma raça idêntica. Depois, quando a cidade aumenta, acrescentam ao substantivo rua um complemento que as diferencia das demais. “Em Portugal esse fato é comum. Há uma aldeia de setecentos habitantes no Minho que se chama modestamente rua de São Jorge, uma outra no Douro que é a rua da Lapela, e existem até uma rua de Cima e uma rua de Baixo”.

Machado de Assis, ao se converter num jornalista, também atendeu ao apelo da “musa urbana”, freqüentando assiduamente as ruas – sobretudo a elegante rua do Ouvidor que gostava de imitar Paris – e comentando os “sucessos” do dia que nelas ocorriam. Tanto que em crônica de 1839 declararia: “Não nos envergonhemos de viver na rua; é muito mais fresco” (Luca, 1998: p. 232).

Enquanto isso, na capital francesa, os parisienses transformavam as ruas em interiores. “A rua se torna moradia para o *flâneur* que, entre as fachadas dos prédios, sente-se em casa tanto quanto o burguês entre suas quatro paredes” (Benjamin, 1994: p. 35).

Hoje, mais de um século depois, o portal que delimita o território da casa é substituído pela “superfície-limite” da “interface” (Virilio, 1993: p. 9). Não só o muro da casa é transposto, mas a própria cidade, antes murada, perde os portais e os pórticos que a delimitavam. Na cidade contemporânea a porta passa a ser aquilo que “transporta” e “à antiga ocultação público-privado e à diferenciação da moradia e da circulação sucede-se uma superexposição onde termina a separação entre o próximo e o distante” (Virilio, 1993: p. 10-11). Com isso, conforme o autor, o espaço urbano perde cada vez mais sua realidade geopolítica em benefício dos sistemas tecnológicos instantâneos de deportação (de pessoas pelo remanejamento da produção, da atenção, do face a face humano, do contato urbano para a interface homem-máquina).

Não só o espaço é afetado pela lógica da ubiquidade, mas também o tempo que, de cronológico e sucessivo, passa a ser o da instantaneidade.³ Algo que para Virilio é extremamente perverso porque, segundo ele, “não há mais um aqui um ali”, mas “somente a confusão mental do próximo e do distante, do presente e do futuro, do real e do irreal, mixagem da história, das histórias, e da utopia alucinante das técnicas de comunicação” (Virilio, 1996: p. 29).

Essas mudanças nos vetores tempo e espaço produziram alterações significativas na esfera do trabalho jornalístico. Sabe-se que novas formas de labor estão sendo redesenhadas. Dos rabiscadores da cidade, que eram os nossos primeiros cronistas, passa-se agora aos “media online”. Da lógica de periodização passa-se à lógica “de fluxo”, “de rede”. Do tempo

3 Sobre a aceleração do tempo e suas influências para a prática jornalística ver o livro *Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade* (Rio de Janeiro: Revan, 2002) de Sylvia Moretzshon.

desacelerado do cronista que deambulava pela rua passa-se à exigência do tempo instantâneo, naquilo que Fidalgo (2008: p. 171) chamou de “constrangimentos de tempo”: “cada vez mais é preciso chegar mais cedo, escrever mais depressa e transmitir com mais rapidez, (...), sendo certo que a possibilidade de actualizações permanentes do material informativo vem propiciando atitudes do tipo ‘divulgo agora e confirmo depois’”.

Também para Virilio esta substituição da observação direta dos fenômenos por uma “teleobservação” pode gerar equívocos. Segundo ele, “a ausência de percepção imediata da realidade concreta engendra um desequilíbrio perigoso entre o sensível e o inteligível, que só pode provocar erros de interpretação” (Virilio, 1993: p. 23).

É certo que a profusão em massa dos aparatos comunicacionais estimula este novo olhar. Conforme levantamento de Canavilhas (2011), os usuários de Internet subiram de 16 milhões em dezembro 1995 para 1970 milhões em junho de 2010, chegando a uma taxa de penetração mundial de 28,7%. No final de 2010, havia no mundo cerca de 4.200 milhões de telefones móveis, o que certamente tem aumentado em escala vertiginosa, sobretudo com o surgimento dos *smart phones*.⁴ Para o autor, o sucesso destes meios provocou mudanças substanciais na natureza da informação, que não é mais periódica, mas onipresente.

Todas estas novas “janelas para o mundo” que redefinem o tempo e o espaço do jornalista demandariam exigências inéditas para seu exercício profissional.

Passagem 2: do repórter de rua ao “media online”

Há um livro de Lima Barreto que faz uma radiografia dos bastidores da imprensa brasileira na virada para o século XX. Em *Recordações do escrivo Isaiás Caminha*, o protagonista visita o fictício jornal *O Globo* e encanta-se com a redação. Ao descrever os tipos que nela trabalham classifica-os de “gênios”.

Aquela casa, como todas do seu feitio, em que se fabricam novidades para o público, era uma colméia de gênios. Colméia é bem o termo porque era pequena e acanhada. Os redatores escreviam uns em cima dos outros; na revisão, que ficava misturada com a composição, não se podia andar; e pela noite os bicos de gás sem vidros iluminavam tudo aquilo lóbregamente, com grandes hiatos de sombras como um porão de navio (Barreto, 2001: p. 101).

Neste livro, que foi lançado em Lisboa em 1909, Lima Barreto perfila muitos dos profissionais que “fabricam as novidades para o público” naquele tempo. Podemos notar a presença de alguns que permanecem até hoje e de muitos outros que seriam definitivamente extintos. Havia, por exemplo, uma distinção clara entre o redator e o repórter. Enquanto o segundo percorria as ruas em busca das notícias, o segundo se limitaria a redigir o texto para depois submetê-lo ao revisor. Somente com a profissionalização da imprensa na segunda

4 Hoje, cinco anos depois, certamente estes números sofreram um expressivo incremento.

metade do século XIX é que a figura do repórter passa a ser valorizada. Conforme Fidalgo (2008: p. 109),

de uma espécie de 'jornalista de segunda mão', como inicialmente era visto (e, por consequência, desprezado), o repórter vai, a pouco e pouco, adquirir uma aura quase romântica de paladino da informação, de investigador incansável das histórias do cotidiano, de intrépido aventureiro que corre mundo ao serviço de leitores, trazendo-lhes as novidades das mais longínquas latitudes e dos mais arriscados cenários de desastre e conflito.

E foi com esta atitude que João do Rio, considerado por muitos o primeiro repórter brasileiro, aprendera a arte de infiltrar-se nas zonas marginais do Rio de Janeiro para documentar a vida nada francófila da "cidade luz". Como nesta reportagem de 1904, publicada na *Gazeta de Notícias*, em que recebe o convite de um delegado para visitar "o trágico horror que a miséria tece na sombra da noite por essa misteriosa cidade". Mesmo que para o cronista ser acompanhado pelo delegado "era tudo quanto há de mais literário e de mais batido" – afinal as peças francesas já traziam o jornalista como encarregado de conduzir a gente chique aos lugares macabros e em Paris os repórteres do *Journal* andavam acompanhados de um *apache* autêntico – resolveu aceitar. Ao chegar a um destes "asilos da miséria", faz um documento eloquente, entre a narrativa literária e a informação jornalística, do que a cidade, na sua ânsia civilizatória, gostaria de ocultar.

A sala estava cheia. Já não havia divisões, tabiques, não se podia andar sem esmagar um corpo vivo. A metade daquele gado humano trabalhava; rebentava nas descargas dos vapores, enchendo paióis de carvão, carregando fardos. Mais uma hora e acordaria para esperar no cais os batelões que a levassem ao cepo do labor, em que empedra o cérebro e rebenta os músculos (Rio, 2011: p. 179).

Este tipo de jornalismo tradicional – feito a muitas mãos, que prevê a apuração dos acontecimentos *in loco*, a observação participante, a entrevista com testemunhas ou autoridades e a volta ao gabinete para a redação da matéria – documentado poeticamente pelas penas de Lima Barreto e João do Rio, perde cada vez mais terreno.

Hoje, o jornalista mal se desloca abastecido que está pelo uso intensivo de bases de dados e pela interação permanente com as múltiplas fontes e com o público, a partir das redes sociais. Público esse que faz as vezes de um jornalista multifunção que grava com a sua câmera portátil os acontecimentos que, conectados em rede, serão disseminados em tempo real para indivíduos do mundo todo.

Quando a informação não vem do público é o próprio jornalista que vê suas especialidades serem suprimidas, convertendo o maquinário da redação em um apêndice artificial de seu corpo orgânico. Como ocorre com o que se chamaria hoje de MOJO (abreviatura para Mobile Journalism), que possibilita ao jornalista buscar, produzir e compartilhar a notícia tendo em mãos apenas um telefone móvel. A partir de um software

desenvolvido por uma companhia canadense, chamado “Vericorder Technologies”, é possível criar programas de notícias para a televisão, rádio e web inteiramente no telefone. O repórter grava o áudio e a imagem e transfere os dados para um *iPad* que fará a edição. A promessa é que o produto final equivalha ao feito por um profissional multimídia ou por um jornalista e poderia ser enviado já pronto para ser transmitido, sem mais a necessidade de editá-lo na redação (Quinn, 2009).

Tempo e espaço são suprimidos e o jornalista quase se perde no vácuo desta superdistribuição/superexposição de informação. Tanto que já existem hoje “algoritmos capazes de reordenar a informação em frações de segundo e produzir relatos de acontecimentos que já passam no teste de Turing: ou seja, nada os distingue de textos redigidos por gente de carne e osso. E isso sem nenhuma intervenção de um jornalista” (Anderson; Bell, 2012: p. 42).

O paradoxo, entretanto, é que apesar do acesso remoto aos dados e a colaboração da audiência na fabricação da notícia terem aumentado, o que poderia supor uma diminuição no tempo de labor jornalístico, nunca o jornalista trabalhou tanto. Se para Anderson e Bell (2012: p. 45) a automatização da coleta e da disseminação dos fatos permitiria que os jornalistas assumissem melhor as funções de investigação e interpretação, cabe perguntar se ao mesmo tempo não estariam eles sendo sobrecarregados com mais e mais funções? Afinal, além de continuarem a escrever, filmar, editar, gravar, entrevistar, diagramar, produzir, teriam, conforme mesmo os autores, que “cultivar a capacidade de colaboração – com tecnologias, multidões e parceiros – para poder lidar com a considerável e crescente tarefa de narrar acontecimentos” (Anderson; Bell, 2012: p. 51).

O que sobraria, então, do corpo e da mente de um indivíduo que precisa carregar em si o talento de um cronista da virada do século XIX para o XX com o peso de um escritório multiplataforma como extensão do próprio corpo orgânico?

Passagem 3: do espaço partilhado da rua à volta para casa

Se os nossos jornalistas pioneiros, enquanto *flâneurs* ou cronistas, transpuseram os muros da casa domesticada para se aventurar na rua, cruzando umbrais, correndo riscos, construindo novas retóricas e sentidos, os “media online” voltam ao gabinete ou a casa para captar e transmitir informações em tempo real sem se deslocar no espaço. Antunes (2009: p. 237) aponta, dentre as novas morfologias do trabalho, a expansão do trabalho a domicílio em várias partes do mundo, resultado da desconcentração do processo produtivo, do crescimento das pequenas e médias unidades produtivas, da telemática e das tecnologias de informação, além do avanço das formas de flexibilização e precarização do trabalho.

Se o trabalho não chega a ser inteiramente a domicílio, muitas vezes é exercido novamente no espaço intermediário, se não o da galeria benjaminiana, de um shopping ou de um café. Inumeráveis jornalistas, munidos apenas de seus computadores portáteis e seus

telefones móveis, exercem o seu ofício de forma terceirizada fazendo de uma mesa pública a sua plataforma de trabalho. A janela que se abre não é mais a da rua, mas a da tela. A *flanerie* que se experimenta não é mais a do espaço partilhado da rua, mas a da visita labiríntica dos sites. As artérias que se abrem no traçado urbano convertem-se em redes intercambiáveis e infinitas. Se antes o jornalista desempenhava uma função de cada vez, hoje ele precisa desempenhar simultaneamente trabalhos de reportagem, redação, edição, documentação, design, fotografia. Exige-se dele que passe a “dominar uma panóplia cada vez mais vasta de instrumentos de pesquisa, tratamento e edição da informação, bem como manusear, e até integrar, linguagens que antes eram vistas em compartimentos estanques, associados a uma especialização por suporte (texto escrito – hipertexto – infografia – som – imagem parada – imagem em movimento)” (Fidalgo, 2008: p. 170).

Soma-se a isso, conforme Salaverría (2006), o fato de os jornalistas terem de aprender as peculiaridades de uma nova plataforma de difusão (a rede) e, ao mesmo tempo, responder as demandas de um público cada vez mais exigente e participativo.

Se não logra reunir em si todas estas qualidades, o jornalista ainda tem que lidar com a permanente ameaça do desemprego. O psicólogo, professor e pesquisador da Faculdade de Educação da Unicamp e da Fundação Getúlio Vargas, Roberto Heloani, ouviu dezenas de profissionais de jornais, rádio, TV, jornal impresso e assessorias de imprensa de São Paulo e Rio de Janeiro e detectou que, além do ritmo frenético imposto pelos novos modelos empresariais, o medo de perder o emprego seria um dos principais causadores de doenças físicas e mentais no jornalista. Se “flexibilidade” é o slogan do dia, como diz Bauman, quando aplicado ao mundo do trabalho anuncia o “advento do trabalho por contratos de curto prazo, ou sem contratos, posições sem cobertura previdenciária, mas com cláusulas ‘até nova ordem’. A vida do trabalho está saturada de incertezas” (Bauman, 2001: p. 169).

Curioso perceber que estas “incertezas” já rondavam as redações dos jornais há muito tempo, levando o jornalista a ser subserviente às hierarquias. Lima Barreto, no livro citado, comprova que as demissões já eram bastante comuns no começo do século XX. “No jornal, há-as de mês a mês; por dá cá aquela palha, o diretor ou o secretário demite, suspende, multa nos ordenados. Daí vem o terror dos subalternos, a lisonja, o respeito religioso de que são cercados os chefes” (Barreto, 2001: p. 102).

Além da submissão às chefias, o medo de ser demitido provoca também uma acirrada competição entre os pares. Se todos são substituíveis e temporários, então todos são adversários na busca pela manutenção de seu posto. Algo também documentado pela pena de Barreto (2001: p. 129). “Não há repartição, casa de negócio em que a hierarquia seja mais ferozmente tirânica. O redator despreza o repórter; o repórter, o revisor; este por sua vez, o tipógrafo, o impressor, os caixeiros do balcão. (...) O diretor é um deus inacessível, caprichoso, espécie de Tupã ou de Júpiter Tonante, cujo menor gesto faz todo o jornal tremer”.

Aqui todo um documento das várias especialidades – até há pouco comuns, com algumas variações, numa redação de jornal – que seriam suprimidas cada vez mais pela multifuncionalidade exigida do profissional.

E para se economizar o tempo, que é dinheiro, suprime-se também o espaço. Se os jornalistas pioneiros transpuseram a porta que dá acesso à cidade para se embrenhar num mundo de aventuras que só o espaço público fornecia, hoje, na cidade sem portas, convertem-se em interlocutores (i)móveis permanentes.

Da grande janela a qual o velho escritor contemplava a praça em Berlim à tela digital que traz o mundo distante para perto, algo se perde? Da experimentação orgânica da rua pelos primeiros cronistas ao jornalista multifunção, cuja experimentação do espaço se dá apenas pela tela “supersônica”, algo indubitavelmente se perde? De tanto suprimir o tempo e o espaço, perdemos o jornalista?

Para Anderson e Bell (2012: p. 43), “o jornalista não foi substituído – foi deslocado para um ponto mais acima na cadeia editorial. Já não produz observações iniciais, mas exerce uma função cuja ênfase é verificar, interpretar e dar sentido à enxurrada de texto, áudio, fotos e vídeos produzida pelo público”. Para os autores, em cinco anos, tão corriqueiro quanto licenciar um blog será “receber dados em tempo real de vastas redes de sensores, criar conteúdo automatizado, adquirir ou criar tecnologias que reflitam valores jornalísticos, estabelecer parcerias com diversos especialistas e instituições e fazer experiências com agregadores, animadores e performers renomados” (Anderson; Bell, 2012: p. 52).

Neste moto-contínuo incessante, caberia perguntar aos autores em que parte do dia o jornalista conseguiria sentar no parapeito da janela da casa ou no café do espaço público da rua para de fato compreender a vida real que ali se processa? Em que momento do dia o jornalista poderá deambular tal qual um *flâneur* para criar sentidos a partir da leitura da cidade, que até então fora a razão de ser de sua profissão? Afinal, “é nos *lugares* que se forma a experiência humana, que ela se acumula, é compartilhada, e que seu sentido é elaborado, assimilado e negociado. E é nos *lugares*, e graças aos *lugares*, que os desejos se desenvolvem, ganham forma, alimentados pela esperança de realizar-se” (Bauman, 2009: p. 35). Para o “pedestre da poesia da observação” João do Rio, que fez da crônica jornalística uma janela para o Brasil, “a rua é a nossa própria existência”. “Nela se fazem negócios, nela se fala mal do próximo, nela mudam as ideias e as convicções, nela surgem as dores e os desgostos, nela sente o homem a maior emoção” (Rio, 2011: p. 44).

Conclusões preliminares

Parte da emoção, descrita acima, de se perder na cartografia da cidade, decorria da aura do imprevisto que a rua proporcionava. Parte do prazer compartilhado pelos dois primos daquela janela de Berlim provinha do desejo de ver sem ser visto. “A arte que o *flâneur* domina é a de observar sem ser flagrado” (Bauman). Parte do encantamento descrito por João

do Rio ao percorrer o submundo do Rio de Janeiro decorria de que tinha para si todo o tempo do mundo (o *flâneur* parisiense tinha o hábito de levar uma tartaruga para passear).

Hoje, a cidade volta a ameaçar. A violência urbana faz dos passeios contemplativos uma atividade perigosa. O tráfego de carros desaloja o pedestre da rua. O ritmo das novas tecnologias e a racionalização da vida urbana conduz o rabiscador da cidade de volta para casa. E nela, ou no gabinete de uma redação ou num espaço semi-público de um centro comercial ou shopping, executa – não mais através dos passos pelas calçadas ou pela observação através do parapeito da janela ou do umbral da casa – uma *flanerie* cibernética. Se o objetivo do jornalista-*flâneur* – e que até bem pouco tempo atrás dava sentido ao que se convencionou chamar repórter de rua – era observar, imergir na cidade, deixando-se levar pelos ruídos, pelo caos, pela heterogeneidade da multidão, hoje os novos condicionamentos do tempo e do espaço não mais o permitem.

Que as novas tecnologias, as mudanças sociais e natureza digital da informação tiveram seus efeitos no labor e na psique do jornalista é inegável. Que o ritmo veloz dos novos modelos comunicacionais causa, senão sofrimento, uma dessensibilização dos sentidos para que o jornalista possa atuar sem se desintegrar, também é inconteste. O curioso é perceber que parte destes sintomas já eram sentidos na prática profissional do passado, em que pese estarem mais contundentes do que nunca. Benjamin (1994: p. 225), por exemplo, quando disse que o jornalista se comportava como um *flâneur* que transformava suas horas de ociosidade no bulevar em matéria-prima, não deixou de considerar que o tempo necessário para a produção da força específica do trabalho jornalístico era relativamente elevado.

Também no contexto brasileiro, Olavo Bilac já via sinais de exaustão no “filho de Gutenberg” em crônica de 1895. Segundo ele, para que o “homem-multidão” abdicasse de “ter papilas nervosas na sua grossa pele de pedra e ferro” e se comportasse “como as engenhosas máquinas americanas de escrever”, precisou pagar um alto preço: tornou-se o profissional que mais freqüentava os consultórios de moléstias nervosas da época:

Quando entrardes num desses consultórios e virdes um homem, no meio da sala, firmando-se no chão com um pé só, olhos fechados e braços abertos no ar – podeis desde logo assegurar que é um jornalista neurastênico em que se procura verificar a existência do sinal de Romberg (Dimas, 1996: p. 150).

Se em tempos remotos “as engenhosas máquinas americanas de escrever” ditavam o ritmo ágil da profissão, tornando a atividade insalubre, o que dizer de hoje quando a pressão pela informação instantânea suprime o tempo e desaloja o jornalista do espaço?

Nosso objetivo neste artigo – ao fazer um itinerário que vai do passado ao presente, da janela ou da porta à tela cibernética, da rua encantadora ao exílio da casa ou da redação – não foi o de afirmar que as novas tecnologias a serviço da informação e do trabalho jornalístico são essencialmente boas ou ruins. Talvez, para ficarmos ainda na companhia de Benjamin, sejam boas e ruins ao mesmo tempo.

Procuramos apenas lançar reflexões sobre o exercício profissional do jornalista a partir de algumas mudanças ocasionadas pelos novos modelos de captação e transmissão da informação, tais como: a substituição de algumas atividades físico/biológicas pelos seus equivalentes meafísico/digitais; a mobilidade espacial dos primeiros repórteres em contraponto à imobilidade dos media online; a substituição das vias da cidade pelas vias digitais; a caminhada desacelerada do *flâneur* em contraponto à corrida vertiginosa do jornalista multifunção. Nestas passagens, verificamos que já havia na formação das nossas primeiras camadas sensoriais um desejo latente por mais aceleração do tempo e onipresença no espaço e que se refletiriam hoje nos novos modelos comunicacionais. Modelos esses que procurariam tornar mais ágil, mais horizontal e mais manipulável o conteúdo informacional, tais como: os computadores pessoais (PCs, *personal computers*); as câmeras de vídeo e foto para computador ou webcams; os diversos suportes para guardar dados (discos rígidos ou hds, cartões de memória, pendrives, zipdrives); a telefonia móvel, o correio eletrônico (*e-mail*); as listas de discussão (*mailing lists*); a internet com seus websites, *home pages*, *streaming*; as tecnologias digitais de captação e tratamento de imagens e sons (fotografia, vídeo, cinema tv e rádio digitais). Enfim, uma panaceia tecnológica que de um lado agiliza e democratiza o acesso aos meios e de outro gera uma espécie de fadiga que estaria levando muitos jornalistas sobrecarregados a sentirem nostalgia do velho e bom bloco de anotações.

O objetivo deste artigo foi, então, a partir da análise de três passagens significativas nas reconfigurações do tempo e do espaço e que engendram novos modos de produção no jornalismo, investigar as marcas do que muda e do que se mantém nos modos de vida e nas expressões do jornalista de ontem e de hoje. Ao vasculhar o passado buscando suas marcas nas linhas do presente, propomos aqui uma reflexão acerca de dois tempos históricos, cujo sentido de um encontra-se invariavelmente no outro.

Referências

ANDERSON, C.W., BELL, E., SHIRKY, C. (2013) O jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos, *Revista de Jornalismo ESPM*, (5), 30-89.

ANTUNES, Ricardo (2009) Século XXI: nova era da precarização estrutural do trabalho? In ANTUNES, R., & BRAGA, R. (Orgs.), *Infoproletários: degradação real do trabalho virtual* (pp. 231-238), São Paulo, Boitempo.

BARRETO, Lima (2001) *Recordações do escrivão Isaías Caminha*, São Paulo, Ática.

BAUMAN, Zygmunt (2001) *Modernidade líquida*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.

BAUMAN, Zygmunt (2009) *Confiança e medo na cidade*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.

BENJAMIN, Walter (1994) *Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo*, São Paulo, Brasiliense.

CANAVILHAS, João (2011) El nuevo ecosistema mediático, *Index.comunicación*, 1 (1). Recuperado de

<http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/4>

DAMATTA, Roberto (1987) *A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*, Rio de Janeiro, Guanabara.

DIMAS, Antonio (Org.) (1996) *Vossa insolência: crônicas / Olavo Bilac*, São Paulo, Companhia das Letras.

FIDALGO, Joaquim (2008) *O jornalista em construção*, Porto, Porto Editora.

FOLHA DE S. PAULO (Org.) (1994) *Machado de Assis: crônicas escolhidas*, São Paulo, Ática.

HOFFMAN, E. T. A. (2010) *A janela de esquina do meu primo*, São Paulo, Cosac Naify.

RIO, João do (2011) *A alma encantadora das ruas: crônicas*, São Paulo, Companhia de Bolso.

LUCA, Heloisa Helena Paiva De (Org.) (1998) *Balas de estalo de Machado de Assis*, São Paulo, Annablume.

QUINN, Stephen, BURUM, Ivo (2009) *Mobile Journalism in the asian region around the world*, Cingapura, Konrad Adenauer Stiftung.

SALAVERRÍA, Ramón (2006) Diez años de logros y retos en la prensa digital, *Comunicação e Sociedade*, (9-10), 129-137.

SANTOS, Jeana (2014) Narrativas sobre a cidade: entre o medo e o fascínio, *Comunicação, Mídia e Consumo*, (31), 83-98.

TAVARES, Elaine (2010) Por que os jornalistas estão adoecendo mais, *Observatório de Imprensa*, 604. Recuperado de <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>

VIRILIO, Paul (1993) *O espaço crítico e as perspectivas do tempo real*, Rio de Janeiro, Ed. 34.

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

O ciberjornalismo à luz da complexidade do informacionalismo

Patrícia Pinheiro Almeida

Universidades do Porto e de Aveiro
patvitara@gmail.com

Fernando Zamith

Universidade do Porto
zamith@gmail.com

Resumo

O processo de transformação dos indivíduos para a atual sociedade em rede instigou o crescente sistema complexo presente neste novo século. A necessidade de compartilhamento e a criação de códigos culturais passaram a depender da capacidade tecnológica das sociedades, direcionando a informação ao jornalismo na rede, mais especificamente ao ciberjornalismo. Este que, pela sua evolução pós convergência digital, busca uma conexão sólida de discurso entre a complexidade do meio e a informação, levando, assim, a uma organização global através da tecnologia.

Palavras-chave: Paradigma tecnológico, paradigma da complexidade, ciberjornalismo, sociedade em rede, discurso.

Abstract

The process of transformation of individuals for the current network society instigated the growing complex system present in this new century. The need for sharing and creation of cultural codes came to depend on the technological capacity of societies, directing the information to the media on the network, more specifically to online journalism. This, by its evolution post digital convergence, seeks a solid connection pitch between the complexity of the environment and information, thus leading to a global organization through technology.

Keywords: Technological paradigm, the paradigm of complexity, online journalism, the network society, speech.

O processo de transformação do conhecimento

A complexidade é desafio e não a solução
Edgar Morin

Mais do que a evolução no sentido de melhoria, como defendiam os pensadores do século XIX, a transformação – como conceito de alteração na forma, o que não necessariamente remete à melhoria – tem sido um processo cada vez mais constante e significativo no desenvolvimento humano. A partir da metade para o final do século XX, principalmente após as grandes revoluções tecnológicas informacionais e seu enorme fluxo de interação, esse processo de transformação sofreu uma notável mudança estrutural. Essa mudança tem ocasionado uma complexidade social que oscila entre a ordem e a desordem, segundo o sociólogo Edgar Morin (1977), onde é preciso opor e ligar esses dois movimentos, pois a ideia de interação, que une os elementos, e a de transformação, que pode organizar ou dispersar os mesmos, são, ao mesmo tempo, complementares, competitivas e opostas, formando uma simbiose de duas lógicas, sendo esta a dialógica⁵ da complexidade.

A noção de complexidade – um termo que deriva do latim *complexus*, que, por sua vez, significa aquilo que é tecido junto, em rede – é preconizado por Morin (1995) como um paradigma de mundo menos formatado em modelos que se creem explicativos e solucionadores. Para ele, a base da complexidade não é o fato de que a essência do mundo é complexa, mas que esta essência é sim inconcebível, tornando-se fundamental um exercício de um pensamento complexo para uma melhor compreensão do mundo.

O sistema em que vivemos constantemente constitui novas formas, sendo que, na concepção dessas novas formas por meio da interação entre as partes, cada uma dessas partes sofre um processo de transformação, gerando uma ideia de organização, fecundada da união das interações e transformações. Quanto mais informação⁶ se adquire, mais o ser humano desconsidera outras ou assimila estas para elaborar a sua visão organizada sobre determinado assunto.

Tal conjunto de transformações em busca de uma forma de organização da informação está diretamente ligado à troca de conhecimento. Porém, para que ocorra a ideia de organização, é necessário que as partes interajam em busca de um objetivo comum: a construção do todo, sem negar o outro e sem considerar única e absoluta sua verdade, evitando um comportamento etnocêntrico, em que o indivíduo considera as suas normas e valores culturais superiores aos das outras culturas. Morin indica que é preciso considerar a questão do contexto pertencente a cada uma das partes, sendo inevitável e imprescindível que a construção do conhecimento aconteça de maneira interdisciplinar. Reside, assim, a

5 Na linguística, a dialógica foi definida por Mikhail Bakhtin como toda comunicação verbal, de qualquer tipo que seja. Ele define o dialogismo como sendo um processo de interação entre o locutor e o locutário, a partir da noção de recepção e compreensão de uma enunciação.

6 A origem etimológica da palavra “informação” provém do latim *informatio*, que tem o sentido de “dar forma de uma ideia de algo a alguém”. Em um sentido mais amplo, caracteriza-se como um “conjunto estruturado de representações mentais e emocionais codificadas.” (Silva, 2006, p. 150).

complexidade por meio do confronto destes diferentes contextos em que tanto os indivíduos quanto a organização passam por um processo de transformação.

No desenvolvimento informacional, científico e tecnológico da sociedade, essa troca de conhecimento tem na comunicação a principal ferramenta de multiplicação, compartilhamento e memorização da informação, exteriorizando, assim, uma das funções do cérebro humano, a memória – ideia defendida por Yves-François Le Coadic (1994), apontando que essas operações de multiplicação e memorização explicam uma boa parte do que se costumou chamar de explosão da informação (mais exatamente explosão da quantidade de informações), uma das fontes geradoras da complexidade social. Memória esta que Jacques Derrida (2001) apresenta como uma parte da consciência do ser humano em constante mutação pelo “desejo absoluto” da mesma que, nos dias atuais, representa o contraponto à tentativa do homem de diminuir, ao mesmo tempo, o incessante ritmo de processamento de informações devido a essa nova realidade informacional.

Com a inserção das novas tecnologias no contexto social, principalmente após a introdução de ferramentas que permitem o compartilhamento de informações cada vez mais intenso e acelerado, a construção do conhecimento tem sofrido mutações nas últimas décadas, incitando mais um processo de transformação estrutural da sociedade, bem como a emergência de um novo paradigma tecnológico no qual “[...] a tecnologia é condição necessária mas não suficiente para a emergência de uma nova forma de organização social baseada em redes, ou seja, na difusão de redes em todos os aspectos da actividade na base das redes de comunicação digital” (Castells, 2005, p. 17).

Esse novo paradigma, baseado nas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), impulsiona a sociedade a “se apoderar” da tecnologia, segundo Castells (2005), fazendo com que a própria evolução tecnológica seja influenciada pela maneira como as pessoas usam suas ferramentas. Aqui implica a coexistência de uma influência mútua: a sociedade influencia a tecnologia, como também a tecnologia influencia a sociedade.

Um adendo ao “paradigma”

A palavra “paradigma” tem origem no grego *paradeigma*, significando modelo ou padrão, o que corresponde a algo que vai servir de exemplo a ser seguido. No âmbito filosófico, o paradigma relaciona-se com questões epistemológicas, a exemplo dos filósofos da natureza, que remetem o paradigma a um modelo referente ao mundo exemplar das ideias. Sua presença destaca-se, contudo, a partir do final do século XIX, na linguística, por meio da teoria do signo de Ferdinand de Saussure, em que ele se referia a uma relação entre o signo e o conjunto de elementos que constituem a língua.

O estudo dos signos vem atrelado ao surgimento do homem que, ansioso por entender e interpretar-se a si mesmo e ao mundo, desenvolveu formas de estudar os signos e seus significados/sinais. Na Antiguidade grega, havia a filosofia do signo por meio do

desenvolvimento de uma teoria do conhecimento humano. Por exemplo, no campo da medicina, o diagnóstico médico era descrito como um processo de *semêiosis*, o que não era ainda considerada a teoria geral dos signos, apenas uma parte dela. Na Idade Média, desenvolveu-se um tipo elaborado de “doutrina dos signos”. O termo empregado era *repraesentatio* que, a princípio, era indicado como a relação entre imagem e som original, em que os signos (*stare pro* - estar no lugar de) estão no lugar das coisas que os causam e daquelas a que eles se remetem (Boulnois, 1999). No século XVII, o britânico John Locke, no *Ensaio sobre o entendimento humano*, definiu a *semeiotiké* como uma das principais áreas dos estudos do conhecimento humano.

Seguindo a sua tradição da *semeiotiké*, dois séculos após, Charles Peirce tornou-se um dos principais estudiosos do tema. Ele definiu a semiótica como sendo a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido, tornando-se a Teoria Geral dos Signos. A Semiótica de Peirce estuda o contexto dos signos por meio de uma Tríade [R - Representamen / O - Objeto / I - Interpretante]. Já Saussure abordou a teoria dos signos a partir da semiologia, que foi definida como uma ciência da comunicação humana sobre o estudo da “vida dos signos como parte da vida social”, abordando fenômenos translinguísticos (textuais) e códigos culturais.

Na teoria dos signos de Saussure, existe uma relação binária entre um significante (o material que significa/faz significado, a forma sonora e/ou escrita) e um significado (o conceito, a ideia mental, o conteúdo semântico). Desse modo, se todo signo representa alguma coisa, no caso do paradigma, este poderia ser tomado como um signo (símbolo), resultando daí o significado, sendo ele a imagem mental da noção do paradigma na mente do receptor. Contudo, essa noção de paradigma como um significante resultante de um significado poderia ser incapaz de remeter a um fundamento concreto nas coisas, dependendo da interpretação de quem dá significado a elas, podendo ser o paradigma tomado como um signo impreciso.

No século XX, anterior a Morin e Castells, o físico Thomas Kuhn deu vários significados ao termo paradigma, destacando-se a definição de que “paradigmas são as realizações científicas universalmente reconhecidas que, durante algum tempo, fornecem problemas e soluções modelares para uma comunidade de praticantes de uma ciência” (Kuhn, 1991, p. 13). Para o autor, as ciências evoluem através dos paradigmas. Se um paradigma apresenta problemas e possibilidades de solução no campo científico, a transição de paradigmas corresponde a uma crise que dá vazão para a sua mudança por meio de uma revolução científica. Nas palavras de Morin, no que se refere à sociedade informacional, essa transição seria o processo de transformação complexo em que é preciso opor e ligar ordem e desordem para haver uma simbiose da informação e, assim, formar um novo conhecimento organizado.

O paradigma informacional

A emergência de um novo processo de transformação estrutural da sociedade contemporânea, anunciado por Castells e o paradigma tecnológico, tem no informacionalismo o princípio organizador da sociedade em rede e sua dependência do fluxo informacional que é criado por elas, possibilitado pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Os efeitos da disseminação da informação pelas TICs, que correspondem a uma revolução de paradigma com a criação das chamadas redes, impulsionadas pelo desenvolvimento das tecnologias principalmente a partir da década de 1990, são tratadas por Castells como *"[...] estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação"* (Castells, 1999, p. 498). Esses códigos de comunicação se apresentam como uma forma renovadora do capitalismo moderno por meio da produção e circulação de produtos e também como uma maneira de buscar eliminar as diferenças, pois as redes têm, a princípio, uma organização menos hierárquica e centralizadora. No informacionalismo, as TICs passam a ser os elementos primordiais de domínios da vida social e econômica por meio da capacidade de geração de riqueza e criação de códigos culturais, que dependem da capacidade tecnológica da sociedade e dos indivíduos.

O que é específico do modo informacional de desenvolvimento é a ação do conhecimento sobre o conhecimento como fonte principal da produtividade. [...] O tratamento da informação visa aperfeiçoar a tecnologia do tratamento da informação como fonte de produtividade, num círculo virtuoso de interação entre os conhecimentos que estão na base da tecnologia e a aplicação da tecnologia, afim de melhorar a geração do conhecimento e o tratamento da informação [...]. (Castells, 1999, p. 41-42)

Esse novo paradigma é caracterizado por abrangentes processos e contextos comunicacionais tornados possíveis pelas revoluções de ferramentas eletrônicas e tecnológicas, onde existe um aumento da capacidade humana para processar e comunicar, que Castells nomeia como "informacional-comunicacionalismo eletrônico", tornando o paradigma ainda mais abrangente por afetar toda a atividade humana.

A comunicação na rede

O princípio da sociedade em rede – apontado por Castells como um processo de transformação paradigmático associado às relações entre a globalização⁷, a economia e as novas TICs – possibilita uma cultura social multidimensional, com uma comunicação mais plural.

⁷ **A globalização** é um processo de integração econômica, cultural, social e política, que diz respeito à forma como os países interagem e aproximam pessoas. Foi gerada pela necessidade capitalista de formar uma aldeia global, abrindo para a possibilidade de conquista de novos mercados. Apresentou traços iniciais no período mercantilista entre o século XV e XVIII, iniciou o seu desenvolvimento a partir da Revolução Industrial e intensificou-se **após a Segunda Guerra Mundial. Porém, com a** aceleração do desenvolvimento de novas tecnologias de informação e de comunicação, houve um maior movimento a datar da década de 1970, ganhando velocidade nos anos 80 até ao momento.

Essa cultura é, sobretudo, global, vigente em uma nova estrutura informacional abrangente, com um poder de disseminação e dominação que opera segundo da inclusão/exclusão. As redes integram e excluem, funcionando como pontos de conexão e de transformação interativa de fluxos sociais.

Nesse espaço multidimensional em rede, a comunicação é inserida no centro da estruturação social, exprimindo uma transformação cultural paradigmática nas sociedades e nos indivíduos, imputada, principalmente, pela capacidade de dominação. Segundo Castells, essa dialética entre dominação e autonomia no funcionamento comunicacional-informacional está, por vezes, centralizada nos meios de comunicação jornalísticos, sendo estes atores privilegiados no novo contexto tecnológico da sociedade em rede. *“La cultura común de la ‘sociedad red global’ es una cultura de protocolos que permite la comunicación entre diferentes culturas sobre la base no necesariamente de valores compartidos, sino de compartir el valor de la comunicación”* (Castells, 2009, p. 67).

Assim, a nova cultura não está baseada no conteúdo, mas no processo, no protocolo, evidenciada por Castells como uma cultura global da “comunicação pela comunicação”, em que há um excesso de proliferação de informação, não necessariamente conhecimentos. E esse apontamento corrobora o pensamento de Edgar Morin sobre a complexidade da informação (cada vez mais fragmentada) enquanto conhecimento, este que somente sobe um degrau na escala da transformação social quando, enquanto organização, relaciona-se com as informações e insere-se no contexto destas.

A integração da informação no ciberespaço

Com as transformações tecnológicas do século XX e a globalização, a crescente busca por informações, a necessidade de compartilhamento rápido ou instantâneo e de forma democrática fez com que os meios midiáticos se adaptassem, direcionando a informação ao jornalismo na rede, mais especificamente ao ciberjornalismo, uma “especialidade do jornalismo que emprega o ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo, difundir conteúdos jornalísticos” (Salaverría, 2005^a, p. 21). Este que, por ser um meio de ferramentas hipertextuais⁸ – foi do plano linear e bidimensional para o tridimensional e com uma nova forma de leitura –, de multimedialidade (disponível em diversas plataformas⁹ digitais) e de interatividade, conexão entre a fonte, o jornalismo e o público de forma interativa e com participação dos leitores. Com isso, o ciberjornalismo visava ser parte integrante do informacionalismo digital, uma conexão sólida entre a complexidade do meio e a informação, levando, assim, a uma organização global através da tecnologia.

8 Com a possibilidade do hipertexto na rede a partir do final do século XX, o texto passa a ser explorado de forma mais ágil e simples. Essa nova ferramenta na internet, através de suas hiperligações, permite que o leitor elabore, com uma simples conexão, sua própria estratégia de leitura, percorrendo o caminho que achar mais conveniente. Essa conexão não linear é denominada *hiperlink*, ou simplesmente *link* (ligação em inglês).

9 A plataforma é um ambiente em que se permite ter um conjunto de medias em torno delas, tendo um conjunto de códigos (sons, letras, dígitos) que estabelece um parâmetro de comunicação e informação. (Cavalcanti; Nepomuceno, 2007)

As primeiras argumentações sobre convergência digital (fusão de tecnologias e conteúdo em uma única plataforma) começaram a surgir no final dos anos 70. Nicholas Negroponte (1979), por exemplo, já discorria sobre a digitalização e suas consequências na programação e integração de texto e áudio. Porém, foi no início deste século XXI, com a intensificação da convergência digital mediática completa (transferência de conteúdo de jornal, rádio, TV e internet¹⁰ para uma única plataforma) – em especial após a intensificação do uso de dispositivos móveis – e com maior participação do leitor/espectador/usuário neste processo, que o tema ganhou maior projeção.

Essa modalidade de disponibilização de conteúdos, imputada pela convergência digital mediática¹¹, tem encontrado no jornalismo um dos principais canais de integração virtual dos meios, onde velhos e novos formatos se unificam, reconfigurando a relação entre a media e o seu público. Salaverría e Negrodo (2008) assim referem a convergência digital:

[...] processo multidimensional, que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial das empresas de media, propiciando a integração de espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregados, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos distribuídos através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma. (Salaverría; Negrodo, 2008, p. 45)

Destaca-se que no início desse processo, os primeiros veículos jornalísticos tradicionais limitavam-se a apenas transpor para a internet os conteúdos dos jornais, rádios e televisões, na íntegra, ação identificada como “shovelware” (mera transposição de conteúdos do meio tradicional para a Internet). No entanto, os veículos de comunicação jornalística tradicionais perceberam que a internet é um meio com características singulares, sendo “merecedor de uma atenção especial e de linguagens diferentes, e, simultaneamente, potenciador de uma fragmentação da produção e do consumo nunca antes vista, que poderia resultar numa rutura com a clássica relação de poder *topdown* a que os *mass media* estavam habituados e da qual, porventura, não queriam abdicar” (Zamith, 2013, p. 19).

O fato de haver uma maior participação do leitor/espectador/usuário na produção e também no compartilhamento de conteúdo informacional, fez com que o território midiático deixasse de ser dominado apenas por jornalistas. Desse modo:

[...] a antiga audiência (o público, o cidadão comum, os antigos recetores de notícias) começou a abandonar o seu papel de mero agente passivo e a participar neste

10 A internet foi idealizada nos Estados Unidos em 1969, a princípio para uso militar, e se estendeu às pequenas faculdades e empresas, até chegar às residências a partir do final da década de 1980. A rapidez de distribuição se tornou determinante para o crescimento exponencial da informação na rede, agilidade relacionada aos elementos: interatividade, tecnologia do hipertexto, multimídia, digitalização, computação e informação distribuídas, compartilhamento e cooperação – que caracterizam a internet como sistema até então único de geração, armazenamento e disseminação, proliferando, assim, novas fontes de informação.

11 No jornalismo, a convergência digital ocorre quando há transferência de conteúdos de diversas medias (jornal, rádio, TV, celular e internet) para um único ambiente virtual, onde é possibilitado ao usuário receber informações integradas, com facilidade de migrar de uma media a outra de forma não linear.

complexo processo de pesquisa, produção e difusão de informação/notícias, através de fóruns, caixas de comentários, sites pessoais e coletivos, weblogs, microblogs, wikis, redes sociais e outras ferramentas de expressão, ação, interação, escolha, partilha, recomendação e participação acessíveis a qualquer pessoa que entre na grande rede ubíqua que é a Internet. (Zamith, 2013, p. 20)

Outro estudioso com pensamento análogo, no tocante de que a palavra 'convergência' consegue definir transformações tecnológicas em conjunto com as culturais e sociais, é Henry Jenkins (2009). Para ele, insere-se ainda, nesse processo, as transformações mercadológicas. Conforme o autor, o conjunto dessas transformações se dá por três fatores: a transposição de conteúdos de múltiplas plataformas de media, a integração e compartilhamento entre os mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos consumidores de informações comunicacionais – destacando este último. Em um século em que novos modelos digitais permitem adaptações e atualizações de informações, o usuário é estimulado a participar de um processo de transformação¹² cultural informacional acelerada e complexa.

Outra fase da convergência tecnológica na media foi marcada pela inserção do hipertexto na rede, a partir de 1995, ocasião em que os *links* alcançaram o ápice. Daniela Bertocchi (2007, p. 134-137) destaca dois eixos do conceito de hipertexto: "associação" e "conexão". A "associação" no sentido de que o hipertexto trabalha mais por associação do que por indexação, abolindo a linguagem linear e apresentando um conteúdo que não está limitado pela estrutura e pela organização. Já a "conexão" é identificada no hipertexto como forma de arquivo documental eletrônico, em que formam uma rede de informações textuais organizadas de "um modo complexo, não linear, para facilitar a exploração rápida de grandes corpos de conhecimento; ou seja, trata-se de uma base de dados hipertextual que apresenta uma interface para permitir ao utilizador navegar por tal base, passar pelos links desejados, explorando novas áreas de interesse; exige a presença simultânea de três elementos: nós (unidades semânticas), associações conectando entre nós (hiperligações) e uma interface interativa". Para Zamith,

No ciberjornalismo, é mais habitual vermos o hipertexto assumir uma função de conexão, dada a prevalência de estruturas hipertextuais axiais, mas também é possível encontrá-lo no sentido de associação, designadamente nas reportagens hipermédia feitas em estrutura reticular. (Zamith, 2013, p.9)

O hipertexto na *web* é um exemplo da transformação do modo de construir o conhecimento. É a busca por uma nova forma de adaptação do texto por meio da realidade tecnológica. A transição do jornalismo impresso para o digital por meio do processo

12 Mais do que a evolução (no sentido de melhoria, ideia defendida por pensadores do século XIX), a transformação – como conceito de alteração na forma, não necessariamente de melhoria – tem sido um processo constante e significativo no desenvolvimento humano no decorrer de sua caminhada. O homem vive em constante processo de transformação ligado à troca de conhecimento, considerado por Norbert Elias (1993) como *processo civilizador*.

convergente também causa alterações na apresentação e nas características da notícia¹³ (sempre em busca de suportes mais estáveis), na forma de transmissão e na própria presença da media na sociedade. Atualmente, com público consumidor da notícia assumindo um papel de receptor, multiplicador e agente participativo da produção da informação, este interage de acordo com um novo conjunto de regras que, segundo Jenkins (2006), nenhum de nós entende por completo. E as regras integram esse contexto informacional em que a ordem e desordem, citadas por Morin, configuram a complexidade atual de uma sociedade que se prepara para transpor mais um processo de transformação.

O discurso, o texto e o contexto no ciberjornalismo

Posto o cenário atual em que a sociedade está a “se apoderar” da tecnologia (esta que conseqüentemente influencia a sociedade), o ciberjornalismo – por ser diferenciado de outros tipos do jornalismo devido à sua funcionalidade tecnológica operacional e pela utilização de ferramentas hipertextuais no ciberespaço – carece de estudos que discutam a complexidade discursiva da notícia no ciberespaço. A complexidade se refere a um contexto informacional envolto de ferramentas cada vez mais desenvolvidas em prol da informação e vice-versa.

Sendo uma construção social, o discurso jornalístico só pode ser analisado se consideramos o seu contexto histórico-social – além de suas condições de produção –, comparando e confrontando realidades, segundo Morin, e em busca de um processo de transformação, global e informacional da sociedade em rede, propagado por Castells. Desse modo, os jornalistas, agentes produtores e mediadores da notícia, estabelecem uma série de relações (com fontes, sociedade ou instituições) para cumprir suas funções, valendo-se de técnicas que definam, acentuam ou excluam determinados aspectos dos acontecimentos sociais.

Esse discurso, por meio da narrativa da notícia, remete aqui à prática social (conjunta, e não individual) de produção de textos, ao contrário dos padrões positivistas do jornalismo tradicional da construção da notícia individual, linear, baseada na pirâmide invertida e critérios determinados de objetividade do *lead*, dentre outros. Essas possibilidades narrativas integradas permitidas pela convergência digital multimídia “requerem, conseqüentemente, o planejamento das histórias através da elaboração de um guião (*storyboard*), encarado como essencial no processo de escrita não-linear. A aplicação do *storyboarding* no planejamento de uma história online poderá, dependendo das práticas e exigências de cada media online, caber ao próprio jornalista” (Bastos, 2013, p. 5).

Mesmo se atendo a essas questões da narrativa positivista, os ciberjornalistas têm que

13 Notícia é a informação atual, verdadeira, carregada de interesse humano e capaz de despertar a atenção e a curiosidade de grande número de pessoas. Ela é a “matéria-prima do jornal, a base de tudo o que é publicado, da nota mais alegre ao mais sério editorial. Em sua busca concentra-se todo o esforço da redação. Ela comanda o ritmo de trabalho, determina horários, impõe gastos, provoca edições extra. Sem ela não haveria o que dizer, comentar, criticar ou elogiar.” (Amaral, 1997, p. 39)

estar atentos a contextos de leitores da web com perfis e exigências distintas, individuais e também coletivas, além dos modos de leitura, de navegação e de interação que se consolidam nos ambientes virtuais. A produção de notícias no contexto dos novos media deve considerar a totalidade das modalidades comunicacionais advindas da convergência digital midiática (texto, áudio, vídeo, gráficos, animação), para adequação do jornalista a essa nova realidade. “Não mais as notícias estão constrangidas pelas limitações técnicas dos média tradicionais, seja imprensa, televisão ou rádio. Em vez disso, todas as modalidades da comunicação humana estão disponíveis para contar as histórias da maneira mais interessante, interactiva, on-demand e personalizada possível” (Pavlik, 2001, p. 17).

Como moldura do texto, o contexto da notícia envolve elementos tanto da realidade do jornalista que escreve quanto a do receptor, resultando no significado compartilhado. As escolhas dos jornalistas são pautadas pela aparência que a ‘realidade’ assume, pelas convenções e rotinas que moldam a sua profissão e pelas instituições. Assim, o contexto da produção da notícia no ciberespaço vale-se da situação histórico-social de um texto como da inter-relação com outros textos por meio do hipertexto na rede, esta que Mikhail Bakhtin (1963) e Julia Kristeva (1974) apontaram como teoria da intertextualidade, em que enfatizam a interminável permutação de textualidades. Já Gerard Genette (1982) propôs um termo, segundo ele, mais inclusivo: a transtextualidade, tudo que coloca um texto em relação com outros textos por meio de hiperlinks, seja essa analogia manifesta ou secreta. Por exemplo, citações, referências ou informações subliminares.

A rotina e o processo da notícia jornalística se manifestam no texto, sendo a materialização do discurso ofertada para interpretação do público. Ao dialogar com a análise do discurso francesa, em que a leitura representa papel fundamental para o resultado de uma interpretação do discurso apresentado aos leitores, destaca-se o jornalismo como objeto deste texto e representante disseminador de leituras do mundo transformadas em discurso. “A leitura produzida pelo Jornalismo, portanto, pode ser (re)lida por meio de dispositivos que permitem adentrar nos sentidos e filiações que se estabelecem no dizer, materializado em texto (oral, escrito, etc)” (Schwaab, 2007).

Na construção do discurso no ciberespaço, o jornalismo traz todos os aspectos inseridos no texto e em seu contexto para trabalhar a compreensão do discurso para criar e disseminar seus significados (conscientes ou além do texto) que, na análise do discurso, possuem relações complexas, mudando as palavras de sentido conforme a interpretação de quem as emprega. Para Umberto Eco (2012), as interpretações do mundo e dos textos são baseadas na individualização da relação de simpatia (similaridades) que ligam os dois, sendo, desse modo, necessário realizar um critério interpretativo, que o autor nominou como “semiótica hermética”.

A imagem, o conceito, a verdade descoberta sob o véu da semelhança, será vista, por sua vez, com um signo de outra transferência analógica. Toda vez que a pessoa acha

que descobriu uma similaridade, esta sugere outra similaridade, numa secessão interminável. Num universo dominado pela lógica da similaridade (e da simpatia cósmica), o intérprete tem o direito e o dever de suspeitar que aquilo que acreditava ser o significado de um signo seja de fato o signo de um outro significado. (Eco, 2012, p. 53)

Todas as interpretações do discurso do texto jornalístico são relevantes para a construção dos sentidos. No procedimento de análise é necessário remeter os textos ao discurso e estabelecer as relações entre eles, considerando as variáveis interpretações de leitura. Porém, para Eco, “depois que o mecanismo da analogia se põe em movimento não há garantia de que vai parar”.

Para facilitar a maneira como o público irá ter acesso a essa informação no futuro, o discurso no ciberjornalismo vem ao encontro da complexidade apontada por Morin no que diz respeito à busca de uma informação organizada, equilibrada, onde Castells apresenta a solução ao proferir que o Informacionalismo é o princípio organizador dessa troca de ordem e desordem informacional. Para que aconteça a troca de informações, o ciberjornalismo necessita de tecnologias cada vez mais avançadas, fazendo com que o conhecimento seja transmitido de forma igual e em tempo real para todos.

O texto e o contexto no ciberjornalismo são primordiais, pois só existirá entendimento/compreensão entre as partes que buscam a organização, que a tecnologia conecta, se ambas escreverem e compreenderem o mesmo código. Não se pode, por exemplo, passar uma informação em linguagem extremamente técnica para um leitor comum de contexto variado pois, para ele, de nada significaria o discurso utilizado, pois sua compreensão seria quase nula. Concluindo então que ambas as partes querem o mesmo objetivo, buscando a ordem, de nada vale o informacionalismo se o ciberjornalismo não adaptar seu discurso narrativo a fim de fazer a conexão entre as partes. É preciso ter noções que viabilizem uma reflexão complexa, inserindo o jornalismo nesse amplo ambiente contemporâneo das manifestações textuais.

Com a ação comunicativa integrada e a convergência digital midiática, a linguagem textual está sendo alterada constantemente, adaptando-se aos tipos de informação e/ou notícia. O discurso do ciberjornalismo deve preceder a um processo de transformação social, buscando mudar, se adaptar, inovar, transpondo o ambiente do ciberespaço.

Considerações finais

A sociedade do século XXI vive uma profunda dicotomia econômica e cultural. A tecnologia da informação tornou-se ferramenta indispensável à efetivação do processo de reestruturação socioeconômica. De um lado, pensamentos individualizados de uma sociedade informacional na qual a representação do eu (principalmente nas redes sociais virtuais) utiliza ferramentas e plataformas tecnológicas para proveito próprio, e de outro, essa mesma sociedade buscando criar códigos culturais, unido-se em prol de causas sociais variadas (além

de uma integração comercial oriunda de um capitalismo globalizado) para integrar essa nova “sociedade em rede”. Uma sociedade em que valores individuais transcendem os coletivos, mas que ao mesmo tempo a busca pelo coletivo se destaca. A interação entre esses processos e as reações por eles desencadeadas inserem-se no obscuro paradigma complexo e transformativo preconizado por Morin.

Todo esse processo de ordem e desordem individual e social busca o equilíbrio para ascender à organização. A interação que une os elementos pode trazer a transformação social que, por sua vez, pode trazer a ordem e a desordem, já que a transformação pode ser tanto positiva quanto negativa. E a organização plena dessa sociedade em rede só acontecerá – e se acontecer – caso haja um consenso de objetivos comuns, havendo troca de conhecimento e de informações. O indivíduo não pode se prender à verdade absoluta etnocêntrica. É preciso considerar as suas normas e seus valores culturais, mas a compreensão do ponto de vista do outro é primordial para alcançar a organização. A sociedade não pode ser vista como um bloco, e sim, como uma teia. Precisamos encarar cada pessoa individualmente, depois em sociedade, como uma teia conectada. Não se pode criar grupos e isolados: deve haver comunicação entre esses grupos.

Baseando-nos no conceito de Castells (1999) de que o informacionalismo é o “princípio organizador” da sociedade em rede e sua dependência do fluxo informacional que é criado por elas, possibilitado pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), conectamos aqui esses dois autores. Já que Morin buscava a organização (o equilíbrio), Castells deu a solução dizendo que o informacionalismo é o princípio organizador. Dessa forma, é preciso usar a tecnologia para que aconteça a troca de conhecimento de forma igual e em tempo real (online) com todos os indivíduos, para que assim ambas as partes busquem um objetivo em comum, trazendo a organização plena, pretendida por Morin. Para que aconteça a ordem entre os indivíduos comuns, ampliando para a ordem entre indivíduos diferentes, tem que haver troca de informações através da tecnologia de forma igual e ao mesmo tempo para todos.

Dentro desse contexto, o ciberjornalismo surge como sendo uma possibilidade de busca por informação e compartilhamento que faz a interação, em tempo real e de forma igual, da sociedade em rede. Ciberjornalismo significa continuidade, face à periodicidade da imprensa, rádio e TV; e ainda integralidade, interatividade, versatilidade e multiplicidade. Segundo Castells (1999), em *O paradigma da tecnologia da informação*, uma das características dessa revolução tecnológica é a convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado, no qual trajetórias tecnológicas antigas ficam impossíveis de se distinguir. Assim, o ciberjornalismo adapta-se, a cada momento, às plataformas constantemente atualizadas, e em um formato convergente, em que ferramentas hipertextuais se integram no mundo de possibilidade informacionais integradas.

A partir do Paradigma da Complexidade de Edgar Morin, aponta-se que, no atual momento de eclosão de uma pluralidade de formas narrativas, precisamos de resgatar

conceitos mais abrangentes, noções que viabilizem uma reflexão complexa, inserindo o jornalismo nesse amplo ambiente contemporâneo das manifestações textuais. Dentro do processo de convergência digital do meios, características como a hipertextualidade, multimedia e interatividade apontam para um paradigma de discurso complexo, em que é preciso pensar a organização das informações no todo e no contexto.

Referências bibliográficas

Amaral, Luiz. *Técnica de jornal e periódico*. Rio de Janeiro/Brasília: T. Brasileiro, 1978.

Bakhtin, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

Bastos, Helder. *Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse*. Porto: Universidade do Porto, 2013. Artigo. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-dos-primordios-ao-impasse.pdf>

Bertocchi, Daniela. *A Narrativa Jornalística no Ciberespaço: transformações, conceitos e questões*. Tese de mestrado. Universidade do Minho, 2007. In: http://bertocchi.info/tese/MestradoDanielaBertocchi_divulgacao_2007.pdf

Boulnois, Olivier. *Être et représentation*. Paris: Presses Universitaires de France, 1999.

Canavilhas, João Messias. *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. Beira Interior: BOCC, 2001. In: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhasjoao-webjornal.html

Castells, Manuel. *A sociedade em rede*. 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

_____; Cardoso, Gustavo. *A sociedade em rede: do conhecimento à ação política*. Conferência. Belém: Imprensa Nacional, 2005.

_____. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

Cavalcanti, Marcos; Nepomuceno, Carlos. *O conhecimento em rede: como implantar projetos de inteligência coletiva*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Coadic, Yves-François Le. *A ciência da informação*. 3ª ed. Brasília: Ed. Gomes. 1994.

Derrida, Jacques. *Mal de Arquivo: uma impressão freudiana*. 1ª edição. Tradução Cláudia de Moraes Rego. Editora Relume. Rio de Janeiro. 2001.

Eco, Umberto. *De Gutenberg à Internet*. Florianópolis: Centro Tecnológico UFSC, 2003. In: <http://www.inf.ufsc.br/~jbosco/InternetPort.html>

_____. *Interpretação e Superinterpretação*. São Paulo: Ed. Wmf Martins Fontes, 2012.

Elias, Norbert. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1993.

Genette, Gerard. *Palimpsestes: la littérature au second degré*. Paris: Éditions du Seuil, 1982.

Jenkins, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. *Cultura da Conexão*. São Paulo: Aleph, 2014.

Kristeva, Julia. *Introdução à Semanálise*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

- Kuhn, Thomas. *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva, 1991.
- Morin, Edgar. *A cabeça bem feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- _____. *O método 1: da natureza da natureza*. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 1977.
- Negroponte, Nicholas. *Being Digital*. New York: Vintage Books, 1995.
- Pavlik, John. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press, 2001.
- Peirce, Charles S. *Semiótica*. Tradução J. Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- Pelegri, Djalma. *Sobre o conceito de paradigma no pensamento de Edgar Morin*. Uberaba: Revista Triângulo, 2012. In: http://www.uftm.edu.br/revistaeletronica/index.php/revistatriangulo/article/view/178_
- Salaverría, Ramón; Negredo, Samuel. *Periodismo integrado: convergencia de medio y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol90 Media, 2008.
- Salaverría, Ramón. *De la pirámide invertida al hipertexto*. Navarra: Atic, 2001. In: <http://unav.es/fcom/mmlb/mmlab/investig/piram.htm>
- _____. *Redacción Periodística en Internet*. Barcelona: Euns, 2005a.
- _____. (coord.) *Cibermedios*. Sevilla: Ed. Comunicación Social, 2005b.
- Santos, Helena. *Desafios paradigmáticos e globais no campo das Ciências da Informação e Comunicação: em busca de novas fundamentações*. Porto: CETAC.media, 2012.
- Sausurre, Ferdinand de. *Curso de lingüística geral*. São Paulo: Cultrix, 1991.
- Schwaab, Regis. *Para ler de perto o jornalismo*. Porto Alegre: Em Questão, 2007. In: <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/2002/1324>
- Silva, Armando Malheiro da. *A Informação: da compreensão do fenómeno e construção do objecto científico*. Porto: Ed. Afrontamento, 2006.
- Silva, Juremir Machado da. (Org.) *Edgar Morin: as duas globalizações. Joaquim Clotet: complexidade e comunicação, uma pedagogia do presente*. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2007.
- Traquina, Nelson. *Teorias do jornalismo*. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- Zamith, Fernando. *A contextualização no ciberjornalismo*. Porto: Edições Afrontamento/CETAC.MEDIA, 2013.

* Todos os sites acima citados foram acessados pela última em 10/12/2015.

Velocidade, Apuração e Credibilidade: provocações e reflexões acerca da prática jornalística na internet

Luis Fernando Assunção

Unasp-EC

lufeassuncao83@gmail.com

Karla Caldas Ehrenberg

Unasp-EC

karla@rk28.com.br

Resumo

O imperativo da velocidade na atual sociedade é tema de estudos em diferentes áreas de investigação. Característica básica dos processos comunicacionais realizados por meio da internet, a velocidade não apenas se torna condição de existência como se comporta como elemento influenciador na produção dos conteúdos digitais disponíveis na rede. Refletir sobre a sua influência na prática jornalística é o objetivo principal deste artigo, que se utiliza de diferentes autores que discorrem sobre o universo digital e sobre o fazer jornalístico, para garantir o suporte acadêmico necessário a essa reflexão. Por meio de levantamento bibliográfico este artigo, de caráter teórico, busca provocar no leitor uma inquietação sobre a relação entre velocidade, apuração e credibilidade do jornalismo no mundo da internet.

Palavras-chave: Jornalismo, internet, webjornalismo, valores-notícia, jornalismo de tempo real.

Abstract

The imperative of the velocity in the today's society it is subject of studies in different areas of investigation. The velocity is the basic characteristic of the communications process performed through the Internet, and not only becomes a condition of existence how it behaves as an influential element in the production of digital content available on the web. Reflect on their influence on journalistic practice is the main objective of this article, which is used of different authors who talks about the digital universe and about the practical journalism, to ensure the academic support necessary to this reflection. Through bibliographic research, this article of the theoretical character seek to provoke in the reader a concern about the relationship between velocity, investigation and credibility of journalism in the internet world.

Keywords: Journalism, internet, web journalism, news values, real-time journalism.

Introdução

Os avanços tecnológicos sempre acompanharam o desenvolvimento da vida humana. Desde a metade do século passado, os sistemas digitalizados tornaram-se parte integrante da vida social, não apenas a influenciando, mas construindo-a e, principalmente, constituindo-a. A maneira da sociedade se organizar, se relacionar, se comunicar e produzir passou a ser regida pela digitalização de processos, que permitiu um aumento no trânsito do fluxo de informações. Essa nova configuração social deu à informação um status de extrema importância, fazendo com que ela se tornasse a força motriz da chamada Sociedade da Informação. O processo de globalização e as práticas sociais, econômicas e políticas do mundo atual acontecem fundamentalmente por meio da troca de informação, sendo ela capaz de eleger presidentes, organizar mobilizações sociais, aumentar (ou diminuir) riquezas, entre outros acontecimentos que impactam a vida cotidiana.

Com o aumento da importância da informação para a sociedade, a velocidade do trânsito de conteúdos despertou grande atenção. Profissionais de diferentes áreas do conhecimento e pesquisadores passaram a dedicar seus trabalhos em busca de meios capazes de garantir uma circulação de informação (seja ela formada por textos, vídeos, fotos, gráficos ou animações) cada vez mais veloz e com maior qualidade. Nesse cenário, a conexão de computadores em rede e a indexação dos conteúdos digitais disponíveis formaram o que conhecemos como internet, algo de início considerado complexo, mas que se tornou um meio tecnológico presente e uma extensão do próprio corpo humano, ajudando na ampliação da capacidade do homem, como Marshal McLuhan previra na década de 1960.

Essa troca frenética de conteúdos e a busca incessante por novas informações passaram a influenciar o estilo de vida social, fazendo com que estudiosos (sociólogos, antropólogos e filósofos) avançassem suas análises sobre o impacto que toda essa informação, velozmente produzida e divulgada, causa nos indivíduos e na sociedade em geral. Seguindo essa mesma linha de curiosidade e reflexão, porém com a devida modéstia que cabe a um artigo científico, este trabalho pretende investigar como se posiciona o fazer jornalístico no ambiente digital, quais os impactos que a internet trouxe para a produção de notícias e como o jornalismo se relaciona com as notícias em tempo real na internet. A importância do recorte deste artigo se justifica por ser o jornalista o profissional que tem como matéria prima de sua atividade a informação noticiosa, o componente capaz de caracterizar, e denominar, a sociedade atual.

O ambiente digital e a prática jornalística

O universo digital, chamado ciberespaço, possui algumas características que merecem análise quando busca-se verificar o impacto da internet nos variados processos sociais. As redes digitais conectadas permitiram que diferentes tecnologias passassem a compor um mesmo espaço midiático, tornando a internet uma plataforma multimídia e, acima de tudo, um

ambiente hipermidiático.

Apesar da pluralidade de itens que o compõem (texto, imagem estática, imagem em movimento, som e animação), o produto multimídia, por exemplo o CD-ROM, oferece uma interação limitada entre produtor e consumidor. Quando a internet invadiu os processos comunicacionais, esse tipo de plataforma ganhou complexidade, ampliando as possibilidades de comunicação oferecidas até o momento. Na hipermídia, a conexão dos conteúdos acontece por meio dos hiperlinks e a não linearidade da construção midiática aparece de maneira muito mais efetiva, sendo permitido ao consumidor escolher sua forma de navegação livremente, como define Gosciola:

“Hipermídia vai além da multimídia, por trazer ênfase na interatividade e no acesso não linear promovidos pelos *links* entre os conteúdos. Para a hipermídia configurar-se como linguagem, ela apontou para muitos questionamentos e percorreu um trajeto multifacetado, ou ‘multitrajeto’” (GOSCIOLA, 2003, p. 34-35).

Os hiperlinks permitiram que a construção de sentido dos conteúdos fosse personalizada para cada indivíduo, não ficando restrita às predeterminações dos produtores. Essa maior liberdade de consumo e a alternativa de colaborar na construção de conteúdos – permitida pela criação dos softwares livres, pelos blogs, microblogs e diferentes redes sociais – possibilitaram a ampliação do conceito de interatividade entre produtores e receptores.

Um usuário pode, por exemplo, navegar por todos os links oferecidos num site, enquanto outro pode fazer uma navegação espontânea sem seguir os caminhos oferecidos pelo autor. Os dois terão diferentes ‘textos lidos’ como resultado final de sua navegação, diferentes construções de sentido do mesmo site. Mesmo que o planejamento da navegação leve em conta os interesses do usuário e que as sequências de percursos potenciais sejam antecipadas pelo autor/designer, o sentido final que o leitor constrói não pode ser totalmente previsto pelo autor. (BRESSANE, 2010, p.153)

A possibilidade de navegação diferenciada, a presença de hiperlinks, os avanços tecnológicos que permitiram uma maior rapidez no trânsito dos conteúdos e a participação do internauta impulsionaram o movimento para a determinação de um novo formato de conteúdo comunicacional. Entender os diferenciais do ambiente digital leva gradualmente ao entendimento da necessidade de criação de um conteúdo aderente ao meio, capaz de explorar todas as potencialidades oferecidas, buscando atingir o máximo de eficiência e eficácia objetivados na criação dos processos comunicacionais.

Na vida cotidiana atual, a pressa, a frivolidade e a efemeridade influenciam o modo de vida dos indivíduos e no ciberespaço essas características parecem ganhar um peso maior, tornando-se quase uma condição para que os conteúdos (ou a vida) digital possam existir. Quando navegam na internet, as pessoas podem despender muitas horas de seu dia, contudo, são raros os momentos em que executam atividades exclusivas e duradouras. É comum, durante a navegação na internet, o internauta fazer diferentes atividades ao mesmo tempo,

como a leitura de notícias, a atualização de seus perfis em redes sociais digitais, o desenvolvimento de trabalhos escolares e profissionais, entre outros. Segundo pesquisa realizada pelo IAB Brasil¹⁴ 43% da audiência de mídia do país passa, em média, “pelo menos 2 horas por dia navegando na internet através de vários dispositivos, enquanto apenas 27% passam o mesmo tempo assistindo TV”.

Lemos (2003) avalia as vastas possibilidades de atividades oferecidas pela internet, confirmando, em sua análise, que o meio é uma grande plataforma em que o internauta tem liberdade de escolher o que deseja fazer, não sendo mais formalmente direcionado como nas mídias tradicionais.

A internet não é uma mídia em relação ao que é entendido como mídias de massa, no sentido corrente do termo. Não há um fluxo, já que as práticas dos utilizadores não são vinculadas à uma ação específica. Por exemplo, quando se lê um livro, assiste-se à TV ou ouve-se rádio, há um reconhecendo tácito da ação. Mas, ao contrário, na internet, faz-se todas essas coisas ao mesmo tempo: enviar e-mail, escrever em blogs ou conversar em um chat. Aqui não há, portanto, vínculo entre o instrumento e a prática. A internet é, então, um ambiente, uma incubadora de instrumentos de comunicação. (LEMOS 2003, p.15)

Considerando a riqueza comunicacional oferecida pela internet, a possibilidade de produção dada aos internautas e à velocidade com que tudo se concretiza na rede, é interessante observar como jornalismo se comporta nesse ambiente pois, como afirma Ferrari, o conteúdo jornalístico tem sido o principal chamariz dos portais. “Pela possibilidade de reunir milhões de pessoas conectadas ao mesmo tempo, os sites do gênero assumiram o comportamento de mídia de massa”. (FERRARI, 2003,p.30)

Assim, como toda a produção comunicacional, a prática jornalística também teve que se adaptar às características da internet. É possível observar que os textos online priorizam a divulgação de informações imediatas, mesmo que a apuração não esteja completa, o que permite uma leitura rápida e concisa que se adapta ao meio.

Nota-se que o conteúdo jornalístico passou a ser construído em pequenos blocos, algumas vezes subdivididos em formatos variados, a fim de oferecer ao internauta pequenas pílulas informacionais que podem ser facilmente consumidas enquanto outras atividades são realizadas na rede. A prática do hipertexto também é bastante visível na elaboração do material, já que o internauta pode ser direcionado para outras páginas, ou outros sites, a fim de complementar a informação dada.

A produção jornalística para o ciberespaço demanda especial atenção para as várias possibilidades que podem ser apresentadas ao seu público. A elaboração de uma matéria jornalística deve ir além da produção textual, deve apresentar uma variedade de recursos para que o leitor escolha a maneira que mais lhe agrada e que mais satisfaça a sua necessidade de

14 Pesquisa disponível em: <<http://iabbrasil.net/portal/institucional-iab/indicadores-mercado/>>. Acesso em 25 fev 2014.

informação. Uma pauta pode ser tratada em um infográfico, por meio de um álbum de fotos ou por um vídeo e esse tipo de construção está cada vez mais presente no cotidiano do jornalista, que tem variado a forma de apresentar as notícias para seus públicos.

Discutindo sobre a não-linearidade dos roteiros digitais e do jornalismo digital, Canan (2010) ressalta a importância de serem exploradas todas as possibilidades midiáticas oferecidas pela internet na busca por oferecer um conteúdo atrativo e interessante para o internauta, que será capaz de alcançar um conhecimento profundo de um tema específico de acordo com seus interesses e suas habilidades de navegação.

E quando se pensa na não-linearidade de um produto audiovisual, como um filme, ou um website, precisa-se usar, sim, a facilidade humana de fazer associações, respeitando a linguagem de cada área. E aqui entra a capacidade – como profissionais de comunicação, educadores, cidadãos – de perceber que, a partir do advento da hipermídia, pode-se proporcionar uma leitura mais ativa. Há implícito na hipermídia o conceito de complexidade, de labirinto que leva ao conhecimento, enfim, à ampliação das possibilidades. (CANAN, 2010, p.144)

Apesar de todas as possibilidades oferecidas pelo ciberespaço, os fundamentos do jornalismo, como a apuração dos fatos e a objetividade, devem estar presentes no dia a dia do profissional. Além da necessidade de executar as funções básicas da profissão, na internet, o jornalista acaba assumindo algumas estratégias persuasivas na elaboração de seu conteúdo, a fim de atrair a atenção de seu leitor, que pode a qualquer momento se dispersar no amplo ciberespaço. Sobre essa perspectiva da prática jornalística, voltada para um novo público, Torres (2010, online) considera que as possibilidades oferecidas pela internet ocasionam um enorme desafio para o jornalismo e coloca que tão importante quanto conhecer as ferramentas digitais é conhecer o público consumidor, hoje muito mais ativo e informado.

Na internet, o leitor/usuário é quem busca a informação desejada, assim, o conteúdo midiático deve atraí-lo para suas páginas e ser interessante o suficiente para que ele não apenas consuma a informação, mas também a compartilhe em sua rede de relacionamentos. A publicação de conteúdos não é feita exclusivamente pelos profissionais da mídia, como avalia Torres (2010, on line) o próprio leitor é também um elemento divulgador, "... todos são emissores e receptores, e a partir de um momento que uma notícia é criada, centenas de milhares de ramificações surgem baseadas nela. A mensagem, agora, passa a ser vista sempre no plural e em proporções praticamente infinitas". (TORRES, 2010, online)

Esse ambiente tão particular da internet faz com que os jornalistas mantenham uma busca frequente pela atualização e inovação na maneira de transmitir as notícias. Nos últimos anos, foi possível perceber algumas mudanças na publicação de conteúdos dos grandes portais noticiosos. É cada vez mais frequente o uso de animações, gráficos e fotografias e o texto parece ser trabalhado de maneira cada vez mais objetiva. A participação do internauta (que com seus aparatos tecnológicos ligados à internet móvel tomam o lugar de fontes geradoras

de informações) tem ganho mais espaço, fazendo-os não só personagens de entrevistas, mas também pauteiros ou colaboradores. Os blogs de jornalistas, espaço em que o jornalismo opinativo impera, têm colaborado massivamente com o conteúdo divulgado pelos portais. E as reportagens em profundidade parecem ter ganho nova característica, a de serem elaboradas durante sua publicação, isto é, conforme uma nova informação é descoberta logo ela é publicada, fazendo com que o conhecimento do assunto como um todo fique sob a responsabilidade do internauta que pode (ou não) se aprofundar nos temas por meio de infinitos hiperlinks.

Ao constatar as mudanças acima, é possível ser levantada a hipótese de que a prática jornalística na internet tenha sido reduzida a uma grande produção em massa de pequenas notas ou de notícias superficiais. Contudo, a grande diferenciação que podemos fazer entre o jornalismo tradicional e o de tempo real, em tempos de internet, é a necessidade da velocidade de publicação da notícia, mesmo que isso resulte em atropelos de normas produtivas jornalísticas. E, assim, a credibilidade também é afetada.

Credibilidade no jornalismo on line

Apesar de o jornalismo on line ter como uma das suas premissas principais a velocidade assim como todos os dispositivos que podem levar a notícia ao cidadão -a obsessão pela velocidade na difusão das notícias não é novidade. Desde o século 19, com a invenção da rotativa, quando então os jornais passaram a ser produzidos em escala industrial, a velocidade tem sido a tônica do jornalismo. Mas em tempos de webjornalismo, a velocidade é algo mais do que uma aspiração de entregar a notícia em primeira mão: tornou-se uma obsessão e um fim. O que vale é divulgar em tempo real todos os fatos quando estes forem acontecendo. O valor da notícia, nesse momento, reside mais em sua instantaneidade do que em sua credibilidade.

Informar-se significa tratar uma informação para depois divulgá-la. A informação deve ser exata e seu tratamento adequado (CORNU, 1998). Se isso não for seguido à risca, a informação deixa de ser uma informação confiável. Sabe-se, entretanto, que nem sempre este preceito é levado em conta pelos meios de comunicação. A credibilidade da mídia está diretamente ligada à veracidade das notícias e a exatidão de seus conteúdos.

É importante para esta reflexão, portanto, que esses dois aspectos – credibilidade e exatidão – sejam abordados e discutidos a partir dos conceitos de valores-notícia estabelecendo uma interface entre as rotinas produtivas e o webjornalismo. Temos uma realidade diferente daquela da formatação dos conceitos de valores-notícia: hoje, há produção e distribuição de notícias em rede possibilitada pela Internet, seja ela difundida em plataformas fixas (redações tradicionais de jornais ou portais) ou plataformas móveis (dispositivos móveis como o smartphone). É evidente que, para se ter uma análise mais conclusiva sobre como essa relação credibilidade-exatidão-rapidez e valores-notícias se

entrelaçam – talvez formando até novas possibilidades teóricas de conceituação – seriam necessárias pesquisas aprofundadas sobre o tema. Mas, nesta discussão, o objetivo é trazer à tona essas possibilidades para servir como parâmetro para uma pesquisa propriamente dita.

É possível atualmente falar de credibilidade no contexto da ultra velocidade do jornalismo em tempo real. Essa necessidade de velocidade e de informação instantânea leva os jornalistas a uma corrida quase invencível contra o tempo. E, claro, isso traz consequências graves. A informação jornalística só tem valor se for credível. Se não há credibilidade, não há jornalismo. O primeiro valor que precisou ser interligado com o fator tempo foi a credibilidade, qualidade na qual a imprensa sempre se apoiou na sua história. A credibilidade de um veículo remete aos conceitos de verdade e realidade, sobre os quais se construiu o imaginário da imprensa e, à questão de ética, sua pedra de toque. (BRANDÃO, 1991)

Para ter credibilidade a informação jornalística deve ser reconhecida como verdadeira e como portadora da verdade. Para Brandão, a verdade na imprensa é sempre a verdade do relato dos fatos, que pode se referir a uma ocorrência, a uma declaração ou opinião, a dados e informações de modo geral. Os critérios considerados como parâmetro de verdade dão credibilidade ao veículo. É claro que o conceito de verdade e de realidade são relativos no jornalismo. Mas se um veículo não preza pela credibilidade da informação, mesmo que isso possa resultar na “derrubada” de uma pauta ou uma perda de informação para o concorrente, é possível aferir que a necessidade de dar a informação foi mais relevante que as próprias regras existentes, tacitamente ou não, no jornalismo canônico.

Acelerar e atropelar

Antes de seguir adiante, é preciso uma breve discussão entre a verdade, o acontecimento e o fato no jornalismo. Alsina (2009) lembra que vivemos em uma “sociedade da mídia” e esta poderia ser definida como uma sociedade que “faz acontecer”. Ocorreu uma multiplicação de acontecimentos ou fatos tanto na quantidade quanto no tipo. Tudesq (1973) afirma que essa multiplicação se manifesta em alguns aspectos. Um deles é de que a rapidez da informação acelera o processo morfológico do acontecimento e, segundo ele, isso faz com que a opinião da informação aja sobre o próprio acontecimento. A segunda é de que a rapidez da informação também tem um efeito espacial, pois abrange o nível mundial – mais ainda em tempos de webjornalismo. Com o surgimento da internet, é impeditivo dizer que a metáfora de aldeia global de McLuhan se faz ainda mais presente nesse tipo de debate. Há que se destacar também a complexidade e a diversificação de acontecimento e fatos o que torna indispensáveis padrões de escolha, valores e decisões nos processos de produção no jornalismo.

Dito isto, pode-se afirmar que verdade factual é a matéria-prima do jornalismo. A sequência de fatos ocorridos é que geram matéria, que fazem a materialidade dos acontecimentos. A verdade é percebida através do ordenamento lógico e técnico da notícia

(títulos, declarações, fotos, etc). Não importa se as declarações das fontes sejam falsas ou imprecisas. A verdade está em ser fiel ao fato e não à sua interpretação. A importância da notícia e do acontecimento confere valores e determina a quantidade e qualidade da cobertura e sua prioridade. Mesmo que na seleção das notícias a liberdade de ação seja menor, esse viés pode ser apreciado mais claramente na hierarquização e na tematização (ALSINA, 2002).

Se o conceito de noticiabilidade é o conjunto de elementos através dos quais um veículo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos entre os quais seleciona as notícias (WOLF, 1999), a questão imposta é como, na produção do jornalismo online, pode-se definir os valores-notícias prioritários para preencher os sites noticiosos em tempo real? É possível trazer à tona a pergunta de Wolf já colocada para o jornalismo convencional: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes e relevantes para serem transformados em notícias?

Para Gomis (1991), fatos jornalísticos são unidades independentes em que a realidade se fragmenta e através das quais ela pode ser captada. Assim, pode-se dizer que as notícias são fatos elaborados, redigidos e comunicados. Há também as tipificações ou classificação das notícias, ou as chamadas “receitas”, segundo Tuchman (1983). Uma notícia leve é um relato de interesse humano que não perde sua atualidade, mesmo que seja publicado depois. Pode ficar muitos dias na “gaveta” que não perderá sua importância. Uma notícia dura é uma informação cujo grau de obsolescência é alto, e se não for publicada imediatamente, perderá sua validade. Uma notícia de última hora, que seria notícia dura no grau de obsolescência, tem como característica a de ser imprevista. Uma notícia em desenvolvimento é uma notícia na qual vão se produzindo acontecimentos novos ou que gera ramificações que também se tornam notícia.

A seleção de notícias é um processo de decisão e de escolha realizado rapidamente e os critérios, na medida do possível, devem ser fácil e rapidamente aplicáveis de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão – embora essa definição seja bastante criticada por levar a um “jornalismo superficial”. Então, sim, refletir parece ser o verbo menos conjugado nas esferas do webjornalismo, mais especificamente no jornalismo de tempo real. Os chefes preferem que os repórteres se apliquem no verbo produzir e não do verbo refletir.

Schlesinger (in Traquina, 1999) defende que a estrutura de competição que define a notícia como uma mercadoria perecível exige uma estrutura de produção baseada no valor do imediatismo e nos horizontes temporais de um ciclo diário. Breed (in Traquina, 1999) afirma que os jornalistas definem o seu emprego como produtor de certa quantidade daquilo a que se chama notícia cada 24 horas. As notícias são um desafio constante e é função do jornalista ir ao encontro deste desafio. Acrescente-se a isso fatores como pressões para o fechamento, controle social da redação, edição do texto, revisão do texto, entre outros mecanismos produtivos do jornalismo. Muitos deles, obviamente, devidamente extirpados no jornalismo de tempo real.

Nas rotinas produtivas do jornalismo on line a roda do tempo encolheu. O ciclo diário se transformou em ciclo horário. Pesquisas contemporâneas sobre o jornalismo têm colocado ênfase no papel do newsmaking e Traquina (1993) enfatizam que as decisões tomadas pelos jornalistas no processo de produção da notícia só podem ser entendidas inserindo o jornalista no contexto da organização para o qual trabalha. No jornalismo de tempo real, que Traquina nem chegou a estudar, nos valores-notícias impera o valor do imediatismo sobre os demais critérios. Do ponto de vista temporal, a notícia é definida pela sua qualidade efêmera e transitória e é altamente deteriorável.

Considerações Finais

O universo digital apresenta características impactantes para o processo de produção dos conteúdos que transitam por meio de suas redes conectadas. As possibilidades oferecidas pela hipermídia permitem que as informações sejam produzidas e disponibilizadas em formatos variados como texto, fotos, animações, vídeos, gráficos, games, entre outros. Essa pluralidade é o que faz da internet um meio complexo, capaz de agregar e fazer convergir diferentes mídias em um único espaço, o ciberespaço.

Apesar de toda a necessidade de se utilizar as potencialidades oferecidas pela web, nota-se que, na produção de conteúdos, sejam eles com os mais diferentes objetivos, o fator velocidade – sem dúvida uma das principais virtudes do jornalismo on line – é o maior influenciador, no sentido negativo e/ou positivo, nos processos de produção, elaboração e veiculação.

A reflexão desenvolvida neste artigo buscou percorrer os caminhos referentes à influência dessa velocidade, inerente à vida da atual sociedade, na prática jornalística realizada no âmbito digital. O webjornalismo, ou jornalismo online, apresenta-se, em muitas oportunidades, refém da necessidade do furo “minuto a minuto”, impulsionado pela possibilidade de publicação de notícias em tempo real, o que coloca em cheque questões relacionadas às técnicas de apuração e elaboração do conteúdo jornalístico.

As facilidades de produção e publicação oferecidas pelos aparelhos digitais (qualquer pessoa, hoje, é capaz de produzir um vídeo, um texto ou uma foto e postar em qualquer rede social, gerando um grande impacto em sua rede de relacionamentos) impulsionaram a disponibilização do grande volume de conteúdo disponível na web. Esse volume, aparentemente infinito, criou a sensação de que quanto maior o acesso à informação, melhor informada a sociedade será, criando uma falsa relação de proximidade entre os conceitos de informação e conhecimento – sendo o segundo o resultado de estudos aprofundados a respeito de um tema e não o contato superficial com um assunto.

Essa corrida frenética pelo grande volume de informação, influenciada diretamente pelo imperativo da velocidade, aparece no webjornalismo de maneira determinante, fazendo com que os grandes portais publiquem mais e mais notícias sem que o ciclo natural da prática

profissional seja respeitado. A facilidade de correção, permitida pelos programas digitais, também corrobora para que o jornalista fique mais preocupado em publicar primeiro para só depois descobrir a veracidade do fato. Como destacado ao longo do texto, essa disputa pela publicação mais rápida e por publicar o maior volume de conteúdos, impacta em conceitos como o valor-notícia, que parece ter se deslocado do universo da credibilidade para o universo da velocidade. A notícia mais valorosa não é mais aquela com alto valor de credibilidade, mas sim aquela publicada primeiro, capaz de ser pulverizada rapidamente na rede, aumentando o número de visualizações nas páginas, fazendo com que a roda do negócio digital gire, obviamente, cada vez mais rápido.

Esse aspecto é bastante importante quando se analisa o fazer jornalístico no ambiente digital, pois a credibilidade é característica intrínseca do jornalismo. Ao se afastar dela, o profissional pode estar criando uma nova modalidade, que parece desconhecer as regras clássicas da profissão. Além disso, a pressa em contemplar a informação pode trazer prejuízos à própria credibilidade da informação e também na sua exatidão.

Muitos autores acreditam que a credibilidade e exatidão são as principais ancoragens do jornalismo. Sabe-se que hoje há uma produção e distribuição de notícias em rede pela internet. A ânsia pela informação de primeira hora, antes um atributo apenas ao jornalismo impresso – está trazendo uma série de questionamento sobre a eficácia da rapidez no webjornalismo. O próprio conceito de valores-notícia parece se contrapor, em determinados momentos, às premissas desse modelo de jornalismo, que prima pela rapidez na divulgação da informação.

De qualquer forma, é possível atualmente falar de credibilidade no contexto da ultravelocidade do jornalismo em tempo real. Mesmo que essa necessidade de velocidade e de informação instantânea leve os jornalistas a uma corrida quase invencível contra o tempo, o jornalismo de referência pode e deve ser aplicado aos novos modelos de velocidade. A informação jornalística só tem valor se for credível. Se não há credibilidade, não há jornalismo. Interligado o fator tempo com a credibilidade, qualidade na qual a imprensa sempre se apoiou na sua história, é possível afirmar que o webjornalismo poderá seguir os passos do jornalismo impresso e de referência, sem prejuízo à qualidade de informação. Lembremos que a credibilidade de um veículo remete aos conceitos de verdade e realidade, sobre os quais se construiu o imaginário da imprensa e, à questão de ética, sua pedra de toque. (BRANDÃO, 1991).

Referências

ALSINA, Miguel Rodrigo. (2009) **A construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes.

ÁVILA, Éverton Gonçalves de. (1999) **Velocidade, tempo e informação na construção da subjetividade contemporânea**. Tese (Doutorado), Programa de Pós-graduação em Educação. Porto Alegre: UFRGS.

- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. (dezembro de 1999) **Da ciência ao mercado, a informação em tempo real**. Tese de doutorado. UnB.
- BREED, W. (1999) Controle social na redação. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega.
- BRESSANE, Tais. (2010) Navegação e construção de sentidos. In FERRARI, Pollyana. **Hipertexto Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto. p.149-163.
- CANAN, Adriane. (2010) A não-linearidade do jornalismo digital. In FERRARI, Pollyana. **Hipertexto Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto. p.141-148
- CORNU Daniel. (1997) **Ética da Informação**. Bauru: Edusc.
- FERRARI, Pollyana. (2003) **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto.
- GOMIS, Lorenzo (1991). **Teoria del periodismo**. Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós.
- GOSCIOLA, Vicente. (2003) **Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa**. São Paulo: Ed.Senac São Paulo.
- LEMOS, André. Cibercultura. (2003) Alguns pontos para compreender nossa época. In LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre. p. 11-23
- MORETZSOHN, Silvia. (2002) **Jornalismo em tempo real – o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan.
- SCHLESINGER, Philip. (1993) Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In: Traquina, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega.
- TORRES, Cleyton Carlos Torres. (2010) **O novo perfil do consumidor de notícias**. Observatório da Imprensa, 27/04/2010. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=587ENO003>>. Acesso em 02/08/2010.
- TRAQUINA, Nelson (org.). (1993) **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias**. Lisboa: Vega.
- TUCHMAN, G. (1983) **La producción de la noticia**. Barcelona: Gili.
- TUDESQ, A.J. (1973) **La presse et l' évènement**. Paris: Mouton.
- WOLF, Mauro. (2001) **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença.

Impactos do jornalismo digital horizontal na técnica de agendamento e na construção de espaços de poder

Janaina Goulart

Universidade Católica de Brasília
janainagoulart@gmail.com

Alexandre Kieling

Universidade Católica de Brasília
askieling@gmail.com

Resumo

O presente artigo se propõe a uma análise das reconfigurações dos processos jornalísticos a partir da horizontalização dos meios de comunicação nas dinâmicas de convergência entre a mídia de massa e as mídias sociais. Coloca-se a questão, desse ambiente semiótico-discursivo, a partir dos efeitos de sentido presentes na possível tentativa de agendamento por parte do jornal Folha de S. Paulo em relação à expectativa de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil.

Palavras-chave: jornalismo, horizontalização, analógico, digital.

Abstract

This article proposes an analysis of the reconfigurations of journalistic processes from the flattening of the media in the convergence dynamics between the mass media and social media. It raises the question, in this semiotic-discursive environment, from the effects of meaning present in the possible attempt of scheduling by the Folha de S. Paulo newspaper in relation to the expected growth of Gross Domestic Product (GDP) of Brazil.

Keywords: journalism, flattening, analog, digital

Introdução

A perspectiva da centralidade dos meios de comunicação, objeto da teoria do meio, na sociedade contemporânea, objeto da teoria dos sistemas de função, é um conhecido debate do século XX que retoma sua força instigadora com a emergência dos meios digitais. Luhmann (2005) aponta que o que sabemos sobre o mundo no qual vivemos, sabemos pelos meios de comunicação; e que pelo fato de este sistema comunicar algo distinto de si mesmo, sua atuação é percebida como uma sequência de operações observadoras. O elevado nível de mediação incrementado pela horizontalização dos processos de comunicação midiática, que faz parte de nossa existência hoje, é promovido, sobretudo, pelo campo do jornalismo.

Em tese, o ambiente de convergência entre os meios de comunicação analógicos e digitais tenderia a neutralizar a força da centralidade e o poder de agendamento do sistema midiático. A liberdade de manifestação e publicações nas redes computacionais operaria um contra-discurso que ofereceria resistência e provocaria constrangimento ao desenfreado agendamento midiático.

O que se pretende nesta comunicação é averiguar os impactos dos processos de produção, circulação e reconhecimento nas práticas de agendamento e construção de espaço de poder a partir de um evento econômico e seu tratamento num dos principais jornais do país que trabalha com convergência de mídias. Almeja-se analisar a gênese de uma possível tentativa de agendamento por parte do jornal Folha de S. Paulo em relação à perspectiva de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil no ano de 2012, sob três perspectivas: teoria dos sistemas, esfera pública e agendamento.

Espera-se explorar as nuances de uma relação tênue entre comunicação, mídia e poder no Brasil, e como estas se contrapõem e/ou influenciam o poder político tomando com referência a análise de uma matéria de capa e sua respectiva produção.

Diante da crise econômica internacional, que ainda recai sobre os países europeus, e que começa a dar sinais de alívio nos Estados Unidos, entre 2012 e 2013 o Brasil passou por período de estagnação da economia, com intervenções do Estado no setor produtivo e diminuição gradual da taxa básica de juros (Selic) à época, culminando naquele momento em protestos do setor bancário, um dos principais motores do mercado financeiro.

A mídia, sabidamente, acompanha cada desdobramento da tensão produzida pelos eventuais desgastes do campo econômico e sua relação com o campo político. Como também noticia a flutuabilidade do crédito de cada um desses sistemas junto à opinião pública. Ora veicula-se a mensagem de que o modelo capitalista entrou em colapso porque não se sustentava; ora o Estado surge como o elemento de equilíbrio para apoiar a recuperação econômica; ora o Estado intervém demais.

As nuances desta relação interdependente entre o campo econômico e o político são mediadas, tanto entre os campos; quanto entre os campos e a esfera pública¹⁵. É sobre o exercício desta mediação que se pretende explorar o papel da mídia nas relações de poder. Observa-se que o elevado nível de mediação que faz parte de nossa existência é promovido sobretudo pelo campo do jornalismo, que é pressionado pelo campo econômico (BOURDIEU, 1997) e que pelo fato de o campo do jornalismo ser sujeito às pressões comerciais, acaba ele próprio exercendo uma pressão sobre os demais campos e estruturas de poder.

15 Pensamos esfera pública a partir da ampliação do conceito proposta por Habermas. Nas suas retomadas do tema o autor vai alertar que os canais de comunicação promovem intersecções, vínculos entre o público e o privado animando redes de interação por meio das quais "estruturas espaciais de interação simples são ampliadas e abstraídas" (p.98). E quanto mais há um afastamento da presença física e a atuação em espaços virtuais mediados pela mídia observa-se uma generalização da esfera pública.(p.93) HABERMAS, Jürgen.. **Direito e democracia:** entre facticidade e validade. Vol II. 2ª ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003b.

Sabe-se que um dos principais mecanismos dos meios de comunicação, nesse contexto, está baseado na sua capacidade de incluir ou excluir temas na esfera pública. E ao incluir um tema, na sua capacidade de destacar ou suprimir determinados elementos – o que pode modificar inclusive seu sentido. Este agendamento, ou *agenda-setting* da pauta costuma funcionar porque

as pessoas tem tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW, 1979 in WOLF, 2009, p. 144).

Quando a imprensa é submetida ao campo econômico; desde o modelo de negócio em si como empresa de comunicação, que depende de anunciantes; até às pressões de entidades exteriores à administração do meio de comunicação, o seu produto, notícia, e o seu atributo, credibilidade, correm sérios riscos, assim como a sociedade. Soma-se a essa realidade a crescente complexificação dos processos comunicacionais, com o ainda recente fenômeno da midiatização da comunicação (SODRÉ, 2006) em nossa sociedade.

[...] uma ordem de mediações socialmente realizadas – um tipo particular de interação, portanto, a que poderíamos chamar de tecnomediações – caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium. Trata-se de dispositivo cultural historicamente emergente no momento em que o processo da comunicação é técnica e mercadologicamente redefinido pela informação, isto é, por um produto a serviço da lei estrutural do valor, também conhecida como capital. (SODRÉ, 2006, p. 20)

Entende-se, assim, que todos os sistemas compartilham um ambiente midiatizado, cujos impactos dos processos de produção, circulação e reconhecimento nas práticas de agendamento e construção de espaço de poder seriam observáveis. Sobretudo, pensando à luz da semiose social, perspectiva indicada por Verón (1993) baseada na premissa de que não existe um sistema discursivo por si, e sim, o discurso em todos os sistemas, evidenciando assim que é impossível descrever o processo de produção do discurso sem considerar suas condições de produção.

O estudo diante da referida tentativa de agendamento leva em consideração o contexto em que o veículo construiu sua intencionalidade discursiva. Neste marco, Verón (1993) destaca a operação de três instâncias primárias: a instância e condições de produção, de circulação e de reconhecimento, ou recepção, sendo que:

O conceito de circulação designa precisamente o processo através do qual o sistema entre condições de produção e condições de percepção é, por sua vez, produzido socialmente. 'Circulação' é pois o nome do conjunto de mecanismos que formam parte do sistema produtivo, que definem as relações entre 'gramática' de produção e 'gramática' de reconhecimento, para um discurso ou um tipo de discurso dado. [...] A análise discursiva de um determinado conjunto de texto deveria permitir, por um lado,

a descrição de um campo de efeitos de sentido, campo determinado pelas operações discursivas que operam no material textual (as que definem o processo de produção). (VERÓN, 1993, p. 20)

Diante desse ambiente semiótico-discursivo possibilitado pela midiatização vamos analisar os efeitos de sentido presentes na possível tentativa de agendamento por parte do jornal Folha de S. Paulo em relação à expectativa de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil no ano de 2012.

Observando o observar

Luhmann (2005) alerta sobre a necessidade de se observar o trabalho da imprensa, que é, em sua essência, observar. Historicamente, de acordo com Habermas (2003a), a burguesia ocupou o espaço entre o poder público do estado e poder privado do mercado, passando a organizar-se na forma de sociedade civil e buscando participar ativamente de decisões políticas que interferissem de alguma maneira em seus respectivos sistemas de produção.

Este movimento traz consigo o surgimento de uma esfera social interessada no aspecto público e político do estado e da sociedade representada também por interesses diversos como artistas, acadêmicos, e religiosos, entre outros, porém, influenciada, e em grande medida, liderada pela burguesia, que estendia seus interesses aos demais segmentos da sociedade.

Neste contexto, a imprensa surge como um terceiro elemento, capaz de estabelecer uma interseção entre setor público e privado, institucionalizando teoricamente um canal permanente de debate. "A refuncionalização do princípio da esfera pública baseia-se numa reestruturação da esfera pública enquanto uma esfera que pode ser apreendida na evolução de sua instituição por excelência: a imprensa" (HABERMAS, 2003a, p. 212).

Entretanto, a própria gênese da imprensa estava direcionada a atender interesses comerciais, servindo como veículo de informações mercadológicas. Ainda que o jornalismo literário e de opinião tenham sido fortalecidos em seguida, prevaleceu o modelo mercadológico dos veículos de comunicação tal como se pode observar hoje.

O jornal Folha de S. Paulo faz parte deste contexto. Quando o veículo assumiu publicamente seu posicionamento mercadológico, como aponta Novelli (2001), este estava cercado de contradições. Naturalmente o jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno junto à prática comercial e publicitária impossibilitaria oferecer ao leitor um conteúdo imparcial.

Trazendo para os dias atuais, aquela burguesia seria representada pelo setor produtivo privado, que domina quase a totalidade do sistema econômico, e do qual o próprio jornal Folha de S. Paulo faz parte, na condição de empresa de comunicação. Portanto, para atingir a esfera pública, estes sistemas se utilizam de suas características entre si, ora de uma maneira, ora de outra.

Na tentativa de ilustrar a correlação entre poder econômico, poder político e poder midiático, esta análise se debruça sobre dois exemplos que tratam o mesmo tema da editoria

de Economia. O primeiro é da Folha de S. Paulo no qual se registra uma abordagem que demarca um posicionamento editorial que, como se sabe, balizou o tom das coberturas subsequentes nas ações do governo federal, especialmente do campo econômico. O segundo é do Estado de São Paulo que sempre se posicionou criticamente no tratamento das atividades do governo. Embora a amostra aqui proposta seja pontual e não se reúna um largo contingente de textos disponíveis, observe-se que o que nos ocupa é um exercício da proposta de articulação analítica entre teoria dos sistemas, esfera pública e agendamento, já referido.

Um dos exemplos é a matéria veiculada no jornal Folha de S. Paulo no dia 26 de dezembro de 2012, intitulada "Renda per capita do país cai com 'pibinho'". O PIB é a soma total da riqueza produzida no país. O PIB *per capita* representa a distribuição desta riqueza entre a população.

O material jornalístico discorre sobre as perspectivas do resultado do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil em 2012, apresentando um estudo encomendado pelo próprio veículo a uma consultoria de economia internacional para analisar o quanto o PIB *per capita* havia diminuído nos últimos anos, em dólares, a partir das prévias de resultado do PIB dos primeiros três trimestres do ano. Trechos da matéria demonstram alguns dos critérios do veículo¹⁶:

A renda dos brasileiros medida em dólares deverá sofrer o maior recuo em uma década em 2012 provocada pela expansão fraca do PIB (Produto Interno Bruto) e pela desvalorização do real. [...]

Como essa expansão da economia teve ritmo próximo ao do crescimento da população, a renda per capita ficará estagnada em reais. Mas recuará em dólares, já que a moeda brasileira se desvalorizou nesse período.

Segundo cálculos feitos pela consultoria EIU (*Economist Intelligence Unit*) a pedido da Folha, o PIB per capita em dólares deverá sofrer uma contração de cerca de 9% este ano, para US\$ 11.670.

Será a queda mais forte desde 2002, quando houve recuo de 9,6%. Em 2009, o PIB per capita em dólares também caiu (2,9%) com uma recessão que, no entanto, foi parcialmente compensada por uma valorização do real. (FRAGA, 2012, p. 11)

A produção do referido conteúdo acontece em um ambiente midiaticizado, do qual todos os sistemas envolvidos – político, econômico e midiático – comungam. Na versão digital da matéria se observa um número relativamente baixo de engajamento direto do público nas mídias sociais (ver Figura 1), com 1.300 recomendações pelo Facebook e 200 publicações na mídia Twitter. Também o número de comentários foi baixo para os padrões da Folha de S. Paulo, com 268 registros.

16 Matéria completa disponível no ANEXO A.

Figura 1 – Matéria no ambiente digital

Renda per capita dos brasileiros cai com 'pibinho' de 2012

ÉRICA FRAGA
DE SÃO PAULO

26/12/2012 @ 04h30



comentários

[Ver todos os comentários \(268\)](#)

[Comentar esta reportagem](#)

Fonte: Folha de S. Paulo

Ainda que não estejamos avaliando a amplitude da repercussão no universo digital consequente deste engajamento direto, é possível evidenciar que estes números destoam da capacidade instalada que o veículo possui em seu total de seguidores, que hoje é de 1,16 milhão de seguidores no Twitter e mais de três milhões no Facebook.

Dado o número baixo de engajamento direto, por uma série de fatores, entre eles o tema em si, que de fato não se mostra como de grande interesse da sociedade em geral, e o período, que historicamente demonstra diminuição do ritmo de atividades das mídias sociais, o que se percebe é que houve interesse de outros veículos de comunicação que possuem estatura similar à da Folha de S. Paulo. O fato é que, aparentemente, o propósito discursivo do jornal não obteve o reconhecimento e a circulação desejada no ambiente das redes sociais. O agendamento só encontrou repercussão entre os meios de massa.

Análise

Para fundamentar e validar a pauta que desejava publicar, o veículo (FOLHA DE SÃO PAULO) recorreu a outro sistema, o econômico, por meio da consultoria econômica internacional. Neste sentido, é importante justamente analisar as escolhas, critérios e recortes para a produção desta notícia a fim de identificar se há de fato elementos que corroboram a preponderância do campo econômico sobre o campo jornalístico e seu respectivo efeito sobre os demais campos.

A começar pela escolha do tema para uma matéria de capa, por que o “*PIB per capita*”; em um segundo momento, o recorte de tempo, que polarizou dois governos de partidos distintos, desde 2002; um terceiro elemento, o critério do enquadramento e a ênfase da renda em dólares; e por último, a data de publicação da matéria em um período de baixa repercussão midiática de uma maneira geral.

A opção pelo *PIB per capita*, e não apenas PIB, faz com que o tema seja melhor entendido pela maior parte da população, visto que demonstrar o que isto significa individualmente pode ser mais efetivo. A escolha por uma consultoria internacional para

analisar os números do Brasil parece justificar de alguma forma a escolha por demonstrar os valores da *renda per capita* em dólares.

No título da capa do jornal, *Renda per capita do país tem queda após 'pibinho'*, isto não está claro, portanto a chamada principal não condiz com o conteúdo da matéria e há uma grande diferença entre as duas moedas, considerando que em 2012 houve valorização do dólar e desvalorização do Real. Isto significa que o “abismo” colocado na matéria é potencializado por usar uma cifra que não é a moeda local.

Figura 2 – Capa do jornal Folha de S. Paulo em 26 de dezembro de 2012



Fonte: Folha de S. Paulo

O Brasil adota há alguns anos o câmbio flutuante, de maneira que, qualquer recorte que se tente fazer sobre o país utilizando o dólar, pode ser totalmente desacreditado no dia seguinte a depender da taxa do dia – que é construída com base em uma série de fatores que oscilam. E a análise básica é: se o país cresce a uma taxa maior que 1% ao ano e o PIB do corrente ano é de 1%, obviamente a renda per capita fica estagnada. Dessa forma o título e a chamada de capa – o que a maior parte das pessoas lê – só pode direcionar para uma única leitura.

Há uma aparente seleção de recortes para tornar a informação mais impactante do que realmente é, que poderia ser estendida à própria encomenda do estudo. Depois desta notícia, o veículo continuou extraíndo manchetes menores a partir do mesmo estudo por três dias consecutivos.

No dia 26 de dezembro de 2012, quando a matéria foi publicada, e nos dias subsequentes, o acompanhamento sobre o tema não evidenciou alcance da matéria na esfera pública. McCombs (2004) empregou pela primeira vez o conceito de agendamento intermídia,

em que as organizações noticiosas de maior *status* definem as agendas de outras organizações noticiosas. Não parece ter acontecido este movimento em relação à matéria analisada.

Dentre os conteúdos mais consistentes, destaca-se um comentário da jornalista e colunista Miriam Leitão, no jornal matinal da rádio CBN e uma matéria publicada no dia seguinte no jornal O Estado de S. Paulo. O jornal O Globo não registrou menção ao tema, assim como o jornal Valor Econômico, que pertence ao grupo Folha.

Na televisão também não houve acompanhamento do tema, dentre os principais telejornais do horário nobre do país: Jornal Nacional, Jornal da Globo, Jornal da Record e Jornal da Band.

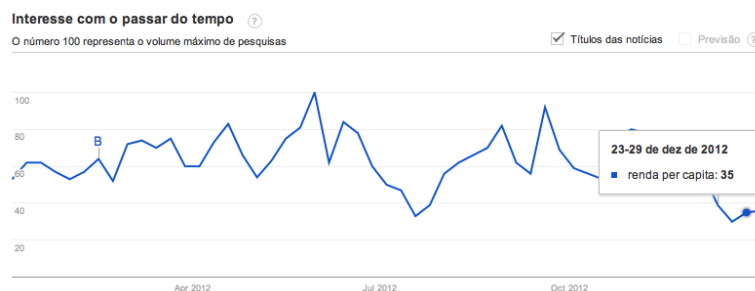
Recorrendo à Internet, as buscas pelo tema não demonstram aumento significativo. Os termos pesquisados foram “PIB *per capita*” e “Renda *per capita*”, conforme gráficos a seguir:

Figura 3 – Pesquisa pelo termo PIB per capita



Fonte: Google Trends

Figura 4 – Pesquisa pelo termo “Renda per capita”



Fonte: Google Trends

O comentário da jornalista e colunista Miriam Leitão foi cético em relação às previsões de longo prazo, assim como detalhou as escolhas da pesquisa e consequentemente da notícia. Obviamente a colunista representa um veículo concorrente e esta informação é relevante.

O jornal O Estado de S. Paulo publicou uma matéria em seu portal digital sobre o tema, mas com enfoque contrário e fontes distintas da Folha de S. Paulo, o que não deixa de ser uma forma de agendamento também. A matéria, intitulada *Estudo: PIB per capita cresce mais de*

50% em 4 áreas, trouxe outro olhar para o mesmo tema econômico, usando de estratégias similares de produção jornalística¹⁷:

[...] Um dos pontos mais relevantes é o que comprova a descentralização da economia brasileira nos últimos anos. "O Produto Interno Bruto (PIB) per capita cresceu pelo menos 33% em todas as 13 regiões metropolitanas, mas em quatro (Grande Vitória, Recife, Curitiba e Baixada Santista) a expansão superou os 50%", afirmou o pesquisador sênior da Brookings, Jill Wilson, lembrando que os dados comparam a situação do Brasil em 1990 e 2012.□[...]

Na avaliação de Wilson, o Brasil já pode ser considerado uma potência econômica global. "Ao longo das últimas três décadas, uma série de líderes políticos adotou medidas para estabilizar o País e fundar as bases para uma economia nova e dinâmica."□□Apesar da melhora, o pesquisador nota que o País precisa avançar mais, sobretudo em termos de PIB per capita. "A maioria das regiões metropolitanas brasileiras tem uma renda per capita inferior à das regiões metropolitanas de países desenvolvidos, com exceção de Brasília", disse. [...] (MODÉ, 2012)

Dados os interesses dos concorrentes e seus respectivos posicionamentos, parece haver ocorrido uma batalha discursiva, em que o sistema midiático, sob uma autorreferência, desencadeia irritações mútuas entre os dois principais jornais impressos do país, assim como a estação de rádio mais ouvida no país entre os formadores de opinião.

Aqui, o processo de reconhecimento e circulação demonstrado pelos veículos parece estar mais ligado à suas próprias capacidades de analisarem dados e darem sua leitura de mundo, do que necessariamente um serviço público. Continuam prevalecendo os interesses mercadológicos, seja por audiência, seja por posicionamento no ambiente midiático.

Percebemos a existência de um possível interagendamento¹⁸ entre veículos, porém não parece haver ocorrido agendamento do tema junto ao público, entendendo como a intencionalidade discursiva do jornal Folha de S. Paulo, ao encomendar um estudo para compor uma matéria de capa. O agendamento entre veículos parece estar mais ligado ao fato de que os concorrentes não poderiam deixar que a Folha de S. Paulo controlasse esta seara de discussão do que necessariamente um intuito informativo ou qualitativo.

Conclusão

Com base na notícia analisada, a relação que se pode observar entre os campos econômico, político e midiático, é que, em um primeiro momento, há uma atuação do campo da imprensa, utilizando-se do sistema econômico para atingir de alguma forma o sistema político. Porém, voltando à gênese da imprensa, a conclusão é de que o campo econômico usa do seu mecanismo imprensa para atingir o campo político, seja com a finalidade de lograr mais investimentos, ou qualquer outra.

17 Matéria completa disponível no ANEXO B.

18 Ocorre interagendamento quando determinado meio de comunicação é capaz de agendar um tema junto a outro meio de comunicação, influenciando os temas que o segundo incluirá em sua pauta.

O sistema dos meios de comunicação não só está a serviço do sistema econômico, como faz parte do mesmo, de acordo com Luhmann (2005), camuflando-se à medida que é visto pela sociedade como o “filtro” dos outros sistemas para informar – o que justifica a sua existência.

A leitura de uma notícia requer uma série de conhecimentos e embasamentos que a educação brasileira não pode oferecer à população. Poucas pessoas tem o acesso à informação tal como ela é, e são reféns diariamente de uma série de construções e produções, com objetivos definidos e alvos a serem atingidos.

A capacidade de agendamento de determinados veículos de comunicação no Brasil é reconhecida. Entretanto, esta realidade, por vezes, não é percebida pela maior parte da população, que muitas vezes toma o tema em discussões e sequer percebe de onde surgiu determinada afirmação, mas fatalmente já está interiorizada. No caso do “pibinho” parece ter se evidenciado um antídoto, um contra-agendamento, ou simplesmente um exagero na dose por parte da equipe editorial do jornal.

O poder exercido pela imprensa brasileira é ao mesmo tempo avassalador e sutil. Como alerta Bourdieu (2006), o uso dos sistemas simbólicos como instrumentos de dominação – as produções simbólicas – servem ao interesse da classe dominante, apresentados como interesses coletivos.

É uma espécie de violência intelectual a qual estamos todos submetidos diariamente, incapazes ou quase incapacitados de identificar como este poder recai em nosso cotidiano, nossas relações de trabalho, de consumo e até familiares. Por esta razão é tão importante o trabalho dos observatórios de mídia entre outras iniciativas, sejam acadêmicas ou não.

Notadamente, o caso estudado não é suficiente para avaliar se o agendamento foi eficiente ou não, mas a partir da leitura dos outros veículos de comunicação e do acompanhamento do tema por outros atores que naturalmente se interessariam pelo tema, pode-se inferir que não houve êxito. O agendamento, de fato, não ocorreu, especialmente se consideramos os parâmetros que o universo digital permite acompanhar.

A série de mecanismos utilizados pode ter sido um fator complicador para que acontecesse tal agendamento. À primeira vista a notícia tem valor de manchete, mas durante a leitura é possível identificar certo excesso de elementos para sustentar o *lead* proposto, fortemente direcionados a demonstrar valor agregado do veículo na produção de dados, com uma intencionalidade discursiva bem definida.

Quando se observa a repercussão nas redes sociais verifica-se que os efeitos de sentido não resultaram em um processo de reconhecimento significativo que estimulasse sua replicação e circulação. Sequer animou um processo de semiose social mais significativo. Talvez uma possível pista de que o processo de horizontalização advinda da convergência entre meios analógicos e digitais tornou mais complexa a estratégia do agendamento. Talvez um

indicador de que a sofisticação nas condições de recepção requerem novas competências das condições de produção.

Naturalmente este artigo não pretende esgotar o tema, e sim apresentar mais questões Às velhas questões na busca da compreensão dessas nuances entre comunicação, mídia e poder no Brasil. Os veículos e seus respectivos interesses quando não declarados abertamente tendem a criar – ou imaginam criar – uma percepção de imparcialidade e objetividade, que definitivamente, não existe.

Referências

- Bourdieu, P. (2006). O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Bourdieu, P. (1997). Sobre a Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Fraga, E. (2012). Renda per capita do país cai com 'pibinho'. *Folha de S. Paulo*. São Paulo. Folha Mercado, Caderno B, p. 11.
- Habermas, J. (2003a). Mudança estrutural na esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Habermas, J. (2003b). Direito e democracia: entre facticidade e validade. Vol II. 2ª ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Leitão, Miriam. (2012). Brasil está estagnado do ponto de vista do PIB per capita. Acessado em 30 de dezembro de 2012, em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/miriam-leitao/2012/12/26/BRASIL-ESTA-ESTAGNADO-DO-PONTO-DE-VISTA-DO-PIB-PER-CAPTA.htm>>.
- Luhmann, N. (2005). A realidade dos meios de comunicação. São Paulo: Editora Paulus.
- McCombs, M. (2009). A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes.
- Modé, Leandro. (2012). Estudo: PIB per capita cresce mais de 50% em 4 áreas. Acessado em 28 de dezembro de 2012, em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia+geral,estudo-pib-per-capita-cresce-mais-de-50-em-4-areas,139128,0.htm>>.
- Novelli, A. (2002). O projeto Folha e a negação do quarto poder. In L. G. Motta (org.), *Imprensa e Poder* (pp. 181-197). Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Sodré, M. (2013). Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes.
- Verón, E. (1993). La semiosis social. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Wolf, M. (2009). Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença.

ANEXO A

Renda per capita do país cai com 'pibinho'

Crescimento fraco da economia e desvalorização do real provocam maior recuo na riqueza em dólares desde 2002

Previsões para o futuro também preveem queda relativa do Brasil, que deve passar de 38º para 39º no mundo até 2022

ÉRICA FRAGA
DE SÃO PAULO

A renda dos brasileiros medida em dólares deverá sofrer o maior recuo em uma década em 2012 provocada pela expansão fraca do PIB (Produto Interno Bruto) e pela desvalorização do real.

O cenário de longo prazo do PIB per capita também mostra uma piora relativa a outros países porque as expectativas de expansão da economia caíram.

Dados compilados pela consultoria Consensus Forecast mostram que as projeções médias para o crescimento do PIB brasileiro no longo prazo recuaram de 4,5% para 3,9%, entre abril de 2010 e outubro deste ano.

A maior parte dos países teve revisões para baixo. Houve reduções grandes para China, zona do euro e Japão.

Mas, de forma geral, as quedas nas revisões foram menos significativas que a brasileira. Há também casos, como México e Alemanha, para os quais o cenário econômico melhorou um pouco.

Como resultado dessas e de outras tendências, o Brasil deve recuar, entre 2012 e 2022, do 38º para o 39º lugar (entre 52 países) no ranking de renda per capita elaborado pela Consensus Forecast (que coleta projeções de bancos e consultorias estrangeiros e nacionais).

Além da crise externa, "no Brasil há uma questão mais séria que é a incerteza regulatória. Isso tem afetado as decisões de investimento", afirma o economista Marcelo Moura, do Insper.

QUEDA EM 2012

A contração dos investimentos é a principal causa do desempenho fraco da economia brasileira neste ano. Economistas estimam que o PIB crescerá entre 0,8% e 1,2% em 2012 como um todo.

Como essa expansão da economia teve ritmo próximo ao do crescimento da população, a renda per capita ficará estagnada em reais. Mas recuará em dólares, já que a moeda brasileira se desvalorizou nesse período.

Segundo cálculos feitos pela consultoria EIU (Economist Intelligence Unit) a pedido da **Folha**, o PIB per capita em dólares deverá sofrer uma contração de cerca de 9% este ano, para US\$ 11.670.

Será a queda mais forte desde 2002, quando houve recuo de 9,6%. Em 2009, o PIB per capita em dólares também caiu (2,9%) com uma recessão que, no entanto, foi parcialmente compensada por uma valorização do real.

A estimativa feita pela EIU para 2012 considera crescimento de 1% da economia e depreciação cambial média de cerca de 14% da moeda.

Segundo Robert Wood, analista da EIU, a queda do poder aquisitivo em dólares tem consequências de curto prazo relacionadas à capacidade de comprar bens importados, que ficam mais caros, e de viajar para o exterior.

No caso das empresas, o custo mais alto de importar máquinas e equipamentos é um dos fatores que causa queda dos investimentos.

Mas, segundo Wood e outros economistas, o movimento do PIB per capita em um ano pode não revelar uma fotografia adequada do avanço da riqueza média da população. "Um histórico longo fornece uma ideia melhor do progresso do país", diz Wood.

Moura, do Insper, ressalta que a renda per capita do Brasil cresceu a uma média baixa, de 2,4% ao ano, entre 1964 e 2012. Segundo cálculos do economista, essa taxa saltou para 3,4% entre 2006 e 2010 -período de expansão mais forte da economia.

"O problema é que esse ritmo mais forte não se manteve e há dúvidas de que o país possa retomá-lo de forma sustentável", diz Moura.

ANEXO B

Estudo: PIB per capita cresce mais de 50% em 4 áreas
27 de dezembro de 2012

←

LEANDRO MODÉ - Agência Estado

SÃO PAULO - O Brasil abriga 13 das 300 principais regiões metropolitanas do mundo, segundo um levantamento realizado pela Brookings Institution, uma entidade sem fins lucrativos com sede em Washington cuja missão é a realização de pesquisas independentes. O trabalho, elaborado em conjunto com o banco americano JP Morgan Chase, foi produzido para ajudar investidores a tomar suas decisões quando desejam abrir ou ampliar negócios no País. No fim de novembro, foi apresentado durante um evento em São Paulo. □ □

Um dos pontos mais relevantes é o que comprova a descentralização da economia brasileira nos últimos anos. "O Produto Interno Bruto (PIB) per capita cresceu pelo menos 33% em todas as 13 regiões metropolitanas, mas em quatro (Grande Vitória, Recife, Curitiba e Baixada Santista) a expansão superou os 50%", afirmou o pesquisador sênior da Brookings, Jill Wilson, lembrando que os dados comparam a situação do Brasil em 1990 e 2012. □ □ O especialista também observa que, apesar das mudanças dos últimos anos, a economia brasileira ainda é altamente concentrada no litoral. "Apenas duas regiões (Manaus e Brasília) não estão na costa", disse.

Na avaliação de Wilson, o Brasil já pode ser considerado uma potência econômica global. "Ao longo das últimas três décadas, uma série de líderes políticos adotou medidas para estabilizar o País e fundar as bases para uma economia nova e dinâmica." □ □ Apesar da melhora, o pesquisador nota que o País precisa avançar mais, sobretudo em termos de PIB per capita. "A maioria das regiões metropolitanas brasileiras tem uma renda per capita inferior à das regiões metropolitanas de países desenvolvidos, com exceção de Brasília", disse. □ O especialista observa que os dados comparativos devem ser analisados com cuidado. "O PIB per capita da região metropolitana de São Paulo, por exemplo, é próximo ao de Portugal e supera o da região metropolitana do Porto. No entanto, equivale a apenas três quartos do PIB per capita de Lisboa", afirmou. Entre outros vários destaques do levantamento, Wilson chama a atenção para dois. O primeiro deles é que a pesquisa confirma a perda de espaço da indústria de manufatura na economia nacional. "A participação desse segmento no PIB do País caiu de 20% em 1990 para 16% em 2012", afirmou. Nesse mesmo período, observou, aumentou a fatia de segmentos como agricultura, mineração, hotéis, serviços financeiros e serviços de informação.

Pré-sal e o futuro

Outro ponto interessante, de acordo com o pesquisador, diz respeito aos movimentos migratórios e imigratórios. Na Baixada Santista, por exemplo, a fatia da População Economicamente Ativa (PEA) que nasceu fora do Estado de São Paulo passou de 14% em 1990 para 25% em 2012. A região é uma das mais promissoras do ponto de vista econômico em razão das descobertas do pré-sal.

Na contramão, a região metropolitana de Belo Horizonte viu encolher, no mesmo período, a participação dos não nascidos em Minas Gerais na PEA: de 14% para 5,8%. Em termos de imigração, Wilson observa que a Grande Vitória registrou a maior taxa no censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): 5,7 em cada 1.000 habitantes deixaram a localidade. Ele lembra, ainda, que 30% desses imigrantes foram para Portugal, outros 30% para os Estados Unidos e 13% se mudaram para a Itália.

Métricas, ética e “cultura do clique” no jornalismo online brasileiro: o caso de resistência do nãofo.de¹⁹

Lívia de Souza Vieira

Universidade Federal de Santa Catarina
liviasvieira@uol.com.br

Rogério Christofolletti

Universidade Federal de Santa Catarina
rogerio.christofolletti@uol.com.br

Resumo

Este artigo se apoia na hipótese de que a prática do jornalismo online está sendo impactada por um conjunto de valores cujo foco está nos dados brutos de audiência e visibilidade, o que CW Anderson (2011) chamou de “cultura do clique”. A crescente atenção às métricas e às medições de consumo e visitação tem origem no pensamento moderno positivista, onde o que pode ser medido em quantidade alcança mais relevância no conjunto dos objetos observáveis. Para compor o estudo empírico, analisamos o website brasileiro www.naofo.de, serviço de compartilhamento de informações e de encurtamento de URLs com propósito de denúncia, permanência de publicação e comentário crítico. Após analisar comentários de usuários das redes sociais e com base em entrevista com o criador do website, entendemos que se trata de um episódio de resistência à “cultura do clique” na medida em que se contrapõe criativamente aos cacoetes observados no jornalismo online. Nossos resultados apontam para um público de pessoas que utilizam o serviço para negar audiência às URLs originais, seja porque os conteúdos desagradam ou ainda porque identificam práticas antiéticas por parte dos veículos jornalísticos que quase tudo fazem para ampliar seus números de visitação e consumo.

Palavras-chave: Ética, Jornalismo Online, Métricas, Audiência, Cultura do Clique.

Abstract

This article is based on the hypothesis that the practice of online journalism is being impacted by a set of values whose focus is on the raw data of audience and visibility, which CW Anderson (2011) called "culture of click". The growing attention to metrics and consumption measurements originates from the positivist modern thought, where what can be measured in quantity reaches more relevance. To compose the empirical study, we analyzed the Brazilian website www.naofo.de, information-sharing and shortening URLs with reporting purpose and

19 Uma versão preliminar deste artigo deve ser apresentada no VII Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0, em Bilbao (Espanha) em novembro de 2015.

critical commentary. After reviewing comments from users of social networks and based on an interview with the creator of the website, we understand that this is an creatively episode of resistance to "culture of click". Results point to an audience who use the service to deny clicks to the original URLs, either because they dislike the content or because they identify unethical practices from journalistic vehicles.

Keywords: Ethics, Online Journalism, Metrics, Audience, Culture of Click.

Origem moderna e positivista

O jornalismo é uma forma de conhecimento do real. Por meio de seus processos e produtos, esta atividade profissional busca compreender toda a complexidade dos fatos que nos cercam, transmitindo-os aos públicos de forma clara, contextualizada, correta e precisa. Justamente por estar inscrito na realidade cotidiana, o jornalismo – bem como outras áreas do conhecimento – não pode ser desassociado de seu tempo. Como estamos vivendo um período de simultaneidade e tensões entre modernidade e pós-modernidade, é natural que as dicotomias que ajudam a formar o jornalismo sejam colocadas em xeque.

Este artigo tem por objetivo identificar e analisar um episódio de resistência à “cultura do clique” no jornalismo online brasileiro, apontando para questões éticas e situando o atual momento num contexto histórico de predominância do aspecto racional e quantitativo.

Para entendermos a origem desse pensamento, recorremos a Greco (1994), que analisa os paradigmas fundados na certeza: o medieval e o científico. Segundo o autor, o primeiro é “um castelo de certezas alicerçado na fé em Deus e na Igreja” (p. 40), enquanto que “a ciência nasceu da conjugação do experimento empírico e da dedução racional, numa interação contínua que determinou um ritmo de descobertas e de desenvolvimento jamais vistos na trajetória humana” (p. 41). Ou seja, a partir do final do século XV, o estudo da natureza se dá de forma empírica, o que era impensável na Idade Média.

A visão de representação mecanicista do universo, conforme Greco (*idem*), simboliza a divisão do homem em corpo e alma, a tentativa de explicar toda realidade pela matemática, o individualismo, o determinismo, entre outras dicotomias (*ibidem*: p. 44). O autor lembra que, embora situados no tempo, os paradigmas fundamentados nas certezas religiosa e científica não estão superados nos dias atuais, o que permite sua identificação em nosso cotidiano.

Da mesma forma, Medina (2008) aborda o positivismo de Comte, para quem “o verdadeiro espírito positivo consiste, antes de tudo, em ver para prever, em estudar o que é, a fim de concluir disso o que será, segundo o dogma geral da invariabilidade das leis naturais” (p. 19). A autora também reforça a tendência, para o fundador do Positivismo, de substituir em tudo o relativo pelo absoluto, e afirma que o jornalismo não ficou imune a esses princípios doutrinários.

Quando se observa o fazer cotidiano do jornalista e a doutrina presente na formação universitária (que data também do fim do século XIX), verificam-se marcas epistemológicas herdadas do Discurso sobre o espírito positivo. Ou do espírito comtiano. Senão, vejamos: a noção de real e a relação objetiva com o real; (...) a busca obsessiva pela precisão dos dados como valor de mercado; a fuga das abstrações. A delimitação de fatos determinados. (MEDINA, 2008: p. 25)

Para Santos, o modelo de racionalidade constitui-se a partir da revolução científica do século XVI e se desenvolve sob o domínio das ciências naturais. No final do século XVIII e com mais força no seguinte, essa matriz de racionalidade se estendeu também às ciências sociais emergentes. "A nova racionalidade científica é também um modelo totalitário, na medida em que nega o caráter racional a todas as formas de conhecimento que não se pautarem pelos seus princípios epistemológicos e pelas suas regras metodológicas" (SANTOS, 1988: p. 3). O autor cita Durkheim, fundador da sociologia acadêmica, que estudava os fenômenos sociais como se fossem fenômenos naturais, para mensurá-los.

As causas do aumento da taxa de suicídio na Europa do virar do século não são procuradas nos motivos invocados pelos suicidas e deixados em cartas, como é costume, mas antes a partir da verificação de regularidades em função de condições tais como o sexo, o estado civil, a existência ou não de filhos, a religião dos suicidas. (*idem*: p. 6)

Acompanhando a argumentação de Santos, compreendemos que a ação humana é subjetiva e que, para entender os acontecimentos, o jornalismo não pode prescindir de problematizar esse contexto em seu discurso. Até porque esse paradigma dominante está em crise, como aponta o autor. No lugar da clássica dicotomia sujeitos/objeto, por exemplo, Santos propõe um *continuum*. "Chegamos a finais do século XX possuídos pelo desejo quase desesperado de complementarmos o conhecimento das coisas com o conhecimento do conhecimento das coisas, isto é, com o conhecimento de nós próprios" (*ibidem*: p. 9). Assim, o conhecimento do paradigma emergente é, em última instância, qualitativo.

Não se trata, contudo, de inverter o predomínio, passando o pensamento humanístico a ter maior peso que o racional. Santos chama atenção para o fato de que, no paradigma emergente, as dualidades têm de ser relativizadas e a própria concepção humanística das ciências sociais deve passar por transformação.

Sendo uma revolução científica que ocorre numa sociedade ela própria revolucionada pela ciência, o paradigma a emergir dela não pode ser apenas um paradigma científico (o paradigma de um conhecimento prudente), tem de ser também um paradigma social (o paradigma de uma vida decente). (...) A ciência do paradigma emergente é mais contemplativa do que ativa. A qualidade do conhecimento afere-se menos pelo que ele controla ou faz funcionar no mundo exterior do que pela satisfação pessoal que dá a quem a ele acede e o partilha. (SANTOS, 1988: pp. 11;17)

Neste contexto há uma revalorização na ciência pós-moderna do conhecimento do senso comum, que contrapõe o que o autor chama, em outro estudo, de pensamento abissal,

aquele que empreende um outro movimento e que reforça as dualidades. Segundo Santos, no pensamento pós-abissal, “a relação entre crenças e ideias deixa de ser uma relação entre duas entidades distintas para passar a ser uma relação entre duas formas de experienciar socialmente a ciência” (2007: p. 24).

No contexto do jornalismo, Márcia Benetti (2007) menciona a Teoria Construcionista, que emerge nos estudos do campo nos anos 1970, em contraponto ao paradigma positivista, para o qual o jornalismo seria capaz de refletir a realidade tal como ela é. No Construcionismo, toda representação é uma construção subjetiva da realidade. “De forma mais ampla, o jornalismo constrói sentidos sobre a realidade, em um processo de contínua e mútua interferência” (*idem*: p. 110).

Embora haja evidências de um paradigma emergente e esforços para disseminá-lo em todas as partes, a prática jornalística permanece enraizada na herança positivista. Seus sistemas de produção, suas formas-empresa, suas rotinas, cuidados e procedimentos ainda refletem as preocupações originadas em Comte. Não se pode negar que tenha sido um solo fértil para o alicerce dessa atividade que tanto vem contribuindo para o desenvolvimento das sociedades, para a equalização dos níveis de informação e conhecimento e para a busca de equilíbrio entre os centros de poder/saber. Entretanto, a assunção de que o projeto moderno não tenha se efetivado até então – o que para alguns representa seu fracasso (GIDDENS, 1991; BERMAN, 1996; BAUMAN, 1997) – e a dispersão da ideia de que a pós-modernidade deve ser entendida como crítica e oportunidade de ajustes, tudo isso sinaliza um ambiente de revisões. Não se trata propriamente de uma troca de guarda, mas da simultaneidade conflitiva de planos de constituição e pensamento, que necessariamente vai impactar em nossas formas de vida e organização social.

No que ainda se refere à presença do positivismo no jornalismo, destacamos uma marca cada vez mais visível nos dias atuais. O apego às métricas de audiência e de informação no jornalismo online acaba se traduzindo em indicativos de sucesso e credibilidade do veículo. Seguindo esse raciocínio, matérias mais visitadas são mais consumidas, e portanto, mais aceitas como credíveis pelos públicos. A aceitação depende de visibilidade e visibilidade contribui para maior aceitação, gerando um ciclo que pode se sustentar em critérios meramente tecnocráticos, dispensando os aspectos jornalísticos, que deveriam ser subjacentes.

É evidente que contabilizar o acesso e o consumo de produtos e serviços é uma tarefa oportuna para a gestão de negócios do jornalismo. É igualmente oportuno que as redações e os produtores de conteúdo tenham noções mais precisas da aceitação de seu trabalho. Bem como tais informações podem auxiliar gestores e jornalistas a corrigirem rotas tanto na condução e sustentabilidade das organizações quanto em coberturas noticiosas. Entretanto, o que se identifica atualmente superdimensiona o papel e o valor das métricas no jornalismo online brasileiro. Esses sistemas medidores não funcionam só como recursos que ajudam a

(re) orientar negócios e pautas, mas alimentam um fetiche pelos números, comportamento análogo ao já diagnosticado por Moretzsohn (2002) com relação à velocidade no jornalismo.

Conforme a autora, cada vez mais, os esforços são envidados para oferecer rapidamente os produtos e serviços, muitas vezes ignorando suas fragilidades técnicas, éticas e estéticas, apenas para a satisfação de um sistema constantemente incapaz de ser satisfeito. O que importa é chegar antes, mesmo que seja de forma precária. O caso das métricas tem parentesco, pois fortalece a lógica de que matéria boa é aquela que rende cliques, que incita a audiência a compartilhar, que gera comentários, que provoca circulação e recirculação de conteúdos.

O comportamento é produto do nosso tempo. Com tantos dados de consumo e audiência, de perfil de usuário e de seus hábitos e interações sendo coletados em tempo real por meio de softwares como o *Google Analytics* ou outros sistemas, o jornalismo tem à sua disposição informações quantitativas como nunca antes foi possível.

O problema, contudo, não é a existência de dados e métricas que pode ameaçar a prática de um jornalismo mais inclinado humanisticamente. É a cultura organizacional que frequentemente interpreta essas métricas.

O problema é mais a maneira acrítica com que nós temos alardeado e valorizado a importância dos números, as expectativas que temos deles e a forma de nossa adoção dos dados da audiência, sob a rubrica da democracia e do empoderamento que frequentemente disfarçam um imperativo econômico. Dados não são o problema – é a maneira pela qual falamos sobre dados. (ANDERSON, 2014: online)²⁰

Para tanto, basta enfatizar que os números nem sempre são precisos ou imunes à interpretação. Relatório feito em 2010 por Graves e Kelly mostra o que eles mesmos chamam de “confusão online” em meio a uma abundância de informação - a começar pelos resultados díspares de métricas feitas por empresas diferentes. “O que supostamente seria o meio mais mensurável da história é assaltado por um emaranhado assustador de padrões incompatíveis e resultados contraditórios” (GRAVES; KELLY, 2010: p. 3)²¹.

Um dos exemplos citados pelos autores é o do *The Daily Beast*, cuja audiência medida pela empresa *Nielsen NetRatings* era de 1 milhão em outubro de 2009, mas a medição feita pelo software da *comScore* foi outra: 2,2 milhões de visitantes. E de acordo com as métricas do próprio servidor do jornal, a audiência era de aproximadamente 4 milhões. “A indústria não concorda nem com uma definição conceitual básica como a de ‘visitante único’” (*idem*: p. 14)²².

20 Tradução livre do original: “The problem is rather the way we have come to uncritically vaunt and value the importance of numbers, the expectations that we have of them, and the way our embrace of audience data under the rubric of democracy and empowerment often disguises a bluntly economic imperative. Data is not the problem — it’s the way we talk about data.” (Anderson, 2014: online)

21 Tradução livre do original: “What is supposedly the most measurable medium in history is beset by a frightening tangle of incompatible standards and contradictory results”. (Graves e Kelly, 2010: 3)

22 Tradução livre do original: “The industry cannot agree even on basic conceptual definitions, such as what constitutes a ‘unique visitor’”. (*Idem*: 14)

O exemplo a seguir ajuda a ilustrar este cenário em que ainda há poucas respostas. Há cinco anos, o Google promove uma entrevista entre blogueiros que têm canais de sucesso no *YouTube* e o presidente dos EUA, Barack Obama, feita via *hangout*. Em 2014, a empresa resolveu inovar para que os blogueiros se encontrassem presencialmente com o presidente e a transmissão ocorresse a partir da Casa Branca. Em um texto publicado no site americano *Medium*, um dos escolhidos, Hank Green, fez um longo relato desse fato e chamou a atenção para a reação negativa da grande imprensa à entrevista. Ele contou que o jornal *The Telegraph*, por exemplo, destacou no título de uma matéria: “Barack Obama foi perguntado sobre sua primeira esposa por uma mulher que tomou um banho de cereal”. A partir disso, Green estabelece uma relação entre legitimidade e audiência, e enumera razões pelas quais os jovens confiam mais neles (os blogueiros) do que nos grandes veículos jornalísticos.

A mídia tradicional não está zombando de nós porque não somos fontes legítimas de informação; eles estão zombando de nós porque estão aterrorizados. [...] Penso que, subconscientemente, eles entendem o verdadeiro fato aterrorizante aqui. Glozell, Bethany e eu não fomos colocados numa cadeira próxima ao presidente Obama porque nós cultivamos uma audiência. Nós fomos colocados lá porque temos cultivado legitimidade. (GREEN, 2014, online)²³

Estamos tratando, portanto, de um cenário de muitas instabilidades para o jornalismo. De um lado, temos uma grande mídia preocupada com a audiência (ou sua falta) a ponto de monitorar em tempo real uma infinidade de dados, tomando atitudes que, muitas vezes, depõem contra sua credibilidade historicamente construída. De outro, vemos surgir anônimos, sem nenhuma credibilidade anterior, extremamente preocupados em manter a grande audiência que têm (e que tiram dos grandes veículos) com base em valores canônicos como honestidade e confiança. Para Green, seus vídeos só têm um grande número de visualizações porque ele constrói uma relação de autenticidade e legitimidade com seu público, valores que o jornalismo perseguiu durante décadas.

A sedução da visibilidade, a ostensividade dos números, o chamariz das métricas, conjugadas, acabam criando e alimentando um ambiente de preocupação e euforia nas redações. Tais tensões impactam na cultura e na prática do jornalismo online, contribuindo para a adoção de medidas desesperadas de atração da atenção do público, não devidamente ancoradas em valores jornalísticos ou sequer em estratégias comerciais. As pressões por resultados imediatos, as incertezas sobre como reagem os públicos nesse ecossistema tão complexo, e o abandono de parâmetros efetivamente informativos criam essa “cultura de cliques”, um espírito de manada que contagia todos os postos da cadeia produtiva jornalística.

23 Tradução livre do original: “Legacy media isn’t mocking us because we aren’t a legitimate source of information; they’re mocking us because they’re terrified. [...] I think sub-consciously they understand the really terrifying thing here. Glozell and Bethany and I weren’t put in a chair next to President Obama because we have cultivated an audience. We were put there because we have cultivated legitimacy”. (Green, 2014: online)

Sinais de resistência

A busca pela audiência a qualquer custo tem sido questionada por pesquisadores como Tandoc Jr., enfático ao tratar da questão ética:

Para atrair uma audiência não mais fiel a um legado de notícias, o jornalismo dança de uma maneira provocativa - publica histórias sobre celebridades excêntricas, sobe vídeos de gatos adoráveis, destaca títulos devassos - esperando atrair atenção para aumentar o tráfego. Para os críticos de mídia, isso é baixo, é quase estar de cócoras, para uma instituição que confia tanto em respeito e reputação. Para outros poucos, isso é o jornalismo tentando sobreviver. (TANDOC JR., 2014: p.572)²⁴

Mas o questionamento não vem somente da academia. Criado em abril de 2014, o website brasileiro www.naofo.de²⁵ é um exemplo de que parte dos usuários está não só percebendo esse cenário como resistindo a ele.

De forma simplificada, o website é um serviço de compartilhamento de informações e de encurtamento de URLs com propósito de permanência de publicação, denúncia e comentário crítico. Em vez de levar à página original do conteúdo, a URL encurtada direciona para uma cópia (em formato de imagem), de modo que não se aumentará o tráfego ou o *pagerank* da página em questão. Assim, a cópia fica disponível mesmo que a original seja tirada do ar, e as visualizações extras ao conteúdo não alimentam os resultados da página-raiz, desviando parte do tráfego.

De acordo com criador do www.naofo.de, o programador Pedro Moraes, 33 anos, a ideia surgiu num fim de semana, foi posta em prática em poucas horas e teve motivações políticas.

Um certo intelectual de boutique que, na falta de grandes méritos adotou o reacionarismo tacanho como nicho pra virar personagem público, emendou três colunas misóginas num grande jornal. O assunto do momento virou o chamado '*hate click*' - questionavam se era correto comentar aquelas colunas ou se era contraproducente, se ao fazê-lo não se estava dando holofotes a ele. Eu acho a hipótese ruim, porque quem está nos grandes veículos da mídia empresarial não precisa de mais legitimidade nem alcance, pois já os têm demais, e o que esses contrapontos críticos produzem é numericamente irrelevante - a imensa maioria das pessoas consome essas mídias de maneira bastante passiva, acrítica. Então, só para resolver esse argumento, para dizer: critiquem, denunciem sim, que é importante, é que eu criei o [naofo.de](http://www.naofo.de). (MORAES, 2015)²⁶

Dito de outra maneira: utilizando o www.naofo.de, quem compartilhasse as colunas misóginas em tom de crítica não estaria dando cliques para o veículo original. Como a métrica de audiência é um fator fundamental de sucesso na lógica em que esses veículos se equilibram, compartilhar uma cópia em imagem do conteúdo evitaria a contagem desses

24 Tradução livre do original: "In order to attract an audience no longer loyal to legacy news, journalism dances in a provocative manner - publishing stories about the wildest celebrities, uploading adorable cat videos, highlighting salacious headlines—hoping to attract attention, to increase traffic. For media critics, this is a low, almost squatting stance, for an institution that relies a lot on respect and reputation. For a few others, this is journalism trying to survive". (TANDOC JR., 2014: 572)

25 <<http://www.naofo.de>> (Consulta: 16/10/2015).

26 Entrevista concedida à autora, por e-mail, no dia 10 de julho de 2015.

acessos. A iniciativa permite crítica e não adesão, desvio de tráfego e manutenção do conteúdo caso seja eventualmente retirado da rede.

Um ano depois de sua criação, o website tem aproximadamente 150.000 URLs encurtadas, de acordo com Moraes. O programador não tem intenção de rentabilizar o website e nem monitora os possíveis resultados. “É um gesto político e está cumprindo seu papel” (*idem*).

Apesar de informar que nunca recebeu queixas de veículos jornalísticos, Moraes se deparou recentemente com um grande obstáculo. O www.nãofo.de foi denunciado por alguns usuários ao Centro de Tratamento de Incidentes de Segurança de Redes de Computadores da Administração Pública Federal (CTIR). As denúncias foram encaminhadas pelo órgão ao servidor de hospedagem de Moraes nos Estados Unidos. “Como eles têm termos de serviço bem estritos e estavam me obrigando a tratar no helpdesk cada uma dessas denúncias, se eu não o fizesse a tempo tirariam o serviço do ar” (*ibidem*). Ele acredita que as denúncias mostram falta de conhecimento sobre o serviço, já que as reclamações recaíram sobre o www.nãofo.de, em vez de serem direcionadas às páginas que o próprio website se presta a questionar.

Para não comprometer outros projetos profissionais, Moraes decidiu tirar o www.nafo.de da rede. Após anunciar o fechamento, houve uma mobilização e outros usuários passaram a hospedar clones do site (www.nfde.tk e www.nao.usem.xyz). “De toda forma, não há problema em continuar aludindo ao www.nãofo.de - o nome do projeto no github continua esse e o domínio seguirá funcionando, embora ele direcione, por sorteio, para um dos clones” (MORAES, 2015).

O caso do www.nafo.de reforça a compreensão de que o website exercita um modo de resistência à “cultura do clique” no jornalismo online, que está diretamente ligada à venda de publicidade e à captura de atenção e dados dos usuários. Quanto mais cliques, mais anunciantes potencialmente interessados. Não é possível saber de onde partiram as denúncias que precipitaram o fechamento do website, mas para além das motivações políticas, há enfrentamentos quando lógicas comerciais são subvertidas.

Lemos destaca que, ao instaurar uma cultura de troca e cooperação, que transcende aspectos econômicos, a cibercultura resgata o que há de mais rico e dinâmico em qualquer cultura.

O século que se inicia é marcado pelas novas tecnologias de comunicação e informação que estão conformando nossas sociedades contemporâneas sob os mais diversos aspectos: econômico, social, político, cultural, midiático. Por cibercultura podemos compreender a cultura contemporânea, marcada basicamente pelas redes telemáticas, pela sociabilidade on-line, pela navegação planetária e pela informação. A cultura contemporânea enfrenta, mais do que nunca, o desafio comunicacional (LEMOS, 2004: p.14).

Há também outro modo de resistência que motiva a utilização do www.nãofo.de. Como

é gerada uma imagem do conteúdo, trata-se de uma maneira de burlar o *paywall* dos veículos jornalísticos. Quando o leitor atinge determinado número de cliques nas páginas de grandes jornais como *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, por exemplo, seu acesso é bloqueado, estimulando a contratação de assinatura digital. No entanto, colando a URL desejada no www.nãofo.de, é possível chegar ao conteúdo. Novamente, estamos tratando de alternativas que desestabilizam economicamente os veículos jornalísticos online, colocando em risco algumas das vigas de sustentação de um modelo de negócios equilibrado em publicidade.

A seguir, exemplos de usuários que lançaram mão da estratégia do www.nãofo.de. Entre elas, o então ministro da Educação do governo Dilma Rousseff, Renato Janine Ribeiro.

Figura 1: post do então ministro da Educação, Renato Janine Ribeiro²⁷.



27 <<https://www.facebook.com/renato.janineribeiro/posts/1143701585644636>> (Consulta: 16/10/2015).

Figura 2: post do site Baixa Cultura²⁸.



Outra dinâmica de utilização do www.nãofo.de se dá em casos de páginas que são excluídas pelos veículos jornalísticos. No dia 20 de agosto de 2015, o colunista da revista *Época* João Luiz Vieira publicou artigo intitulado "Dilma e o Sexo", uma espécie de crônica sobre a vida sexual da presidente para tentar explicar as crises política e econômica que atravessam o Brasil. O texto repercutiu muito mal nas redes sociais, gerando queixas e comentários ofensivos, o que fez a revista a despublicá-lo.

Além de ser questionável eticamente, a exclusão não teve resultados práticos, pois um usuário já tinha utilizado do www.nãofo.de para fazer uma cópia em imagem da página²⁹. Desta forma, o artigo permaneceu acessível e continuou sendo amplamente divulgado para criticar a postura do colunista, anulando a estratégia de blindagem de *Época*.

Além do www.nãofo.de, há outros exemplos que ironizam e questionam a busca pelo clique. A página no Facebook "Tô sabendo já valeu cara"³⁰, com mais de 10 mil fãs, lida de forma bem humorada com os posts de veículos jornalísticos chamados "caça-cliques". Na imagem abaixo, é possível perceber que a página acaba com o "suspense" do post do *Yahoo*

28 < <https://www.facebook.com/Baixacultura/posts/969686799773190> > (Consulta: 16/10/2015).

29 < <http://nfde.tk/6quf> > (Consulta: 16/10/2015).

30 < <https://www.facebook.com/vocevaiseemocionar> > (Consulta: 16/10/2015).

Brasil ao escrever a resposta à pergunta na própria imagem, para que o leitor não precise clicar na notícia.



Figura 3: post da página 'Tô sabendo já valeu cara'

Também o perfil no Twitter "Saved you a click"³¹, com 203 mil seguidores, é conhecido por responder os posts com perguntas "caça-cliques", evitando assim o acesso à página. Foi ganhador da sétima edição do Shorty Awards for the Best of Social Media na categoria Weird. Na descrição do perfil, o autor diz: "Não clique nisso. Eu já o fiz. Sou apenas um cara tentando ajudar".



Figura 4: Tweet do 'Saved you a click'

O próprio Facebook se posicionou contra os posts caça-cliques e tomou medidas preventivas. Em 2014, após ouvir seus usuários em uma pesquisa, a empresa divulgou que:

31 <<https://twitter.com/SavedYouAClick>> (Consulta: 16/10/2015).

Agora o Facebook vai remediar o problema ao observar quanto tempo as pessoas passam lendo os artigos que clicam, assim como se o grande número de pessoas compartilhando um post batem com o alto número de cliques. Se um número significativo de usuários voltarem ao Facebook logo após clicar no link sem compartilhar com os amigos, esse artigo em particular começará a ser escondido. (EL-ARINI; TANG, 2014: online)³²

Há também uma preocupação qualitativa em detrimento da quantitativa no que se refere à publicidade na rede social. Em 27 de janeiro de 2015, o Facebook anunciou uma nova métrica para medir a conversão dos anúncios publicados em sua timeline. Embora não seja uma empresa jornalística, é inegável a influência que a maior rede social do mundo possui sobre os mais diversos negócios. Por isso, destacamos essa mudança encarando-a sob a perspectiva de uma tendência que poderá ser seguida daqui pra frente pelos veículos jornalísticos, contagiando parte expressiva do ecossistema.

De acordo com artigo do *Meio e Mensagem*, a nova métrica desvincula o desempenho dos anúncios em função dos cliques. Isso porque, de acordo com dados da consultoria *Datalogix* para o Facebook, 90% dos usuários que viram o anúncio em sua timeline e compraram aquele produto não chegaram a clicar na peça publicitária. “Por isso, seria necessária a utilização de uma nova métrica, que avaliasse o real impacto da visualização dos anúncios e conduzisse as decisões de marketing das empresas” (Meio e Mensagem, 2015: online). Estamos tratando, portanto, de investigações que superam a simples análise dos cliques.

Considerações Finais

Diante de um cenário conturbado para o jornalismo, com perdas financeiras, fechamentos de postos de trabalho, extinção de veículos e redações cada vez mais enxutas, a exatidão e detalhamento dos números da audiência parecem ser tranquilizantes. Mas, como este estudo pretendeu sinalizar, as métricas de audiência baseadas nos cliques e visualizações de página estão enraizadas no pensamento positivista moderno e hoje começam a ser questionadas. Sua eficácia e sua aceitação são postas em xeque por usuários, por comunidades e por players do mercado.

Por meio do caso do website brasileiro www.nãofo.de, especialmente, procuramos compreender como se dá essa resistência e percebemos que, além de motivações políticas contra posicionamentos de veículos jornalísticos, há também a possibilidade de subversão de lógicas econômicas, como o clique que seria revertido em publicidade e o *paywall*, que barraria o acesso quando atingido determinado número de cliques. Tal alternativa, no entanto, já encontra obstáculos, pois o site teve de ser retirado do ar e hoje conta com a ajuda voluntária de pessoas que hospedam espelhos dele.

32 <<http://newsroom.fb.com/news/2014/08/news-feed-fyi-click-baiting/>> (Consulta: 16/10/2015).

Quando pensamos na qualidade do produto jornalístico na internet e em formas mais éticas e transparentes de circulação, o esforço editorial que objetiva o conteúdo de valor se apresenta como a solução mais adequada. O americano Brian Abelson, jornalista, estatístico e hacker, como ele mesmo se define, dá algumas pistas e nos instiga a pensar na forma como as notícias são divulgadas nos meios online. “Eu espero ver uma clara relação nos dados entre a energia de promoção (da notícia) e as visualizações de página” (ABELSON, 2013: online). Em suas análises estatísticas no jornal *Times*, Abelson descobriu que as notícias que ficam mais tempo na homepage e as que são mais twitadas nas contas do *Times* sempre estão no topo do gráfico, com mais visualizações de página.

O mais interessante da pesquisa de Abelson é que ele mostra ser possível prever as visualizações de página que uma notícia terá, por meio de estratégias para promoção e divulgação no site e nas redes sociais do veículo. Ou seja, ao invés de analisar o que aconteceu – métricas do que a audiência já acessou – o desafio é proativo, de esforço editorial, de estratégia, planejamento e antecipação.

Notícias que receberam mais promoção – na homepage, nos destaques das seções e nas redes sociais – invariavelmente vão receber mais visualizações de página. Enquanto há problemas sérios em algumas análises – como se o conteúdo que tem boa performance tendesse a atrair atenção da homepage e dos editores de mídias sociais – o poder dessa relação sugere que, em geral, o *Times* pode seletivamente escolher o conteúdo que deve ter mais atenção simplesmente manipulando a homepage e sua conta no Twitter (ABELSON, 2013: online).

Com isso, inferimos que a valorização dos cliques pelos veículos jornalísticos, em seu aspecto quantitativo, está sendo questionada por parcelas crescentes da comunidade online, e precisa ser repensada. Cliques e visualizações de página não podem ser as métricas mais importantes para as decisões editoriais de um veículo jornalístico online. Também não podem ser as únicas a orientar as tomadas de decisão numa estratégia de atração da atenção dos públicos e financiadores. A compreensão crítica e a necessidade de análises qualitativas parecem surgir como alternativas seguras e inteligentes, em meio a um cenário em constante mutação. Conjuguar esses esforços é um dos desafios do jornalismo online.

Referências Bibliográficas

ANDERSON, CW. (2014). “Beyond journalism in the present tense” [online]. In: <<http://www.niemanlab.org/2014/12/beyond-journalism-in-the-present-tense/>> (Consulta 16/10/2015)

BAUMAN, Z. (1997). *Ética pós-moderna*. São Paulo: Ed. Paulus.

BENETTI, M. (2007). “Análise do Discurso em Jornalismo: estudos de vozes e sentidos”. In: LAGO, C. e BENETTI, M. (Orgs.). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis, Vozes, p.107-122.

BERMAN, M. (1996). *Tudo o que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São

Paulo: Cia das Letras.

GIDDENS, A. (1991). *As consequências da modernidade*. São Paulo: Ed. Unesp.

GRAVES, L. e KELLY, J. (2010) "Confusion online: faulty metrics and the future of digital journalism" [online]. In: <http://www.journalism.columbia.edu/system/documents/345/original/online_metrics_report.pdf> (Consulta 16/10/2015)

GRECO, M. (1994). *Interdisciplinaridade e revolução cerebral*. 2ed. São Paulo: Pancast.

GREEN, H. (2014). "Holy shit, I interviewed the president" [online]. In: <<https://medium.com/@hankgreen/holy-shit-i-interviewed-the-president-fa3e8fb44d16>> (Consulta 16/10/2015)

LE MOS, A. (2004). Cibercultura, cultura e identidade. Em direção a uma 'cultura copyleft'? [online] In: *Revista Contemporânea* - vol.2, nº 2 p. 9-22. <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/3416/2486>> (Consulta 16/10/2015)

MEDINA, Cremilda (2008). *Ciência e jornalismo: Da herança positivista ao diálogo dos afetos*. São Paulo: Summus.

MORETZSOHN, S. (2002). *Jornalismo em "Tempo Real". A velocidade como fetiche*. Rio de Janeiro: Revan.

SANTOS, B. S. (1988). "Um discurso sobre as ciências na transição para uma ciência pós-moderna". In: *Revista Estudos Avançados* – Universidade de São Paulo (USP), vol.2 no.2 São Paulo May/Aug., Número 3 – p. 46-71.

SANTOS, B. S. (2007). "Para além do pensamento abissal: Das linhas globais a uma ecologia dos saberes". In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 78, Outubro, p. 3-46.

TANDOC Jr, E. (2014). "Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping". In *New Media & Society*, 16 (4), p. 559-575.

Heterotopias Fotojornalísticas

Júlia Capovilla Luz Ramos

Universidade do Vale do Rio dos Sinos
jcapovilla8@hotmail.com

Beatriz Marocco

Universidade do Vale do Rio dos Sinos
bmarocco@unisinos.br

Resumo

O presente trabalho se debruça sobre o conceito de heterotopia (FOUCAULT, 1987; 1998; 2005), para entender os blogs de fotografia dos jornais de maior circulação no Brasil como espaços que se diferenciam dos periódicos impressos não somente em função do suporte de publicação das fotografias, mas principalmente por engendrarem dinâmicas produtivas distintas, apesar das dependências complexas que operam e deixam transparecer quando investigamos este material mais de perto. A produção imagética presente nos blogs mostra o esforço por parte dos fotojornalistas em criar um espaço outro para publicação das fotografias sem, contudo, deixarem de refletir sobre a natureza da operação que executam, as limitações contidas na própria ferramenta blog e a vontade de incluir mais liberdade e poesia em tais produções.

Palavras-chave: Blog de fotografia, Heterotopia, Foucault, Fotojornalismo.

Abstract

This paper presents a study on heterotopia (FOUCAULT, 1987; 1998; 2005), as so to understand the photography blogs at the largest Brazilian newspapers websites as spaces that differentiate themselves from the print editions, not only because of their support to publish the photos, but mainly for their different production dynamics, notwithstanding the complex dependencies that operate and let them be shown when we investigate these objects closer. The image production present at the blogs shows the effort made by photojournalists to create another space to publish their photos, without, however, bearing their thoughts on the nature of the operation being executed, the limitations that the blogging tools have and the willing to include more freedom and poetry at these productions.

Keywords: Photography blog, Heterotopia, Foucault, Photojournalism.

Sob o reinado de Chronos, os jornalistas não cansam de bradar contra as pressões e amarras que configuram as práticas e os produtos comunicacionais na atualidade, cuja velocidade de publicação parece ser mais relevante que a própria informação. Que a acusação se fundamenta, ninguém duvida. Porém, em nome da pulsação ininterrupta de nossos dias, capaz de transfigurar até as atividades mais banais, a temporalidade tem recebido especial atenção do campo. Tal movimento, embora altamente justificável, acabou por ofuscar seu parceiro mais fiel: o espaço, relegado ao papel de coadjuvante nos estudos em Jornalismo. Neste sentido, pesquisas realizadas por filósofos, historiadores, sociólogos e artistas abrem excelente caminho para pensar de forma complexa os inúmeros espaços jornalísticos emergentes a partir do advento da Web. Transpor o conhecimento talhado por outras disciplinas afim de problematizá-los sob o ponto de vista comunicacional é tentar trazer o espaço para o centro dos debates da área; o que nos parece tarefa bastante desafiadora e urgente.

É objetivo deste artigo, portanto, pensar os blogs de fotografia dos jornais de maior circulação do Brasil como espaços que se diferenciam dos diários impressos aos quais estão ligados não somente por serem suportes diferentes para a publicação do material fotográfico, mas principalmente por engendram dinâmicas profissionais e estéticas marcadamente distintas, mesmo que, concomitantemente, muitas das fotografias publicadas nesses espaços sejam oriundas da cobertura realizada para tais jornais. Inicialmente, duas hipóteses se apresentam: os blogs de fotografia são espaços criados apenas para escoar a produção fotojornalística não utilizada pelos impressos ou, pelo contrário, justamente por apresentarem maior amplitude temporal e espacial com relação ao papel, os blogs de fotografia são espaços considerados qualitativamente ideais para a criação e publicação do material imagético elaborado pelos fotojornalistas?

Assim, partiremos dos conceitos de heterotopia (FOUCAULT, 1987; 1998; 2005) e não-lugar (AUGÉ, 1994) para finalmente refletir sobre os blogs de fotografia como espaços outros de criação e circulação da produção fotojornalística, cuja característica mais significativa parece ser a vontade de incluir mais liberdade e poesia nas produções, sem deixar de refletir sobre a natureza dessa operação e o ciclo de vida desses blogs. Antes disso, porém, acreditamos ser necessária a revisão do conceito de espaço, funcionando como elemento articulador das reflexões que pretendemos levar à cabo.

Ideias ao redor do espaço

Afinal o que é espaço? Para Castells (1999, p. 435-436), o espaço físico “não pode ser definido fora da dinâmica da matéria”, assim como o espaço social “não pode ser definido sem referência às práticas”. Isto quer dizer que, do ponto de vista da teoria social, o espaço se define pelas atividades que nele transcorrem em certos períodos. Ou seja, o espaço “é o suporte material de práticas sociais de tempo compartilhado” (CASTELLS, 1999, p. 436).

Igualmente, Michel de Certeau (2012, p. 184)³³ já definia o espaço como “um lugar praticado”, palco das ações realizadas por sujeitos históricos. No entanto, o autor propunha uma diferenciação entre “lugar” e “espaço”, mesmo que ambos necessitassem ser localizados no tempo. O lugar seria um ponto físico definido por coordenadas; já o espaço, ganha vida somente quando posto em movimento. Estas duas perspectivas teóricas, no entanto, partem do princípio de que todo o espaço é concreto, embora sua concretude só possa ser atingida através do desenvolvimento sistemático das atividades nele empreendidas.

Não por acaso que, para Giddens (2003, p. 25), a rotina, ou “tudo o que é feito habitualmente” é elementar à atividade social. A natureza repetitiva dos feitos realizados dia após dia, traduzida no termo “cotidiano”, seria a grande responsável pela produção simbólica dos espaços. Isso não quer dizer, contudo, que o espaço seja somente a tradução do que nele se instala ou a forma que adquire. Ele se caracteriza, sobretudo, pela rede de relações que opera.

Entretanto, Michel Foucault se refere às práticas não somente como modos regulares e recorrentes de se fazer algo, mas também como “la relación entre los medios utilizados y los fines que se persiguen” (apud CASTRO, 2014, p. 139-140). Em Foucault (1987), o espaço é, portanto, não só lugar de atuação dos poderes reguladores, mas sobretudo da aparição de saberes transgressores e de resistência. O pensamento, em certo sentido, encontra similitudes na concepção proposta pelo filósofo Henri Lefebvre (2006) na obra *A produção do espaço*, para quem o espaço não existe *a priori* nem “em si mesmo”, sendo necessário produzi-lo a partir dos jogos de força e das tensões geradas pelos diferentes atores sociais.

Em nossa sociedade “líquido-moderna”, descrita por Bauman (2007), todavia, pouco importa a consistência dos espaços, o primordial é a dinâmica que empreendem; que eles se renovem, tornem possíveis outros modos de fazer, que sejam mutáveis e mutantes; perecíveis. O espaço, portanto, seria uma abstração que só passa a ter significado quando reinventado constantemente.

Espaços outros

Marc Augé (1994) vai trabalhar o conceito de lugar de forma distinta de Michel de Certeau (2012), por exemplo, ao rejeitar uma oposição entre lugar e espaço e propor uma diferenciação entre lugar e não-lugar. Em Augé (1994), os lugares são essencialmente antropológicos, pois deixam transparecer relações simbólicas e construções identitárias. Em oposição aos lugares antropológicos, os não-lugares seriam espaços fugidios, praticado pelos indivíduos solitários, incapazes de estabelecer relações estáveis e frutos da supermodernidade. Embora antagônicos, lugar e não-lugar padecem do mesmo mal, segundo o autor: “o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente” (AUGÉ, 1994, p. 74). Tal instabilidade facilita a aproximação do conceito de não-lugar ao conceito de

33 A primeira edição do livro “A invenção do Cotidiano”, de Michel de Certeau, data de 1980.

heterotopia trabalhado por Foucault (1987; 1998; 2005)³⁴. A similitude entre eles foi assinalada pelo próprio Augé (1994, p. 102) quando diz que: “o não-lugar é o contrário da utopia”. Para Foucault, as heterotopias estão, sem dúvida, em oposição às utopias. A pesquisadora Maria Luna (in CATALÁ, 2014, p. 207), ao utilizar o conceito foucaultiano para pensar o cinema documental, afirma que: “la heterotopia o espacio-otro, según Foucault, se define en oposición a la utopía porque es un lugar que efectivamente existe, pero por fuera del sistema regular”.

As perspectivas de Augé (1994) e Foucault (1987; 1998; 2005) se diferenciam na medida em que avançamos no entendimento sobre elas. Conforme Augé (1994), os não-lugares se caracterizam pela incapacidade de colocar em prática qualquer modelo-padrão de comportamento ou prática social. Já as heterotopias, para Foucault (1998), funcionariam como “contra-sítios” capazes de tornar possíveis os encontros e promover ações concretas, ou seja,

espécies de utopias realizadas nas quais todos os outros sítios reais dessa dada cultura podem ser encontrados, e nas quais são, simultaneamente, representados, contestados e invertidos. Este tipo de lugar está fora de todos os lugares, apesar de se poder obviamente apontar a sua posição geográfica na realidade. Devido a estes lugares serem totalmente diferentes de quaisquer outros que eles refletem e discutem, chamá-los-ei, por contraste às utopias, de *heterotopias* (FOUCAULT, 1998)

No que tange ao entendimento do tópico foucaultiano é preciso, portanto, entender que ele não rompe radicalmente com os espaços concretos, mesmo desejando subverter a ordem estabelecida; ele dá a ver versões idealizadas desses espaços num mundo virtual que inquieta e desafia. Conforme o professor da Universidade Autônoma de Barcelona, Josep M. Catalá Doménech (2012, p. 60), mais do que se opor às utopias, as heterotopias aparecem como alternativas às utopias, “en el sentido que le confieren un espacio real a ese espacio imaginario”.

Outra característica marcadamente distinta entre os conceitos de Foucault (1987; 1998; 2005) e Augé (1994) é que, para o primeiro, qualquer época ou cultura é capaz de produzir espaços outros de contra-poder; já para o segundo, tais espaços só podem ser pensados dentro do contexto da supermodernidade, o que implica práticas extremamente individualistas. Neste sentido, “si la heterotopia apunta a la resistencia y la colectividad, el no lugar apunta a la soledad y el anonimato” (LUNA in CATALÁ, 2014, p. 212). A perspectiva que se adota aqui,

34 O termo foi utilizado por Foucault inicialmente no prefácio do livro *Le Mots et les Choses*, cuja primeira edição francesa data de 1966. Foi, contudo, retomado e apresentado pelo autor em 14 de março de 1967 durante uma conferência no *Centre d'Études Architecturales de Paris*, que resultou no artigo *Des Espaces Autres*, publicado somente anos depois em *Architecture, Movement, Continuité*, 5, de 1984. Em português, existem somente duas traduções do artigo: uma em versão digital publicada no site virose.pt em 1998 e revisitada em 11 de fevereiro de 2005, e outra presente na *Revista de Comunicação e Linguagem* da Universidade Nova de Lisboa de junho de 2005. Para este artigo, além das duas versões acima, estamos utilizando também a 4ª edição brasileira do livro “As Palavras e as Coisas” publicada pela editora Martins Fontes em 1987. Ainda, é relevante apontar que, segundo Johnson (2012, p.1), “heterotopia is originally a medical term referring to a particular tissue that develops at another place than is usual. The tissue is not diseased or particularly dangerous but merely placed elsewhere, a dislocation”.

portanto, é a de que heterotopias e não-lugares, embora sendo conceitos que se entrecruzam, possuem, cada qual, especificidades que não devem ser negligenciadas.

Etimologicamente, a palavra de origem grega significa outro (heteros) lugar (topos + ia), que, a partir da modernidade, passou a designar o local onde se acumulavam objetos ou pessoas que se julgava desviante em relação às normas estabelecidas, ou, ainda, de coisas que não teriam sido previamente planejadas nem poderiam ser usualmente encontradas nestes espaços, como os hospícios (que seriam os locais destinados aos “loucos”), as prisões (local dos “delinquentes”) ou os museus (local dos “objetos antigos”). Por isso que o conceito foucaultiano chamou tanto a atenção de áreas do conhecimento exógenas ao campo comunicacional, como, por exemplo, os trabalhos empreendidos pelos geógrafos Relph (1991), Soja (1993, 1995), Harvey (2000), que utilizaram a ideia para problematizar os limites da geografia moderna.

Devido a amplitude do conceito, uma vez que Foucault (1987; 1998; 2005) não o trabalhou à exaustão, deixando margem para desdobramentos teóricos futuros, parece-nos pertinente apontar os seis princípios que regem as heterotopias descritos originalmente pelo autor francês e resumidas por Luna (in CATALÁ, 2014, p. 207-208):

1. São universais, no sentido em que aparecem em todas as culturas, ainda que possam ser classificadas entre heterotopias de crise e de desvio.
2. Possuem diferentes funções em cada sociedade, de acordo com a cultura na qual se manifesta.
3. São capazes de justapor num só espaço vários outros que seriam incompatíveis entre si.
4. Reúnem diferentes camadas temporais ou heterocronias que implicam rupturas com o sentido tradicional de tempo.
5. Pressupõem um sistema de abertura e fechamento que permite acessá-las ao mesmo tempo que também as torna impenetráveis.
6. Mantêm relações com todos espaços à sua volta; ora criando alternativas, ora contrastando com eles.

Os tópicos acima descritos, funcionam aqui como elementos articuladores para se pensar os blogs de fotografia como heterotopias jornalísticas, proposta que desenvolveremos a seguir.

Heterotopias jornalísticas

Historicamente, a entrada dos jornais no mundo virtual se deu em diferentes momentos e de forma gradual, desde a simples reprodução do material impresso em meados dos anos 1990 até a criação de produtos específicos para a web já no século XXI. Palacios (et. al, 2002) identifica três fases³⁵ distintas do chamado “webjornalismo”:

35 Oliveira (2015) descreve mais duas fases do jornalismo digital baseado nos textos de Barbosa, Palácios e Machado.

← fase da “transposição”: reprodução de grande parte do material disponível na versão impressa;

← fase da “metáfora”: ainda que parte da versão impressa continuasse a ser reproduzida, as potencialidades da web começam a ser exploradas e experimentadas;

← fase do “webjornalismo” (propriamente dito): os jornais passam a ser encarados como produtos específicos da web, com características e potencialidades próprias, consolidando-se como sites ou portais de notícia e tornando-se mais independentes do modelo impresso.

No bojo desses acontecimentos, a entrada dos jornais de maior circulação do Brasil na Internet se deu entre meados da década de 1990 e início do ano 2000 (**Tabela 1**).

TABELA 1
Ano de entrada na internet dos jornais impressos de maior circulação diária do Brasil

JORNAIS BR	ANO ENTRADA INTERNET*
Super Notícia	2010
Folha de SP	1996
O Globo	1996/2000 (dentro do portal G1)
Estadão	1996/2000 (fusão dos sites Ag. Estado, O Estado de SP e Jornal da Tarde resultando no portal Estadao.com)
Extra	2000 (dentro do portal G1)
Zero Hora	1995/2000 (dentro do clicRBS)
Daqui	-
Diário Gaúcho	2000
Correio do Povo	2009 (dentro do portal r7.com)
Aqui	-

***Dados extraídos do copyright dos sites dos jornais ou do histórico dos mesmos.**
FONTE - Elaborado pelas autoras

A busca pela aceleração da expansão no ambiente virtual, portanto, fez com que veículos tradicionais de notícias recorressem, dentre outras estratégias, ao amplo uso de

Seriam elas: a quarta geração “que se baseia no paradigma do banco de dados e compreende o jornalismo colaborativo, além de possibilidades de customização do conteúdo”; e a quinta fase “caracterizada pelo uso de mídias móveis como *tablets* e celulares, com conteúdo desenvolvido para (e disponibilizado através de) aplicativos específicos para esses dispositivos, marcada por um nível expressivo de replicação de conteúdos em multiplataformas” (OLIVEIRA, 2015, p. 58).

plataformas de distribuição de conteúdo. Neste contexto de plena adesão digital, de estratégias de convergência e reconfiguração das redações, passam a ser criados blogs. Tais plataformas inauguram o que muitos autores chamaram de blogs jornalísticos (ESCOBAR, 2009; FOLETTO, 2009a, 2009b; ADGHIRNI & PEREIRA, 2006), ou seja, plataformas que se ligam de alguma forma às empresas jornalísticas e/ou a nomes consagrados na área por publicarem basicamente material advindo das apurações. Além disso, Escobar (2009) salienta que uma das principais características deste tipo de *blog* é tornar seus endereços eletrônicos amplamente conhecidos para atrair maior audiência.

Foletto (2009b, p. 32-54) fornece dados importantes sobre o surgimento dos weblogs e sua incorporação pelas empresas jornalísticas: originários da década de 1990, somente receberam o nome weblog em 1997 e, dois anos depois, já eram populares em função das plataformas gratuitas como o *blogger*. Em 1998 ganharam status jornalísticos com a publicação do caso extraconjugal de Bill Clinton com a estagiária Monica Lewinsky³⁶, mas só passaram a ser utilizados pela imprensa brasileira a partir de 2003 com “a criação do Diário de Bagdá pelos repórteres Sérgio Dávila e Juca Varela, da Folha de S. Paulo”. Contudo, o autor enfatiza que a efetiva aproximação dos blogs com o jornalismo,

tem como marco inicial o ano de 2001. Embora ela já se rascunhasse alguns anos antes, com a criação dos primeiros blogs em meados da década de 1990, é em 2001, principalmente com os atentados terroristas às Torres Gêmeas do *World Trade Center* em 11 de setembro, que os weblogs passam a ter visibilidade para o grande público e, como consequência disso, passa a ser vislumbrada a função que eles poderiam ocupar no jornalismo (FOLETTO, 2009a, p. 199).

O *boom* dos blogs jornalísticos se deu a partir de 2003 nos Estados Unidos, sendo que três anos depois, 86% dos 100 maiores jornais americanos já faziam uso da ferramenta em seus sites e portais (PALACIOS; MUNHOZ, 2007, p. 78). No Brasil, a incorporação dos blogs pela imprensa se dá de forma exponencial entre 2003 e 2006. O que chama a atenção, todavia, é que os blogs de fotografias disponibilizados nos sites destes jornais brasileiros datam, em sua maioria, de 2009, portanto, quase uma década após a chegada dos periódicos brasileiros na rede, conforme **Tabela 2**.

36 Ramonet (1999, p. 56) não considera “jornalística” a revelação do caso Clinton-Lewinsky. Para o autor, o americano que revelou o caso, Matt Drudge, é “somente um homem da multimídia”. Sobre a relação jornalismo e internet, Ramonet (1999, p. 56) é categórico: “as novas tecnologias favorecem o desaparecimento da especificidade do jornalismo. (...) Assim, a Internet permite a qualquer pessoa não só ser efetivamente, à sua maneira, jornalista, mas até encontrar-se à frente de uma mídia de alcance planetário”.

TABELA 2
Jornais de maior circulação no Brasil e ano de criação de seus respectivos blogs de fotografia

JORNAIS BR	ANO ENTRADA INTERNET	ANO CRIAÇÃO BLOGS DE FOTOGRAFIA*
Super Notícia	2010	-
Folha de SP	1996	-
O Globo	1996/2000 (dentro do portal G1)	2008 – FotoGlobo (encerrou em 2013)
Estadão	1996/2000 (fusão dos sites Ag. Estado, O Estado de SP e Jornal da Tarde resultando no portal Estadao.com)	2009 – Olhar sobre o mundo (desatualizado desde 2014)
Extra	2000 (dentro do portal G1)	-
Zero Hora	1995/2000 (dentro do clicRBS)	2009 – FocoBlog
Daqui	-	-
Diário Gaúcho	2000	2010 – Diário da Foto
Correio do Povo	2009 (dentro do portal r7.com)	2011 – FotoCorreio
Aqui	-	-

***Data da primeira postagem.**

FONTE - Elaborado pelas autoras

Os blogs de fotografia como heterotopias

Em nosso entendimento, a utilização do material fotojornalístico na web se deve não somente à ampliação dos espaços de publicação, mas, antes de tudo, ao advento da tecnologia digital de captação, veiculação e armazenamento dessas imagens. Munhoz (2007, p. 04) descreve três avanços tecnológicos que provocaram mudanças na rotina de produção e distribuição das fotografias jornalísticas: a digitalização do negativo (1995), a adoção massiva do uso de câmeras digitais pelos repórteres fotográficos das empresas jornalísticas (1998), e, por fim, a digitalização dos arquivos e criação de banco de imagens on-line das grandes agências de notícias do mundo como a AFP, Reuters, EFE, AP e Getty Image, abastecidas em tempo real e em qualquer parte do planeta. Soma-se a isso, a expansão da tecnologia de transmissão de dados (banda larga) como fator essencial para a inclusão massiva de imagens na rede.

Em novembro de 2012, eram cinco, dos 10 jornais de maior circulação no Brasil, que possuíam blogs de fotografia, segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC)³⁷: o *Fotoglobo*, do jornal carioca *O Globo*; o *Olhar sobre o Mundo*, do diário paulista *O Estado de*

37 Como em todo o recorte metodológico, o recurso ao IVC delimitou o universo a ser pesquisado, mas garantiu dados credíveis e de fácil acesso e consulta ao desenvolvimento da tese. Tais critérios possibilitaram a seleção de blogs fotojornalísticos produzidos por empresas de comunicação de grande porte reconhecidas nacionalmente, deixando de fora da pesquisa possíveis plataformas de jornais impressos com menor circulação.

São Paulo; o *FocoBlog*, do periódico rio-grandense *Zero Hora*; o *Diário da Foto*, do *Diário Gaúcho*; e o *Fotocorreio*, do *Correio do Povo*, também do Rio Grande do Sul (**Tabela 3**).

TABELA 3
Jornais impressos de maior circulação diária do Brasil (2013) e seus blogs de fotografia³⁸

Jornal	Estado	Circulação*	Blog de fotografia	Endereço web
Super Notícia	MG	302.472		
Folha de SP	SP	294.811		
O Globo	RJ	267.542	FotoGlobo	http://oglobo.globo.com/blogs/fotoglobo/
Estadão	SP	234.863	Olhar sobre o Mundo	http://blogs.estadao.com.br/olhar-sobre-o-mundo/
Extra	RJ	225.622		
Zero Hora	RS	183.839	FocoBlog	http://wp.clicrbs.com.br/focoblog
Daqui	GO	162.013		
Diário Gaúcho	RS	159.485	Diário da Foto	http://wp.clicrbs.com.br/diariodafoto
Correio do Povo	RS	140.189	FotoCorreio	www.correiodopovo.com.br/blogs/fotocorreio
Aqui (consolidado das edições de MG, MA, DF e PE)	MG	129.455	—	—

***Dados referentes à circulação média diária dos jornais impressos pagos de jan. a dez. de 2013.**

FONTE - Elaborado pelas autoras com dados do site da Associação Nacional de Jornais (2015).

O *Fotoglobo*, do jornal *O Globo*, do Rio de Janeiro, porém, anunciou sua “saída” da blogosfera no dia 30 de abril de 2013. Apesar de o endereço eletrônico manter-se ativo, o blog de fotografia *Olhar sobre o Mundo*, do jornal *O Estado de São Paulo*, também teve sua última publicação em 25 de janeiro de 2014. Em março de 2015, mais uma baixa: o blog *Diário da foto*, do jornal *Diário Gaúcho* deixou de ser atualizado. As razões para o encerramento das plataformas parecem girar em torno de exigências mercadológicas, ontológicas e tecnológicas. A primeira diz respeito à redução do quadro das empresas de comunicação, deslocando os fotógrafos para outras atividades afins (como filmar e editar vídeos). A segunda problematiza o próprio estatuto da imagem fotográfica, uma vez que a convergência entre suportes, produtores e receptores faça abolir fronteiras antes delimitadas. Já os avanços tecnológicos decretam o fim de plataformas que poderiam ser melhores exploradas, na medida em que

38 Foram excluídas do rol da pesquisa *tumblr*s ou galerias de foto por priorizarem a publicação de *slideshows* acompanhados de pequenas legendas.

novos recursos surgem todos os dias e o desejo de superar uma possível defasagem leve a crer que a fórmula dos blogs pareça esgotada.

Dos dois únicos blogs que se mantiveram efetivamente ativos – *FocoBlog (Zero Hora)* e *FotoCorreio (Correio do Povo)* –, foram contabilizados **1.681 posts** de outubro de 2009 a setembro de 2015. Numa primeira aproximação é possível perceber que, em geral, esses blogs possibilitam maior velocidade de produção e difusão de conteúdo. Neles, o material fotográfico não está totalmente atrelado aos critérios de noticiabilidade explorados pelos jornais diários e sua temporalidade não é fixa. No que se refere aos blogs que estamos analisando isto pode demonstrar a existência de “espaços de liberdade” para a criação fotojornalística, mesmo que, concomitantemente, muitas das fotografias publicadas nesses espaços sejam oriundas da cobertura realizada para os periódicos impressos. Na maior parte dos casos, os fotojornalistas ainda esperam o material sair no jornal para depois publicá-lo nos blogs, isto é, não “furam” o impresso. A postagem do *FotoCorreio*, publicada no dia 17 de abril de 2011 deixa evidente que uma das principais funções do blog seria o escoamento da produção fotográfica da empresa jornalística. Nela, o editor de fotografia do *Correio do Povo*, Ricardo Giusti, diz que,

O trabalho do fotojornalista é voltar para a redação com opções. (...) Entre todas possíveis escolhas, só aquela que melhor combinar com a notícia vai para as páginas do jornal. O resto, por melhor que seja, perde importância e é arquivado ou descartado. Às imagens não publicadas resta o esquecimento, ou o blog. Então, **adiante com o blog!** Porque **nenhuma boa imagem merece ser esquecida.**

Também, o trecho da postagem de Cynthia Vanzella publicada no *Diário da Foto* em 21 de julho de 2010 aponta nessa direção: “voltei para a redação com muitas fotos (...). No entanto, mais uma vez, o espaço do papel foi curto para tanto material, então resolvi mostrar aqui [no blog] alguns cliques exclusivos”.

Em contrapartida, outros fotógrafos parecem aproveitar a elasticidade do espaço e do tempo do blog para mostrar diferentes aspectos do acontecimento noticiado ou explorar linguagens e temáticas que não são comumente publicadas nas páginas dos jornais impressos. Torna-se elucidativo dizer, neste sentido, que 36 postagens presentes nos blogs analisados congregam materiais extra-pauta e/ou de inspiração poética; o que estamos considerando uma via alternativa da produção fotojornalística. No dia 22 de novembro de 2013, por exemplo, o fotógrafo Bruno Alencastro publicou no *Focoblog* um “ensaio sem compromisso da sacada de um hotel em São Paulo” realizado enquanto esperava pela pauta (**Figura 1**). As imagens que acompanham o texto revelam um olhar atento às formas e a composição plástica, marcando bem a abordagem não-informativa da série. Dificilmente, tais fotografias seriam publicadas no jornal impresso, não somente por se afastarem do tema da pauta, mas, sobretudo, pela ausência ou pouca participação de elementos humanos em ação nas cenas.

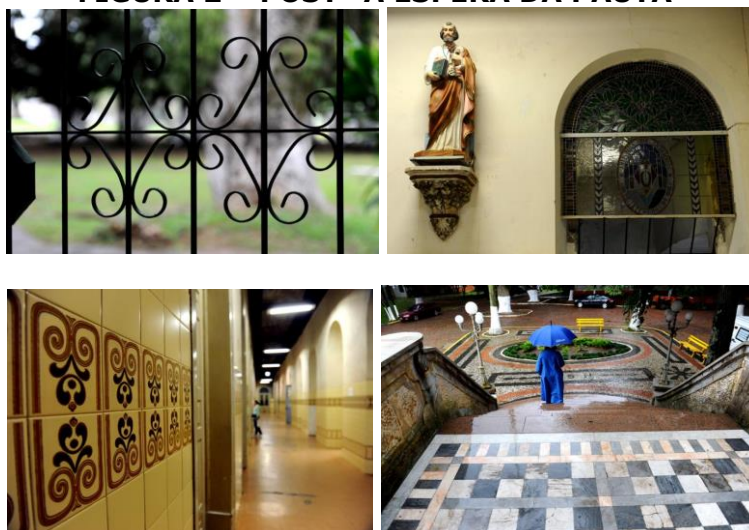
FIGURA 1 – ENSAIO “EXTRA-PAUTA” DE BRUNO ALENCASTRO



Fonte: FocoBlog – <http://wp.clicrbs.com.br/focoblog/2013/11/22/?topo=13,1,1,,,13>

Mesmo caso pode ser observado nas imagens realizadas pelo fotojornalista Cristiano Estrela, que na época integrava o quadro de repórteres do *Correio do Povo*. Esperando pela pauta, ele aproveitou a elasticidade do espaço e do tempo proporcionada pela plataforma para explorar linguagens e mostrar outros aspectos do acontecimento (**Figura 2**). No dia 27 de maio de 2011, portanto, “enquanto aguardava pelo início de um evento no hospital psiquiátrico São Pedro, em Porto Alegre, o fotógrafo aproveitou para fazer imagens do local. O evento foi adiado, mas a espera do colega nos rendeu belas fotos!” (Trecho da Postagem *Fotocorreio*).

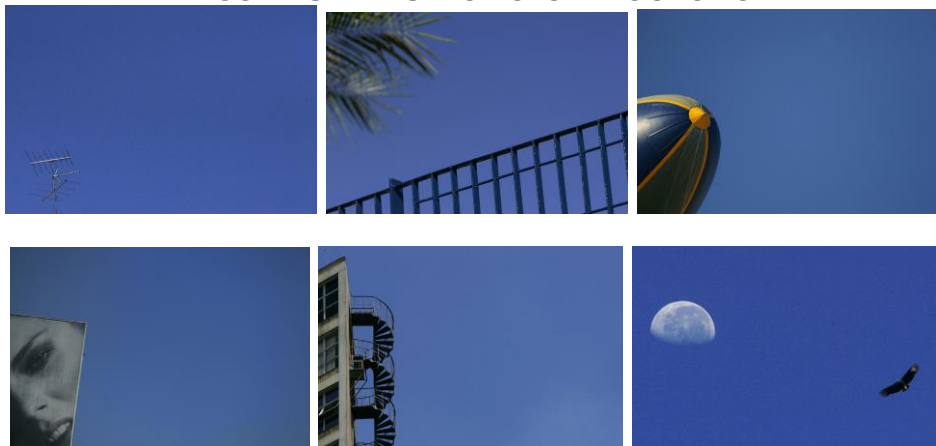
FIGURA 2 – POST “A ESPERA DA PAUTA”



Fonte: FotoCorreio – (Crédito das fotos: Cristiano Estrela)
<http://www.correiodopovo.com.br/blogs/fotocorreio/?p=24>

Tal recurso também está presente no blog *Olhar sobre o Mundo*, onde o fotógrafo Hélivio Romero direciona suas lentes para o “céu de outono” (**Figura 3**). O texto que acompanha o ensaio fotográfico é bem sugestivo quanto ao caráter plástico e atemporal das imagens: “é como se Romero cruzasse sua percepção estética apurada com sua experiência de repórter fotográfico, de profissional de jornal diário. São fotos que vão sobreviver à edição de amanhã e a temporada de outono” (Trecho de Postagem *Olhar sobre o Mundo*, 20/03/2012).

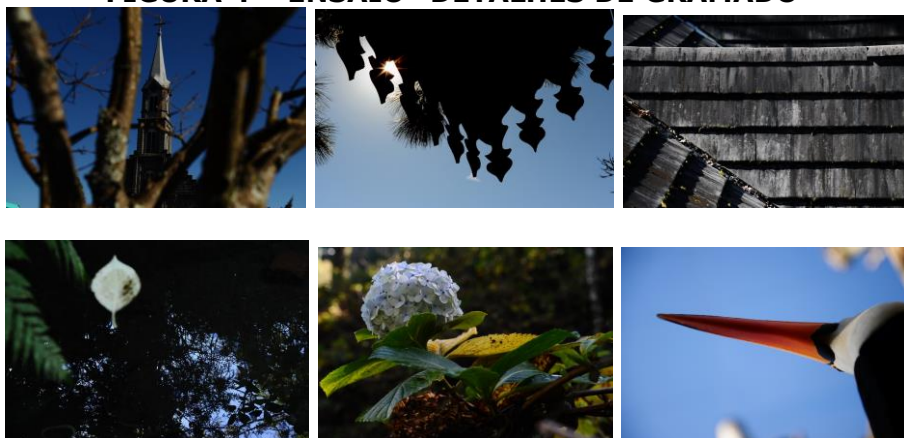
FIGURA 3 – ENSAIO “CÉU DE OUTONO”



Fonte: Olhar sobre o Mundo – (Crédito das fotos: Hélio Romero)
<http://blogs.estadao.com.br/olhar-sobre-o-mundo/ceu-de-outono/>

O recurso estético se apresenta novamente no ensaio assinado pelo atual editor de fotografia de *Zero Hora*, Jefferson Botega. No dia 30 de junho de 2010, o fotógrafo escalado para cobrir os preparativos da Estação de Inverno, evento realizado no município de Gramado (RS), aproveitou para fazer algumas imagens para o *Focoblog* sobre os “detalhes da cidade que, muitas vezes, passam despercebidos” (**Figura 4**).

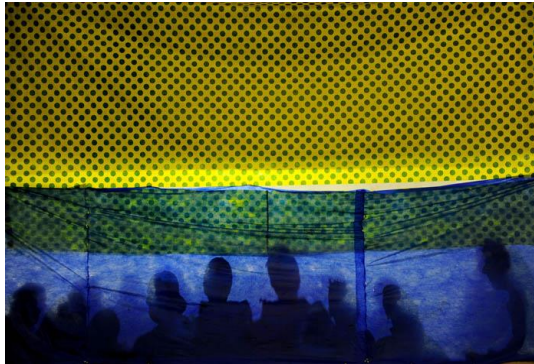
FIGURA 4 – ENSAIO “DETALHES DE GRAMADO”



Fonte: FocoBlog – (Crédito das fotos: Jefferson Botega)
<http://wp.clicrbs.com.br/focoblog/2010/06/30/detalhes-de-gramado/?topo=13,1,1,,,13>

Já o repórter fotográfico Marcelo Oliveira realizou uma imagem (**Figura 6**) que fez a colega Cynthia Vazella escrever: “era apenas uma pauta rotineira, mas ele olhou de novo e viu, do lado de fora do acontecimento, a mistura de cores, sombras e texturas” (Trecho de Postagem *Diário da Foto*, 17/09/2010).

FIGURA 6 – POST “OLHA DE NOVO”

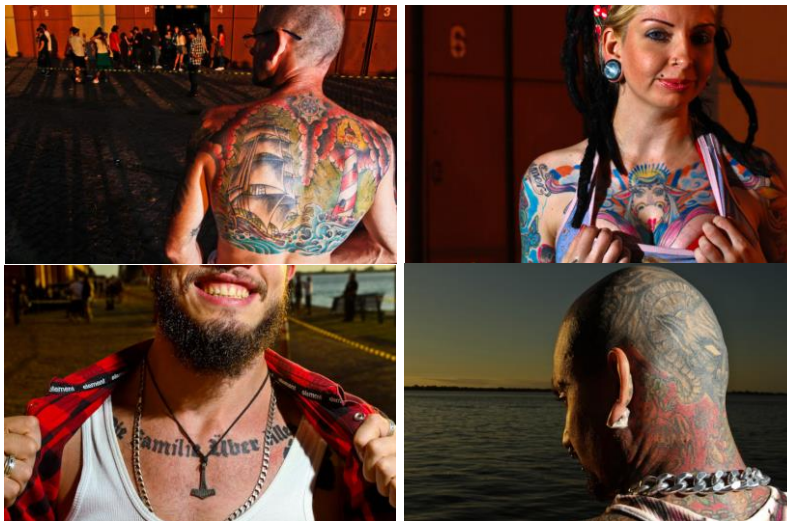


Fonte: Diário da Foto – (Crédito das fotos: Marcelo Oliveira)

<http://wp.clicrbs.com.br/diariodafoto/2010/09/17/olha-de-novo/?topo=52,1,1,,186,e186>

Vale destacar, ainda, a realização de materiais exclusivos para a plataforma blog, como o caso da cobertura do 5º PoaTattooFest, encontro de tatuadores ocorrido em Porto Alegre (RS) no dia 26 de abril de 2011, realizada pelos fotógrafos do *Correio do Povo* (**Figura 7**).

FIGURA 7 – ENSAIO “ARTE NA PELE”



Fonte: FotoCorreio – (Crédito das fotos: Bruno Alencastro, Pedro Revillion, Vinícius Roratto)

<http://www.correiodopovo.com.br/blogs/fotocorreio/?p=12>

Tais ensaios passam a operar numa “linha de fuga”³⁹ dentro do fotojornalismo, pois contemplam o que podemos chamar de poética visual⁴⁰. Não existe um conceito fechado sobre poesia visual, mas sua função seria basicamente abolir as diferenças entre os gêneros artísticos, onde os elementos visuais assumiriam o protagonismo da obra. Ao comportarem narrativas poéticas, portanto, o espaço dos blogs funcionariam, aos olhos dos os

39 Deleuze e Guattari (1995) irão trabalhar na obra *Mil Platôs* o conceito de “Rizoma” tomando-o emprestado da botânica. Rizoma é uma raiz que possui crescimento polimorfo e horizontal, não apresentando uma direção clara e definida. As linhas de fuga, por sua vez, são aquelas que escapam da tentativa totalizadora e fazem contato com outras raízes, seguem outras direções. “Não existem pontos ou posições num rizoma como se encontra numa estrutura, numa árvore, numa raiz. Existem somente linhas” (DELEUZE & GUATTARI, *Mil Platôs I*, 1995).

40 Sobre isso ver Muñoz (2014).

fotojornalistas que compõem o quadro das redações, como espécies de “utopias” possíveis, na acepção foucaultiana do termo, ou seja, um “espaço maravilhoso e liso” (FOUCAULT, 1987, p. 07), capaz de agregar liberdades criativas e temporalidades estendidas. Ou seja, espaços que se diferenciam dos demais por não estarem subordinados aos discursos hegemônicos (no caso do fotojornalismo, aos princípios de objetividade e realismo), embora não rompam totalmente com eles. “Como sucede en todo espacio heterotopico, el principio de realidad cede paso al principio de la imaginación” (CATALÁ, 2012, p. 59-63).

Podemos pensar, então, nesses blogs como heterotopias, uma vez que se tornaram espaços cujos repórteres fotográficos refletem sobre a cobertura imagética originalmente pensada para as páginas dos periódicos, desviando tais imagens do seu destino original, reelaborando seus sentidos e descrevendo suas práticas, mesmo que, mantenham-se pautados e sigam as dinâmicas internas do jornal em que trabalham.

Para Foucault (1998; 2005), conforme sublinhado anteriormente, há seis princípios que regem as heterotopias, todos aplicáveis à análise dos blogs de fotografia dos jornais brasileiros. O primeiro é o de que “não há nenhuma cultura no mundo que deixe de criar as suas heterotopias” e o segundo é que elas “assumem variadíssimas formas”. O terceiro princípio diz que “uma sociedade, à medida que a sua história se desenvolve, pode atribuir a uma heterotopia existente uma função diversa da original”. Traçando um paralelo, os blogs inicialmente foram utilizados como diários virtuais e criados para a produção individual e autoral; porém, ganharam outras funções ao longo do tempo como, por exemplo, ferramenta de comunicação organizacional de uso profissional e coletivo. Além disso, ao mesmo tempo em que movimentam saberes específicos, tais plataformas são vistas como espaços institucionais e tidas como produtos pelas empresas das quais fazem parte. Neste sentido, tais plataformas se transmutaram, ao longo dos anos, em bens que respondem não só as necessidades de um grupo social, mas principalmente às necessidades do mercado, cujo ciclo de vida depende também de estratégias que garantam a audiência e mobilize tanto consumidores quanto concorrentes.

O quarto princípio foucaultiano de heterotopia sublinha que esses lugares conseguem “sobrepôr, num só espaço real, vários espaços, vários sítios que por si só seriam incompatíveis”. No que se refere aos blogs, as possibilidades de fazer links e de realizar conexões inimagináveis fora do espaço virtual, o define como “ponto de encontro” de outros espaços (PRIMO, 2008, p. 123). O próprio termo original *weblog* significa “arquivo web”.

Já o quinto princípio descreve a relação das heterotopias com “pequenos momentos, pequenas parcelas do tempo”, aquilo que Foucault (1998; 2005) chamou de heterocronias. Ou seja, uma heterotopia se caracteriza também por engendrar “uma certa ruptura do homem com a sua tradição temporal” e tende a acumular esses diferentes tempos em um só espaço. Se nos detivermos no quinto princípio, também podemos chegar a algumas conclusões. Os blogs são espaços onde o conteúdo é organizado em ordem cronológica reversa, isto é, o

último post é aquele que primeiro aparece na página, privilegiando o caráter atual desse conteúdo. Neste sentido, é preciso que seu ciclo de vida seja breve, que “desapareça” em meio a outros conteúdos para bem marcar seu lugar no tempo. Concomitantemente, esse “desaparecimento” deve fazer eco, ressonar, lançar-se no futuro. Deve, ao fim e ao cabo, operar num *continuum*. Na medida em que os conteúdos vão sendo atualizados nesses espaços, gera-se um arquivo cujas inúmeras e diferentes temporalidades se acumulam e se sobrepõem. Além disso, há o abandono das plataformas na blogosfera, cujos endereços permanecem ativos e nos remetem ao dia em que as empresas jornalísticas decidiram, deliberadamente, deixá-los à míngua. Esses espaços tornam-se literalmente não-lugares; ruínas de sítios heterotópicos, ou nas palavras de Catalá (2012, p. 60), “lo que queda es un no lugar en el que resuenan los ecos fantasmáticos del lugar que fue”.

O sexto e o último princípio estabelecido por Foucault (1998) descreve as heterotopias como “um sistema de abertura e encerramento que as torna tanto herméticas como penetráveis”. Se pensarmos nos blogs de uma forma geral, percebemos que suas estruturas se assemelham e que somente quem possui acesso ao gerenciador é autorizado a inserir conteúdo. Sendo assim, os espaços de interação com o público “externo” se dão, na grande maioria, por meio dos comentários, mostrando que nem mesmo as interfaces são neutras. Mas Foucault (1998) vai além,

Ainda que à primeira vista pareçam ser aberturas, servem de forma velada a curiosas exclusões. Todos podem entrar nestes sítios heterotópicos, mas essa é apenas uma ilusão: pensamos que entramos ali onde somos, simplesmente pelo fato de ali termos entrado, excluídos.

A estratégia fica evidente, principalmente, quando se trata de “ensinar” as práticas fotográficas e analisar as questões técnicas das imagens enviada pelos leitores. Blogs como o extinto *FotoGlobo*, do jornal carioca *O Globo*, enfatizavam a relação de oposição entre profissionais (os editores do blog) e os amadores (os internautas) e deixavam seus limites de atuação bem claros. O blog citado era o único dos que compõe o nosso *corpus* que vinha com a proposta de publicar o material dos leitores de forma constante, sendo eles fotógrafos profissionais ou não, e fazendo uma avaliação crítica da composição da fotografia enviada.

Como recebiam inúmeros e-mails dos internautas solicitando a publicação de suas fotografias, os idealizadores do *FotoGlobo* criaram um “manual de sobrevivência do blog”, cujo texto revelava o espaço delimitado ao público usuário e o intuito pedagógico dos profissionais frente aos diletantes. O manual deveria servir para os internautas entenderem “como o blog funciona e melhorar a sua participação”. Além disso, especificava o tamanho das imagens a serem enviadas – “450 pixels no lado maior, isto é, se a foto for horizontal, serão 450 pixels na largura, se vertical, 450 pixels na altura” e, em outros trechos, detalhava a dinâmica de funcionamento da plataforma:

Às segundas-feiras Marcelo Carnaval [*repórter fotográfico do O Globo e editor do blog*] publica as fotos mais criticadas da semana, e tem como ponto principal a escolha do vencedor do Troféu *Pede para sair*, pela pior foto. (...) Quarta é o dia das aulas práticas, onde o Carnaval mostra como melhorar as suas fotos e na sexta-feira, como bom carioca, o blog é só festa, com as melhores da semana.

Para encerrar, o manual explicitava que os comentários eram os espaços de participação dos internautas por excelência: “para os participantes do blog os comentários são a melhor forma de retorno do seu trabalho, por isso não esqueça a gentileza, principalmente na hora de criticar”. Antes de se configurarem como um elo entre os fotojornalistas e os leitores/colaboradores do blog, fazendo emergir novos “contratos de leitura”⁴¹ e humanizando a empresa diante de seus públicos, tais enunciados engendram operações que instituem regras para a participação do público “externo”, numa clara estratégia de defesa do campo e controle sobre o fluxo das informações. Afinal, é por intermédio dos próprios fotógrafos do *O Globo* que os amadores ganhavam notoriedade e seu material, visibilidade. Enfim, era justamente pelo fato dos profissionais se destacarem como os guardiões do saber fotojornalístico que se atribuía relevância ao papel social desempenhado pelos mesmos.

Conclusões instáveis

A partir do conjunto de postagens reunidos no presente texto, portanto, estamos entendendo os blogs de fotografia como utopias possíveis ou, conforme Foucault, como heterotopias: ainda que, muitas vezes, o conteúdo postado fique aquém das expectativas dos profissionais e das potencialidades das ferramentas, os fotojornalistas têm praticado nos blogs algumas experiências criativas com maior liberdade, autoria⁴², imersão documental e transposição das barreiras entre arte e informação. Para Luna (in CATALÁ, 2014, p. 208), as heterotopias, justamente, “se construyen sobre espacios-otros que fluctúan entre el documental y la ficción”.

Concomitantemente, é possível perceber que os fotógrafos responsáveis pelos blogs vivem um dilema: ou dão vazão às potencialidades artísticas em ensaios pensados exclusivamente para tais plataformas ou as utilizam para escoar a produção imagética que os jornais impressos desprezaram; ou reforçam seu papel social em discursos que apontam para a defesa do campo profissional ou tiram proveito das linguagens que tornam porosas as fronteiras entre fotógrafos de imprensa e artistas. Neste sentido, “la heterotopia, se convierte en una zona (...) que no es tanto de libertad como de incertidumbre” (CATALÁ DOMÉNECH,

41 Umberto Eco (1987) falou sobre “leitor modelo”, cujas características, idealizadas por quem produzia o conteúdo, estabeleciam um padrão de interlocução e uma espécie de “contrato” entre emissor e receptor. Eliseo Verón (2004, p. 216), por sua vez, problematiza o conceito de Eco ao dizer que: “o conceito de contrato de leitura implica que o discurso de um suporte de imprensa seja um espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor; em uma paisagem (...) na qual o leitor pode escolher seu caminho com mais ou menos liberdade”.

42 Aqui estamos usando o termo autoria para designar o que Adighirni e Pereira (2006, p. 14) estão chamando de “jornalismo de autor”, onde o “blogueiro assume uma posição de líder, de difusor de ideias, de formador de opinião que ele havia perdido como indivíduo no processo de industrialização da informação”.

2012, p. 59). O que deve ser repensado, portanto, não é somente o que tais plataformas têm a oferecer, mas o que as empresas jornalísticas, - e em especial os repórteres fotográficos -, estão solicitando delas. Finalmente, se o trabalho fotojornalístico dentro do espaço das redações é regido por Chronos; obedecendo à *deadlines* e sendo submetidos à ordem cronológica dos dias, os blogs de fotografia parecem reivindicar outros arranjos temporais que circunscrevam as práticas e as produções fotojornalísticas a espaços fluídos, dinâmicos e abertos a experimentações.

Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal; PEREIRA, Fábio Henrique. **Perfil Profissional no Ciberjornalismo: o blog como espaço de autoria e identidade na web**. Brasília: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2006, p. 01-16.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. **Os Maiores Jornais do Brasil de Circulação Paga, por Ano**. Disponível em: < <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornaisdo-brasil/>>. Acesso em: 13 fevereiro 2015.

AUGÉ, Marc. **Não-Lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**: Vol. 1. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Edgardo. **Introducción a Foucault**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2014.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. 19 ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

DELEUZE, G; GUATTARI, F. **Mil Platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Vol.1. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

DIÁRIO DA FOTO. Disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br/diariodafoto>>. Acesso em: 24 novembro 2015.

DOMÉNECH, Josep M. Català. **El murmullo de las imágenes**: imaginación, documental y silencio. Santander: Shangrila, 2012.

ECO, Umberto. **Lector in Fabula**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

ESCOBAR, Juliana Lopes. Blogs como nova categoria de webjornalismo. IN: AMARAL, Adriana. MONTARDO, Sandra. RECUERO, Raquel (orgs.). **Blogs.com**: Estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento editorial, 2009, p. 217-235.

FOCOBLOG. Disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br/focoblog>>. Acesso em: 24 novembro 2015.

FOLETTTO, Leonardo. Blogosfera x Campo Jornalístico: aproximação e consequências. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra (Orgs.). **Blogs.Com**: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009a, p. 199-278.

FOLETTTO, Leonardo. **Blog Jornalístico**: definição e características na blogosfera brasileira. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2009, 192 f. Dissertação (Mestrado em

Jornalismo). Centro de Comunicação e Expressão do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009b.

FOTOCORREIO. Disponível em: <http://www.correiodopovo.com.br/blogs/fotocorreio/>>. Acesso em: 24 novembro 2015.

FOTOGLOBO. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/blogs/fotoglobo/>>. Acesso em: 12 junho 2013.

FOUCAULT, Michel. **De Outros Espaços**. 1998. Disponível em: <http://www.virose.pt/vector/periferia/foucault_pt.html>. Acesso em: 24 nov. 2015.

_____. Espaços Outros. In: MIRANDA, José A. Bragança de; COELHO, Eduardo Prado (Orgs.). **Revista de Comunicação e Linguagens**. Universidade Nova de Lisboa. Lisboa: Relógio D'Água Editores. Junho de 2005, p. 109-141.

_____. **As Palavras e as Coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

GIDDENS, Anthony. **A Constituição da Sociedade**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

HARVEY, D. **Spaces of Hope**. Los Angeles: University of California Press, 2000.

INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULAÇÃO. Disponível em: <<http://www.ivcbrasil.org.br/>>. Acesso em: 01 janeiro 2015.

JOHNSON, P. **Interpretations of Heterotopia**. 2012. Disponível em: <<http://www.heterotopiastudies.com>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

LEFEBVRE, Henri. **A produção do espaço**. 2006. Disponível em: <www.mom.arq.ufmg.br/mom/arq.../1a.../A_producao_do_espaco.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2015.

LUNA, Maria. El lugar de la heterotopía en la mirada documental. In: CATALÁ, Josep M. (Ed.). **El cine de pensamiento**: formas de la imaginación tecno-estética. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona; Universitat Pompeu Fabra; València: Universitat de València; Aldeia Global, 2014, p. 205-223.

MUNHOZ, Paulo; PALACIOS, Marcos. **Fotografia, Blogs e Jornalismo na Internet**: oposições, associações e simbioses. Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2007, p. 01-22. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/wp-content/uploads/2011/10/Fotografia-Blogs-e-Jornalismo-na-Internet.pdf>>. Acesso em: 08 de novembro de 2012.

MUÑOZ, Llorenç Raich. **Poética Fotográfica**. Madrid: Casimiro, 2014.

OLIVEIRA, Ariel Lara de. **O jornalismo em quadrinhos na internet**: as reportagens gráfico-sequenciais do site Cartoon Movement. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, 2015, 164 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, 2015.

PALACIOS, Marcos; MUNHOZ, Paulo. Fotografia, Blogs e Jornalismo na Internet: Oposições, apropriações e simbioses. In: BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2007, p. 63-84.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online**

brasileiro. Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2002, p. 01-15. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf>. Acesso em: 03 de novembro de 2012.

PRIMO, Alex. Os blogs não são diários pessoais online: matriz para a tipificação da blogosfera. **Revista FAMECOS – Comunicação e Relações Sociais**, Porto Alegre (RS), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, n. 36, p. 122-128, ago. 2008.

RAMONET, Ignacio. **A Tirania da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

RELPH, E. Post-modern geography. In: **The Canadian Geographer**, v.35, nº1, 1991. pp. 98-105.

SOJA, E. Heterotopologies: a remembrance of other spaces in the citadel of L.A. In: WATSON, S. e GIBSON, K. (Ed.). **Postmodern cities and spaces**. Oxford: Blackwell, 1995.

SOJA, Edward. **Geografias Pós-Modernas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.

Algumas limitações do tabloide televisivo: gênero, maternidade e sacralidade como chaves de leitura para um acontecimento⁴³

Paula Guimarães Simões

Universidade Federal de Minas Gerais
paulaguimaraessimoes@yahoo.com.br

Lucas Afonso Sepulveda

Universidade Federal de Minas Gerais
afonsepuv@gmail.com

Resumo

O objetivo deste artigo é apreender alguns valores mobilizados nos discursos e posicionamentos dos âncoras dos telejornais tabloides da Record Minas, acerca de um acontecimento específico: um falso sequestro de um bebê na cidade de Belo Horizonte. Nessa ocorrência, uma mãe forjou o roubo do filho para entregá-lo a outro casal, mentindo para o marido, a mídia e a polícia. Para realizar a análise, partimos do conceito de acontecimento desenvolvido por Louis Quéré. A análise revela que a maternidade, o gênero e a *sacralidade da pessoa* (JOAS, 2011) podem ser chaves de leitura para esse acontecimento. Além disso, também aponta algumas limitações deste jornalismo tabloide e o papel que os apresentadores do programa desempenham nas narrativas construídas.

Palavras-chave: Acontecimento, televisão, tabloide, maternidade, sacralidade da pessoa.

Abstract

This paper aims at discussing some values that are mobilized by the speeches formulated by the hosts of Record Minas' tabloid TV newscast, regarding a specific event: the fake kidnapping of a child in the city of Belo Horizonte. In this case, a woman has pretended to have her baby stolen in order to give him to another couple, lying to her husband, the media and the police. Therefore, the paper uses the conception of event discussed by Louis Quéré. The analysis shows that maternity, gender and the *sacredness of the person* (JOAS, 2011) could be reading keys to this event. Besides, it points out some limitations of this tabloid journalism and the role that the hosts of these TV shows play in the construction of narratives.

Keywords: Event, television, tabloid, maternity, *sacredness of the person*.

43 Agradecemos o apoio do CNPq, da FAPEMIG e da PRPq/UFMG ao desenvolvimento de nossas pesquisas.

Introdução

A TV Record é uma emissora de destaque na televisão brasileira atualmente, sendo que a disputa pela liderança da audiência com a Rede Globo vem se acirrando a cada dia. Nesse contexto de luta pela atenção do telespectador, o jornalismo da TV Record também compete com o da emissora líder por uma estratégia de diferenciação. No estado de Minas Gerais, a franquia local da Record se estabelece com os noticiários *MG no Ar* (7h30 à 8h30), *Balanço Geral MG* (12h às 14h45) e *MG Record* (19h45 às 20h30) – objetos para os quais dirigimos nosso olhar nesta análise.

Primeiramente, é preciso destacar que não há, nesse jornalismo local da Record Minas, uma bancada – como há nos telejornais da Globo Minas. Temos um apresentador em pé, noticiando ao vivo os crimes e principais acontecimentos da cidade – em uma seleção noticiosa majoritariamente voltada para relatos de crimes, conflitos policiais e tragédias acometidas contra as classes mais pobres da população – em um “programa voltado para a defesa dos interesses dos cidadãos mineiros”⁴⁴. Estes personagens dão sua opinião sobre os acontecimentos, criticam e fazem seu julgamento sobre os anônimos ali tratados, se dirigindo à câmera e aos telespectadores; conversam com os repórteres, ligam ao vivo para autoridades públicas, brincam, contam piadas no ar, fazem *merchandisings* de produtos de patrocinadores – tudo o que não se vê nos telejornais locais da TV Globo. A comoção, entretenimento e o valor dos sentidos ficam em primazia ou equivalência à necessidade de informar (GOMES, 2009). Eduardo Costa (*MG no Ar*), Mauro Tramonte (*Balanço Geral MG*) e Carlos Viana (*MG Record*) são, ao mesmo tempo, celebridades carismáticas ao “povo” e autoridades máximas em seus programas – estes apresentadores, em seus comentários, definem o que é justiça, o que é desvio; o que deve ser apreciado e o que deve ser rejeitado em nossa sociedade.

Trata-se, portanto, de um telejornalismo *tabloide* que coloca os anônimos na frente das câmeras – efeito de uma *guinada popular na mídia* (SERELLE, 2014) que se justifica mais por um interesse comercial dos grandes executivos da mídia em atrair audiência, do que em uma *democratização da mídia*, de fato. Os tabloides são também espaços midiáticos onde o desvio das normas sociais é observado coletivamente (MACHADO e SANTOS, 2010) – a mídia muitas vezes toma um papel similar ao da *justiça* e constrói dramas públicos que contribuem para “fomentar a percepção política de situações sociais anômicas [...]” (2010: 56) e para construir uma moral social e política junto à sociedade.

Também é necessário apontar para a influência do discurso e da doutrina cristã da Igreja Universal do Reino de Deus dentro desse jornalismo local da Record. Além das novelas bíblicas, da ampla divulgação dos acontecimentos relacionados à Igreja Universal do Reino de Deus, podemos também observar no jornalismo tabloide da emissora alguns dos possíveis reflexos de uma ideologia cristã da Universal. Os âncoras constantemente invocam o nome de

44 Descrição do noticiário Balanço Geral MG no site da Record Minas. Disponível em: <<http://www.recordminas.com/plus/modulos/listas/?tac=programa&id=2>>. Acesso em: 11 de novembro de 2015.

Deus em um discurso que supõe que o público dos programas compartilha desta crença ou se sintam naturalizado perante as simbologias cristãs neopentecostais. O próprio Balanço Geral MG é interrompido pelo “Momento de paz” – uma oração de três minutos realizada por um bispo da Universal. Nenhum outro noticiário das grandes emissoras abertas possui essa configuração religiosa tão explícita.

Nesse contexto (da programação e da própria emissora), o caso do falso sequestro de um bebê em Belo Horizonte (2013) pode revelar muito dos valores que marcam o discurso da Record Minas, assim como algumas limitações desse formato de jornalismo. Para compreender a cobertura acerca deste acontecimento, selecionamos do canal de vídeos do Portal R7 – site de notícias da emissora – um *corpus* de 20 matérias e trechos de comentários dos apresentadores que foram ao ar entre os dias de 25 de novembro de 2013 a 14 de janeiro de 2014 – um intervalo de 50 dias. Este recorte representa 115 minutos de uma cobertura ainda mais extensa feita pela Record Minas.

Neste artigo, apresentaremos, inicialmente, a metodologia adotada para analisarmos este *corpus* (1), seguida de uma breve análise da individuação do acontecimento (2) e, por fim, as principais descobertas da análise do caso (3): o modo como o acontecimento aciona uma discussão sobre as convenções da maternidade e do gênero, evidenciando também as limitações do telejornalismo tabloide e a autoridade funcional dos apresentadores; e como os enunciados da Record Minas incitam uma ideologia de valores conservadores, que acabam favorecendo uma *sacralidade seletiva da pessoa* (JOAS, 2011) e propõem a imagem contraditória do interlocutor que é um cidadão “de bem”. Na conclusão, abordamos o poder de afetação da dor e das tragédias destes personagens reais, que ultrapassam o quadro televisivo do tabloide e seus constrangimentos de produção, para trazer à luz discussões sociais relevantes e necessárias a diferentes públicos.

Metodologia

Antes de nos debruçarmos sobre as reverberações deste *acontecimento*, é preciso apresentar nossa compreensão acerca desse conceito, que se converte em um operador analítico no desenvolvimento desta reflexão. Para o pragmatista Louis Quéré, um acontecimento constitui uma ruptura na continuidade da experiência, introduzindo, “necessariamente, alguma coisa de novo ou de inédito” (2005: 61). O acontecimento é, assim, uma ocorrência que nos afeta, nos mobiliza, transforma nossa experiência e nos coloca em alguma inquietude com o mundo – o acontecimento tem um *poder de afetação*, afinal, “aquele a quem o acontecimento acontece, seja um indivíduo, seja um coletivo, se expõe, corre riscos, perigos, põe em causa sua identidade” (QUÉRÉ, 2005: 66).

O acontecimento é também *temporal*: ao insurgir no presente, o singularizamos e buscamos no passado algo que nos ajude a compreendê-lo; comparamos esse determinado acontecimento com outros que já nos foram *acontecidos* (QUÉRÉ, 2005); ao mesmo tempo,

tentamos encontrar uma forma de normalizá-lo, de reconhecer, a partir dele, suas prováveis consequências. O acontecimento, portanto, “instala uma temporalidade estendida, convoca um passado com o qual ele possa estabelecer ligações, anuncia futuros possíveis” (FRANÇA, 2012: 47).

Desta forma, podemos dizer que o acontecimento oferece, aos sujeitos afetados, sua própria chave de compreensão – trata-se do seu *poder hermenêutico* ou de *revelação* (ARENDT, 2008). É só a partir do momento em que o acontecimento se instaura em nossa vida, que podemos compreendê-lo – ele fornece uma nova experiência aos sujeitos, que terão que construir novos sentidos a partir dele. Como aponta Quéré, o acontecimento é o explicador do seu próprio contexto e surgimento, projeta “a sua luz sobre o que terá precedido e o que lhe poderá seguir” (2005: 67).

Podemos identificar a manifestação dos acontecimentos de duas formas: em sua primeira e segunda vida (QUÉRÉ, 2005). A primeira é aquela na qual sentimos o acontecimento insurgir em nossa existência; é o acontecimento na forma em que “nos toca, congestiona o nosso cérebro, dificulta a nossa respiração, acelera nosso coração”, como aponta França (2012: 14). Já a segunda vida do acontecimento se materializa a partir da simbolização, em que se constrói uma narrativa que tenta, inicialmente, descrevê-lo e singularizá-lo, explicar suas causas e apontar suas consequências – é deste processo simbólico que podemos perceber que valores e instituições sociais foram perturbadas por este acontecimento.

Assim, é pela narrativa que encontramos uma nova forma de experimentar o acontecimento; que os sujeitos afetados podem mobilizar novos sentidos para as coisas do mundo. Dessa forma, o acontecimento se inscreve em um *pano de fundo pragmático* (QUÉRÉ, 1995), um contexto de práticas, valores e hábitos de ação que aponta para universo simbólico que orienta a experiência dos sujeitos na vida social. Um acontecimento será simbolizado até se tornar normalizado, ou seja, cristalizado em nossa sociedade, perdendo, portanto, seu *poder de criação de intriga* – seu poder de criar tensões, conflitos, contradições e discordâncias; seu campo problemático (QUÉRÉ, 2005).

O jornalismo se situa aqui como um lugar em que se repercutem acontecimentos da nossa sociedade (FRANÇA, 2012) – trata-se de uma das esferas de discussão em que o acontecimento é simbolizado. Portanto, ao olhar para o tratamento dado aos acontecimentos pela mídia, conseguimos observar também que tipo de enquadramentos, valores e discussões sobre nós, nossa sociedade e nossa cultura são mobilizados pelas figuras midiáticas.

Para analisarmos, portanto, os discursos criados pela Record Minas a partir de um acontecimento, buscamos uma metodologia que dirigisse nosso olhar ao *processo de individuação* do acontecimento, ou seja, para toda sua inscrição simbólica na experiência dos públicos. Em um primeiro momento da análise, procuramos atentar para os eixos desse processo de individuação, tal como realizado por Simões (2012): a) a descrição, ou seja, o

modo como o acontecimento é identificado, singularizado dentre diversos outros acontecimentos concorrentes; b) a narração, que diz tanto da busca por um passado que possa ajudar a compreender o acontecimento quanto de um futuro aberto por ele; e c) a construção de um pano de fundo pragmático, que revela valores, normas, práticas e características do contexto social em que o acontecimento se inscreve. A partir dessa sistematização inicial, particularmente em relação ao pano de fundo pragmático, identificamos três chaves de leitura para compreender tal ocorrência: o gênero, a maternidade e a *sacralidade da pessoa* (JOAS, 2011). Assim, na apresentação da análise neste texto, optamos por apresentar brevemente o processo de individuação, enfocando essas três chaves de leitura que são muito profícuas para refletir sobre o acontecimento aqui em foco – o que será feito nas próximas seções.

A revelação de uma mentira

No ano de 2013, os recém-casados Renata Soares e Johney Lima, ambos na faixa dos 20 anos, tinham acabado de formar uma família: a jovem deu à luz o bebê Arthur Pietro e se mudou com o marido para uma casa simples no bairro Icaivera, em Contagem. Enquanto a mãe cuidava da criança em casa, o pai trabalhava como vigilante.

Na tarde de sábado do dia 23 de novembro, do mesmo ano, o bebê deste jovem casal foi, segundo o relato de Renata, sequestrado nos arredores da rodoviária de Belo Horizonte, enquanto a mãe passeava com o filho. Essa é a primeira *descrição* do acontecimento: o que ocorreu foi um sequestro. De acordo com a versão contada pela mãe à polícia e à imprensa, um homem negro, armado, e dois chineses saíram de um carro preto e forçaram a jovem a entregar a criança – no entanto, não houve nenhuma testemunha ou câmeras de segurança no local que pudessem comprovar tal relato. Assim que o crime ocorreu, ela ligou para Johney e foi para a delegacia mais próxima. Na manhã seguinte, no dia 25 de novembro, a Record Minas transmitiu pela primeira vez as imagens de Renata e Johney, desesperados pelo retorno do filho, apelando ao público por informações e exigindo das autoridades respostas sobre o ocorrido. A imagem que temos dos dois nessa identificação inicial do acontecimento é, portanto, a de um jovem casal de origem pobre, vítima de uma fatalidade criminoso.

No mesmo dia, em um segundo depoimento à Polícia Civil, Renata Soares confessou ter, na verdade, doado o bebê e forjado o sequestro – construindo um *novo quadro* para a ocorrência. O verdadeiro acontecimento “que mais parecia história de filme”⁴⁵ é revelado: logo após o nascimento de Arthur, Renata criou um perfil falso em um fórum online sobre maternidade e ofereceu a criança a uma menor de idade do Rio de Janeiro – a mãe, por sua vez, afirmou não saber que a receptora era uma adolescente. A entrega do bebê aconteceu no

45 Fala da repórter Shirley Barroso

mesmo dia em que Renata denunciou o crime. Na mesma data da confissão da mãe, a criança foi resgatada e retornou aos braços do pai.

A partir deste momento, a vida da jovem garota, como também a de seu marido, Johny Lima, se transformou sob a luz e as câmeras do olho público e, principalmente, da Record Minas – grande personagem desta história. Pode-se afirmar que a revelação da inverdade e a inscrição da ocorrência em um novo quadro de sentido conferem um novo potencial de intriga para o acontecimento (QUÉRÉ, 2005). Os valores de sinceridade e honestidade são despertados pela mentira, e a credibilidade atribuída a uma mãe, tanto pela mídia quanto pela sociedade, é quebrada – como afirmou o âncora do MG Record, Carlos Viana: “É muita maldade, é muita mentira, com toda sinceridade, todos nós fomos traídos neste sentimento”. Renata Soares se torna, então, o personagem impostor, como qualifica Goffman (1985), sendo a ela reservada a perda de uma reputação credível, o rechaço e a humilhação pública. A sua exposição pela Record Minas, por sua vez, parece ter um tom mais cruel, devido às suas implicações contra uma instituição muito importante em nossa sociedade: a *maternidade*.

A maternidade e gênero como chaves de leitura do acontecimento

Como refletir sobre a atitude de Renata Soares, articulando-a com o valor da maternidade em nossa sociedade? Nesse contexto, o que mais condena a jovem mãe não parece ser a entrega de seu filho aos cuidados de outra família, mas, sim, a ilegalidade do ato e, principalmente, a mentira por ela sustentada. O que levaria uma mãe a tomar uma atitude como essa? No material analisado, o que emerge como uma possível motivação para o crime é a dúvida se o bebê Arthur era, de fato, filho de Johny ou fruto de um caso extraconjugal. É uma questão que aponta para o passado do acontecimento na construção da *narrativa*.

Sendo a mídia um participante ativo da construção da moral social e política de nossas culturas (MACHADO e SANTOS, 2010) e sendo ela também um espaço em que se refletem e discutem as convenções, normas e valores presentes em nossa sociedade, em que “os sujeitos podem acender à compreensão deles mesmos, dos acontecimentos que os atingem e do caráter problemático das situações com as quais se confrontam” (ARQUEMBOURG, 2005: 111) – como a Record Minas caracteriza e enquadra o ato de Renata Soares? Como os apresentadores destes tabloides se posicionam em relação ao crime da mãe e de que forma eles caracterizam e enquadram os papéis materno e paterno em nossa sociedade? É possível usar a *maternidade* e o *gênero* como chaves de leitura dos enunciados formulados por estes sujeitos, a partir do acontecimento?

Após a revelação da mentira e a prisão ilegal de Renata⁴⁶, os três apresentadores – além do próprio pai, Johny – buscam uma possível motivação para o ato criminoso, um

46 Renata Soares foi presa após sua confissão. Ela foi liberada no dia 29 de dezembro de 2013, quando a Vara de Inquéritos de Belo Horizonte considerou sua prisão ilegal.

passado que possa explicá-lo. Uma das causas prováveis mais apontada durante a cobertura da Record é a de que o crime foi motivado por uma depressão pós-parto. Inicialmente, o marido de Renata demonstra não compreender o comportamento da esposa já que “o que aconteceu não condiz com o que ela é com todos”. Em outro momento, Johney afirma: “É difícil acreditar que ela possa ser falsa. [...] ela só pode estar doente, porque não condiz. Ela sempre foi prestativa, sempre cuidou bem do meu filho”.

A imagem da mãe afetuosa e “prestativa” que emerge no posicionamento de Johney é posta em dúvida pelo depoimento de Paulino Gomes, pai da jovem, aos repórteres da Record.: “[...] ela vinha reclamando para mãe dela, já há uns dois meses, que sentia muito sozinha. [...] Após o marido ir trabalhar, o neném ia dormir e ela ficava olhando para as paredes, para o teto, pensando na vida”. O testemunho do avô de Arthur é um fragmento subestimado, que passa quase despercebido dentro da cobertura da Record, mas que, caso fosse explorado, poderia revelar um passado mais apurado, que explicasse o ato criminoso de Renata Soares – e se ela estaria, de fato, doente ou não. Percebemos, assim, pouco investimento dos telejornais na tematização desse passado que emerge com o acontecimento e que é central em sua compreensão.

Os apresentadores reforçam a possibilidade da depressão, já que, ao menos no início, nada se sabia sobre a motivação da jovem mãe. Mauro Tramonte (Balanço Geral MG) anuncia ao público que “gostaria de ouvir de um psiquiatra, de um psicólogo se é possível isto”; no entanto, em nenhum momento da narrativa da Record, um especialista é convidado a contextualizar essa possibilidade. Os enunciados dos apresentadores funcionam como um jogo emocionante de suposições, em que não há fôlego investigativo ou interesse por parte do jornalismo da emissora em elucidar a chance da depressão pós-parto. Afinal, a impossibilidade de criar um antes e depois muito completos para o acontecimento é uma limitação inerente ao telejornal tabloide, como aponta Lana (2006), em sua análise de um programa *Brasil Urgente* (TV Band), do jornalista José Luiz Datena, criado nos mesmos moldes dos noticiários policiais da Record. Preocupados em manter o telespectador no canal, priorizando aquilo que estimula os seus sentidos e emoções (GOMES, 2009), estes programas possuem uma grande necessidade da figura autoritária do apresentador:

Diante de histórias mal-acabadas, matérias com poucas informações e depoimentos imprecisos é Datena quem ocupa o espaço da tela, buscando preencher com discursos eloqüentes o vazio irremediável de alguns casos trazidos por *Brasil Urgente*. (LANA, 2006: 89).

Desta forma, também no caso da Record Minas, os apresentadores são responsáveis por ocupar o vazio deixado pelos constrangimentos jornalísticos, ao trazer, após a transmissão das reportagens, seus enunciados. As reverberações do falso sequestro do bebê em Belo Horizonte, da forma que foram tratadas pelas vozes dos três homens apresentadores, demonstram que, sim, os padrões de gênero e a expectativa social sobre o papel de mãe são

chaves de leitura para o pano de fundo pragmático deste acontecimento. Diante da possibilidade da depressão pós-parto, o apresentador Carlos Viana (MG Record) afirma que espera sinceramente “que o laudo [médico] nos diga que ela sofre de algum problema. Pelo menos assim, a gente poderá entender toda a maldade.” Já Mauro Tramonte, dirige sua dúvida e interpretação à câmera: “[...] tem problema ou queria se livrar da criança mesmo? [...] todas as mulheres que casam, elas sabem que podem ter um filho, e quando tem um filho, ela cuida do filho”.

Os discursos dos apresentadores se tornam mais explícitos após a descoberta do caso extraconjugal de Renata, que teria sido a motivação para a entrega de seu filho. A possibilidade de depressão pós-parto é deixada de lado e substituída por uma discussão sobre a índole da jovem – a infidelidade no casamento é inserida no discurso como uma evidência da vilania da mãe. Tramonte faz suas ponderações, enquanto questiona as mulheres e mães da audiência, como se estivesse se dirigindo a um júri popular: “[...] seria uma doença, uma coisa de cabeça? Ou o medo dela seria realmente este menino crescer e não parecer com o pai, não é? [...]”. E acrescenta: “Você aí que já foi mãe, que quer ser mãe [...], mesmo se você desse um deslize na vida, acontecesse com você essa situação, você daria essa criança porque não seria do seu marido, do seu companheiro, do seu namorado?”.

O noticiário se torna um espaço de exposição do desvio, onde o desviante é observado e julgado (MACHADO e SANTOS, 2010). O desvio de Renata está diretamente ligado à sua função social como mãe – e ao determinismo biológico que é atribuído ao “dom” da maternidade, como apresenta Corrêa (2011) em sua análise dos papéis maternos e paternos na publicidade. Vivemos em uma cultura em que o amor e o cuidado infantil – frequentemente confundidos como uma só coisa – são a norma para a mãe. No entanto, mulher nenhuma “nasce sabendo ser mãe: a maternidade é duramente aprendida na prática” (CORRÊA, 2011: 82). Corrêa alega que o “bom” trabalho materno é invisível: ele não aparece, não se salienta em nossa sociedade, não é um acontecimento; a maternidade e o trabalho do cuidado só se tornam acontecimentos quando falham. Mas por que exigimos um comportamento de “mãe perfeita” se qualquer um de nós, como defende Goffman, não se adapta completamente a nenhum dos diferentes papéis sociais que nos são atribuídos? Somos indivíduos complexos e contraditórios – não precisamos nos “encaixar” perfeitamente às funções que exercemos para sermos honestos perante elas; afinal, uma “representação honesta, sincera, séria, liga-se menos com o mundo real do que se poderia à primeira vista supor” (1985: 71).

Johney Lima, em contrapartida, é enquadrado pela Record como vítima da maldade de uma mãe “desnaturada” – o ex-vigilante, além de ser enganado pela esposa e quase perder o filho, também ficou sem emprego e teve que se mudar para a casa da irmã, para cuidar do bebê Arthur com ajuda dos parentes, enquanto retomava sua vida. Estes obstáculos acabam associando a imagem de Johney a valores heroicos, como podemos observar do comentário do repórter Garcia Junior, no Balanço Geral MG: “O Johney tinha tudo para ficar revoltado, [...]”

desanimar com a vida depois da safadeza e da cachorrada que a noiva dele fez [...] Mas não, é um rapaz vitorioso, de superação”. Como observa Renné França (2006), só é herói aquele que vence o perigo – e o heroísmo do jovem pai, por sua vez, é recompensado pela própria Record.

A emissora entrega presentes doados a ele e ao bebê Arthur. Uma de suas repórteres acompanha exclusivamente as etapas do exame de DNA e está ao lado de Johny, quando ele comprova sua paternidade. A Record Minas coloca uma equipe completa de reportagem para viajar com Johny até São Pedro do Jequitinhonha, onde moram os avós paternos do bebê, que ainda não conheciam o neto. Em outras palavras, o *final feliz* – resultado da intervenção da Record – sobrepõe o sofrimento da história do jovem pai enganado, que serve como mais uma narrativa de catarse a um público que possui também seus próprios sofrimentos e adversidades, e que se sente representado e fortalecido ao ver a perseverança de um outro anônimo (FRANÇA, 2006).

Temos, portanto, um telejornal tabloide que mais parece um tribunal em que a defesa está reservada apenas às vítimas, as acusações, apenas aos suspeitos; as testemunhas falam de acordo com a vontade dos repórteres, produtores, editores e outras figuras da produção jornalística. O apresentador deste noticiário se assemelha a um juiz, dando sempre sua palavra final após julgar os sujeitos envolvidos em cada acontecimento. No caso do falso sequestro do bebê, Johny Lima é o “vencedor” e Renata Soares, a condenada ao silêncio midiático. Mas a condenação da jovem mãe veio muito cedo, antes que houvesse possibilidade de esboçar um contexto para seu crime: ela (como também seus pais e sua advogada) fala pouco dentro da narrativa, e sua experiência como mãe não é levada em conta – a própria depressão pós-parto, motivação suposta pelo jornalismo da Record, pode ser vista como uma das consequências de uma “expectativa social de uma habilidade nata para ser mãe”, como contextualiza Corrêa (2011: 82).

Johny afirma que desde que o filho nasceu, “[...] eu sempre fui pai e mãe, porque eu sempre ajudei”. Mas o que seria ser um pai e o que é ser uma mãe num estado em que mais da metade das mães são exclusivamente responsáveis por acompanhar as atividades escolares dos filhos⁴⁷, por exemplo? Em nossa sociedade, o determinismo biológico acima do amor ao filho e do trabalho de cuidar não são impostos ao pai, da mesma forma que são à mãe (CORRÊA, 2011). Resta-nos, novamente, a pergunta: os apresentadores da Record Minas – e nós enquanto público afetado pelo acontecimento – teriam dado o mesmo tratamento ao crime do falso sequestro do bebê, se o autor dele fosse um homem, um pai? Nossa revolta seria a mesma? Em uma sociedade em que a paternidade é vista historicamente como uma hipótese, um ganho (CORRÊA, 2011), o poder de intriga desse acontecimento seria o mesmo se seu

47 Pesquisa da Fundação João Pinheiro revelou que em 51,8% de 18 mil domicílios de Minas Gerais, a mãe era exclusivamente responsável por acompanhar as atividades escolares dos filhos. Disponível em <<http://fjp.mg.gov.br/index.php/docman/cei/pad/119-boletim-pad-mg-2011-mercado-de-trabalho-e-genero/file>>. Acesso em: 11 de novembro de 2015.

autor fosse um homem-pai? Os valores ligados à maternidade são, portanto, uma chave fundamental no *pano de fundo pragmático* deste acontecimento – e a Record, em sua simbolização do acontecimento, só contribuiu para reforçar os padrões cruéis impostos à mulher-mãe.

Retaliação e a legitimação da sacralidade *seletiva*

A Record Minas amplificou o olhar sobre o desvio de Renata e, pelas vozes dos âncoras, tentou guiar o espectador no julgamento desta personagem. É do comentário dos imponentes apresentadores que podemos perceber uma determinada ideologia da emissora. Tramonte, Viana e Costa remetem à figura de um homem corajoso, temente apenas a Deus, inabalável perante o crime e a violência. Estes âncoras se dirigem a quem presumem ser seu interlocutor; o jornalismo “voltado para a defesa dos direitos dos cidadãos mineiros” é, na verdade, um jornalismo que se dirige aos pressupostos de um “cidadão *de bem*” – alguém que compartilha da mesma visão moral e cívica dos apresentadores do telejornal. E a virtude deste cidadão é recompensada com a aparente punição dos criminosos, dos desviantes, observada pelo quadro televisivo da Record. No entanto, é possível presumir este padrão idealizado de comportamento para os 18 milhões de mineiros que têm acesso à transmissão da emissora no estado? No que se constituiria, de fato, um “cidadão *de bem*”?

Somos sujeitos contraditórios. Como é colocado por Hans Joas (2011), os indivíduos integrantes de uma sociedade, mesmo aderindo a um quadro de valores e crenças, de referências a ser consideradas como o bem, possuem corporificadas em sua vivência práticas questionáveis; com frequência, algumas de nossas ações podem não ser compatíveis com os ideais que apreciamos. Em outras palavras, em uma sociedade onde há uma certa instabilidade entre os valores, as condutas e instituições sociais (como a maternidade, o direito e a justiça), ninguém está livre de contradições. Não há papéis sociais que possam ser representados sem um conflito interno, com total consistência e convicção, afinal, há uma “discrepância entre nosso eu demasiado humano e nosso eu socializado” (GOFFMAN, 1985: 58). Portanto, é questionável a existência de um “cidadão *de bem*”, cujo comportamento condiz com todos os valores de justiça, cidadania, razão e honestidade; cujas ações, sempre conscientes, seguem à risca uma moral conservadora e cristã. Ninguém consegue ser tão plano, tão coeso a todo tempo, tão imutável.

Podemos questionar esta idealização do “cidadão *de bem*” em outro momento da trama jornalística. Dois dias após Renata Soares confessar publicamente sua motivação para o crime, um incêndio criminoso destruiu a residência onde ela morava com o marido, em Contagem – segundo a polícia, uma possível retaliação pública contra a jovem. “Querendo ou não, a gente esperava alguma represália da população, até pelo fato que todo mundo foi enganado, assim como eu”, tentou justificar Johny Lima. Mesmo sem provas, é difícil acreditar que o fogo não foi colocado com a intenção de prejudicar Renata. É uma fatalidade que nos leva a questionar:

seria ela uma consequência da exposição e do julgamento midiático de um desviante? Qual seria o papel da mídia perante uma retaliação popular como esta, bem parecida com as diversas aparições dos “justiceiros”⁴⁸ no Brasil: sensibilizar o público em repúdio ou optar por não interferir? Novamente, estas perguntas refletem no papel da imprensa, da sociedade e como estas duas partes reagem sobre assuntos relativos à criminalidade, justiça e punição.

Para compreender como o ataque à antiga casa de Renata Soares serve como exemplo da manifestação da intolerância e da violência contra os seres que desviam da norma social, retomamos o discurso de Joas sobre a sacralidade *seletiva* do corpo. Primeiramente, temos o “cidadão de bem” ou o “justiceiro” que, no caso, é quem acredita ter uma vivência coesa aos valores que aprecia e que, justificado com uma determinada moral e por não compreender o comportamento do ser desviante, considera aquele corpo como não-sagrado e legitima o ataque a ele como uma forma de punição (JOAS, 2011). A punição para estas pessoas se torna necessária para que haja, entre seus iguais, um sentimento de “solidariedade coletiva”, de restabelecimento da moral e da ordem do mundo; é atestando a punição que o indivíduo denominado “de bem” se sentirá satisfeito dentro de uma sociedade de regras e normas por ele seguidas e que, conseqüentemente, atribuam penalidades a quem não as segue (MACHADO e SANTOS, 2010).

No entanto, diferentemente da lógica dos justiceiros, não há uma racionalidade matemática que possa ser atribuída a aplicação de uma pena, que sempre será movida pelos sentimentos e pela experiência de quem pune (JOAS, 2011); em outras palavras, a justiça é ocasional e as noções que ela implica são diferentes para pessoas diferentes. Do outro lado, observamos o inimigo dos “cidadãos de bem”, corporificado pela imagem de Renata Soares – vista pela perspectiva do grupo que a ataca, ela não é um ser humano considerado como igual. A jovem não só perdeu os direitos sobre seu papel como mãe, mas sobre seu estado de sagrado – Renata, ao cometer *um atentado* contra a criança que ela deveria proteger, também revogou sua própria proteção; ela quebrou um suposto contrato social que a garantia direitos humanos básicos.

O discurso construído sobre este acontecimento evidencia, portanto, o valor da sacralidade *seletiva*. Os “cidadãos mineiros” valorizados por este telejornal tabloide seriam, de fato, somente aqueles que não fogem da norma cívica, da moralidade cristã, das expectativas de gênero.

Considerações finais

Em nossa análise do falso sequestro do bebê, notamos que os valores atrelados à maternidade e ao gênero – e as convenções sociais implicadas à mulher-mãe (CORRÊA, 2011)

48 Oliveira, A. F. *Ação de justiceiros é um retrocesso à barbárie, afirmam especialistas*. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2014-02-17/acao-de-justiceiros-e-um-retrocesso-a-barbarie-afirmam-especialistas.html>>. Acesso em: 20 de novembro de 2015.

– como também os valores ligados a uma rigorosa moralidade cívica (como a sacralidade *seletiva* e justiça a todo custo) foram despertados e fazem parte do *pano de fundo pragmático* deste acontecimento. Da mesma forma, ao analisarmos a cobertura dos tabloides locais da Record Minas, descobrimos constrangimentos que podem ser comuns a outros programas que seguem o mesmo formato e estratégia: as limitações de produção que este jornalismo sofre – na luta mercadológica pela audiência – impedem que se construa um passado e um futuro que expliquem muito bem os acontecimentos (GOMES, 2009); enquanto isto, quem imprime o ritmo e preenche os espaços vazios são os apresentadores – no caso da Record, todos homens, cujas vozes são responsáveis por julgar, enquadrar e ponderar acerca das discussões que nascem dos acontecimentos. Estes âncoras são a autoridade máxima da tela e, em seus enunciados, se verifica um pressuposto de que o interlocutor compartilha da mesma moral, ou seja, da mesma visão de mundo – interlocutor figurado pelo nome de cidadão “de bem”. No entanto, o próprio conceito de um cidadão “de bem” é frágil, já que o nosso eu humano difere do eu socializado (GOFFMAN, 1985) e a adesão a valores e a orientação da nossa conduta pelos *bens* que apreciamos só é consciente até certo ponto (JOAS, 2011).

Não há um programa “voltado para a defesa dos direitos dos cidadãos mineiros” quando se privilegia a espetacularidade das histórias, a oratória comovente dos âncoras e o ritmo e a rapidez dos quadros televisivos, enquanto, em segundo plano, está a denúncia do tipo de *dignidade que está sendo reservada aos outros* (LANA, 2006), às vítimas de violência, aos anônimas e suas histórias. No entanto, podemos dizer que mesmo com todos os constrangimentos do jornalismo da emissora, é possível observar, em certos casos, a espontaneidade e a autenticidade nas vozes dos sujeitos comuns que aparecem em frente às câmeras para contar sua história, como aponta Lana (2006).

Nesse processo, questões candentes em um contexto podem ser tematizadas, tais como o ideal de maternidade, a assimetria na visão dos gêneros e a sacralidade *seletiva* da pessoa, como foi apontado na análise desenvolvida neste artigo. Em que medida tais questões serão, de fato, debatidas pela sociedade aponta para uma outra discussão que extrapola os objetivos aqui pretendidos e diz respeito ao modo como o público se posiciona em relação a um acontecimento narrado pelo jornalismo. De qualquer forma, acreditamos que o potencial de afetação de uma ocorrência como a desse falso sequestro ultrapassa as limitações infligidas pelo tabloide e pode colaborar na atualização dos valores de uma sociedade.

Referências

- ARENDT, Hannah. Compreensão e Política. In: _____. *Compreender: Formação, exílio e totalitarismo*. São Paulo: Cia das Letras; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2008. p. 330-346.
- ARQUEMBOURG, J. Entre facto e sentido: contar o acontecimento. *Trajectos*, Revista de Comunicação, Cultura e Educação. Lisboa, n. 6, p. 109-112. 2005.
- CORRÊA, L. G. Mães cuidam, pais brincam: normas, valores e papéis na publicidade de homenagem. 2011. 254f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e

Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

FRANÇA, R. O. A construção do herói: a glamourização do popular no Domingão do Faustão. In: FRANÇA, V. (ORG). Narrativas televisivas: programas populares na TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 107-121.

FRANÇA, V. O acontecimento e a mídia. Galaxia (São Paulo, Online), n. 24, p. 10-21, dez. 2012.

GOFFMAN, E. Representações. In: _____. A representação do eu na vida cotidiana. Petrópolis: Editora Vozes, 1985. p. 25-75.

GOMES, I. M. M. O Infotainment e a Cultura Televisiva. In: FREIRE FILHO, J. (ORG). A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009. p. 195-221

JOAS, H. A sacralidade da pessoa: nova geologia dos direitos humanos. Editora Unesp, 2011. p. 61-104.

LANA, L. C. C. Denúncia e dramatização do cotidiano em Brasil Urgente. In: FRANÇA, V. (ORG). Narrativas televisivas: programas populares na TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 87-105

MACHADO, H.; SANTOS, F. A moral da justiça e a moral dos media: julgamentos mediáticos e dramas públicos. In: MARTINS, M. L. (Org) Caminhos nas Ciências Sociais: memória, mudança social e razão. Coimbra: Grácio Editor, 2010. p. 49-60.

QUÉRÉ, Louis. L'espace public comme forme et comme événement. In: JOSEPH, Isaac (Org.). Prendre place. Espace public et culture dramatique. Colloque de Cérizy. Paris: Ed. Recherches, 1995. p. 93-110.

QUÉRÉ, L. Entre o facto e o sentido: a dualidade do acontecimento. *Trajectos*, Revista de Comunicação, Cultura e Educação. Lisboa, n. 6, p. 59-75. 2005.

SERELLE, M. A guinada dos populares: mídia e vida social no Brasil. In: 23º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - COMPÓS, 23, 2014, Belém. 23º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS). Belém: Compós, maio de 2014.

SIMÕES, P. G. O acontecimento Ronaldo: a imagem pública de uma celebridade no contexto social contemporâneo. 2012. 282f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, 2012.

SIMOES, P. G. O acontecimento e o campo da comunicação. In: FRANÇA, V.; ALDÉ, A.; RAMOS, M. C. (Org.). Teorias da Comunicação no Brasil: reflexões contemporâneas. 1ed. Salvador: EDUFBA, 2014, p. 173-195.

A (não) noticiabilidade da CPLP no Brasil:

Jornalismo, memórias e identidades

José Cristian Góes

Universidade Federal de Minas Gerais
cristiangoes_brasil@yahoo.com.br

Elton Antunes

Universidade Federal de Minas Gerais
eltunes@uol.com.br

Resumo

Discutimos como memória, história e identidades atravessam sutilmente o jornalismo. Partimos da compreensão de que o jornalismo é agente de memória e que busca, tanto no passado quanto na projeção, sentidos inteligíveis do mundo (Zelizer, 2008). Se o lembrar e o esquecer são resultados de tensões a ganhar à superfície entre as notícias, discutimos em que medida eles aparecem ou não abrigados nos critérios do noticiável. Ao se investigar os registros nos jornais nos jornais brasileiros *Folha de S. Paulo* e *O Globo* sobre a Comunidade dos Países da Língua Portuguesa (CPLP), nos dez primeiros anos dessa entidade, percebemos a sua “*não-noticiabilidade*”, marcada por silenciamento, por uma memória ocultada, em que o Brasil busca não ser associado a uma comunidade de países majoritariamente pobre e negra.

Palavras-chave: Jornalismo; noticiabilidade; memória; identidade; CPLP

Abstract

We discussed how memory, history and identity subtly pass through journalism. We start from the understanding that journalism is memory agent that seeks both past and the projection intelligible way the world (Zelizer, 2008). So, remember and forget are the result of tensions that come to the surface of the news, to what extent they appear or not housed in reportable criteria. To investigate whether the records in the Brazilian newspaper *Folha de S. Paulo* and *O Globo* on the Community of the Portuguese Speaking Countries (CPLP), in the first ten years of the creation of this body, we realized a *non-newsworthiness*, marked by silencing by a memory hidden, in which Brazil seeks to not be associated with a largely poor and black community.

Keywords: Journalism; newsworthiness; memory; identity; CPLP

Jornalismo, noticiabilidade e CPLP

Parte dos estudos do Jornalismo se movimenta num confuso labirinto de ideias. Buscam-

se o conceito de *notícia*, discutem-se os acontecimentos, o papel dos jornalistas, as relações com as fontes, a influência junto ao público, entre outras questões. Uma das indagações recorrentes é saber como a notícia é selecionada, o porquê raras ocorrências são noticiáveis e, a maioria, não. Nas teses sobre o jornalismo há, por exemplo, a ideia de *noticiabilidade*, um conjunto de critérios aplicados a eventos que possibilitam definir se um fato será ou não uma notícia. Os *especialistas*, aqueles que dominam técnicas e práticas pré-estabelecidas vão, de forma quase automática, selecionar a *notícia* num emaranhado de atos públicos e privados e, se escolhido como notícia, o acontecimento era “relevante, próximo, atual”. Gislene Silva (2014) sintetiza os critérios de *noticiabilidade* como

“todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo de produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais dos jornalistas, cultura profissional da categoria, condições favorecidas ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais” (Silva, 2014: 52).

Essas definições acabam apoiando-se num viés operativo de jornalismo, onde a notícia é vista como “um artefato social, algo (uma informação via discurso, texto, vídeo ou foto) que viaja de uma pessoa (ou de uma organização) para um único – ou para múltiplos – receptor/receptores” (Shoemaker, 2014: 15). Reforça-se, assim, uma cadeia transmissiva de informações, onde as partes do complexo comunicacional parecem apartadas e em lugares fixos. Esse *script de critérios* pressupõe, na prática, uma rotina estável. Mas isso, de fato, ocorre no jornalismo? *Noticiabilidade* dá conta das múltiplas realidades do jornalismo ou é, em larga medida, simplificadora delas?

Sugerimos que os parâmetros do noticiável não conseguem abrigar as negociações, as tensões das relações de poder, os fenômenos sutis que atravessam o jornalismo. Isso porque a notícia emerge *nas* e *das* relações sociais, ou seja, em um ambiente assimétrico e instável. Franciscato (2014: 87) reconhece a condição redutora dos critérios de *noticiabilidade*, em especial quando eles acentuam “aspectos isolados de um fato”. Esse autor lembra que o jornalismo está imerso num contexto espaço-temporal, vinculado a processos sócio-históricos. Assim, estabelecer regras do que será ou não notícia pode implicar em negligenciar os atravessamentos nascidos nas relações sociais, como os da memória, história e identidades.

Nesse texto, propomo-nos perceber a memória em meio ao processo noticioso, não como critério, mas como algo que perpassa o jornalismo. E isso porque as relações abrigam tensões *não-visíveis* que se refletem entre o que será lembrado e o que será esquecido. A notícia emerge como lembrança, mas “tão importante quanto entender o que recordamos, é compreender porque e como recordamos determinados acontecimentos e esquecemos de outros” (Cabecinhas, 2006: 6).

Entendemos o jornalismo como *experiência* relacional, em que a notícia não é apenas um produto construído em esteiras industriais, resultado da aplicação de fórmulas. Ela é um “estado

sempre nascente, revivida a cada momento no mundo da vida onde os sujeitos, tanto quanto a percepção, são construídos pela própria experiência” (Motta, 2014: 9). As notícias são *textos vivos* a produzir interpretações e a convocar temporalidades e historicidades. Elas são parte de uma confusa teia de relações que se entrelaça a outras incontáveis teias, sempre apontando para fora dos quadros propostos, buscando múltiplas conexões, inclusive além do jornalismo.

Além disso, o jornalismo está implicado no mundo, sendo operador sócio-simbólico que age em conjunto com outros operadores e que o público remaneja os sentidos propostos por ele, recolocando-os em seus ambientes culturais (Mouillaud, 1997). Assim, ele não se explica apenas por organizações e por seus modos de fazer. Empresas, jornalistas e fontes não são a *gênese* absoluta da notícia. A *relevância* de um acontecimento será construída nas relações que se tecem, fazendo-se memória, configurando-se notícia. *Relevância* “surge em reverberação, junto com uma experiência publicamente acessada e compartilhada” (Mafra, 2014: 107).

Analisamos nesse artigo os registros nos jornais brasileiros *Folha de S. Paulo* e *O Globo* sobre as nações dos povos de língua portuguesa, reunidos na Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP). Investigamos como esses jornais noticiaram os dez primeiros anos dessa entidade. O levantamento ocorreu nas edições de 1º de janeiro de 1996 a 1º de janeiro de 2006. Os países membros e efetivos da CPLP são: Angola, Cabo Verde, Guiné Bissau, Guiné Equatorial, Moçambique e São Tomé e Príncipe, na África; o Brasil, na América do Sul; Portugal, na Europa; e Timor Leste, na Ásia. Neles, o idioma oficial é o português e a língua comum é o principal laço e argumento comunitário da CPLP.

Contudo, a comunidade lusófona tem raízes mais profundas. Entre seus países, os elos sócio-históricos os entrelaçam, estabelecendo identidades. Por exemplo, Portugal foi metrópole dessas nações, e o Brasil se constituiu, em grande parte, com suor e sangue dos escravos das colônias luso-africanas. Em 1986, o Rio de Janeiro sediou o Encontro de Unificação Ortográfica da Língua, e a criação da CPLP, em 1996, foi resultado da ação direta do ex-embaixador brasileiro José Aparecido. Há um histórico de cooperação entre seus governos. Por exemplo, em 2011, foi criada a Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab). Ela tem sede no Ceará, no Brasil, e metade das vagas é destinada aos países da CPLP.

A *Folha de S. Paulo* e *O Globo* foram escolhidos nessa investigação porque biscoam ter abrangência nacional e têm as maiores circulações no Brasil⁴⁹. A *Folha*, por exemplo, tem como slogan “Um jornal a serviço do Brasil”. Já *O Globo* faz parte de um dos maiores grupos de comunicação do mundo, as Organizações Globo. Os dois jornais têm histórias ligadas aos maiores grupos econômicos do Brasil, fazem parte de complexos de mídia e possuem amplas parcerias internacionais, principalmente nos Estados Unidos. Arbex Jr. (2001) diz esses jornais são empresas capitalistas com o interesse no lucro e poder. Suas produções jornalísticas sempre são voltadas para a defesa e a promoção do capital financeiro e da máxima redução do Estado, apresentando-se como porta-vozes dos “interesses da nação”. Eles adotam um “discurso-para-

49 Dados da Associação Brasileira dos Jornais (ABJ), em 2014, o jornal *Folha de S. Paulo* teve a maior média mensal de circulação, com 351.745 jornais, seguido de *O Globo* com 333.860 edições.

o-mercado como estratégia empresarial e editorial” (Arbex Jr., 2001: 141), que estabelece o desenvolvimento norte-americano e eurocêntrico como padrão a seguir e, ao mesmo tempo, estigmatiza e exclui qualquer traços de subdesenvolvimento.

Outra visada do jornalismo: o enxergar de comunidades

A partir da investigação no acervo dos jornais encontramos somente 38 *registros* sobre a CPLP na *Folha de S. Paulo* (Tabela 1) e 50 em *O Globo* (Tabela 2) no período de dez anos. Como nosso objetivo é conhecer a ação direta e intencional dos jornais sobre a CPLP, definimos a categoria *registros* que abriga notícias, reportagens, entrevistas e editoriais. Foram excluídos os artigos de opinião, notinhas em colunas, cartas do leitor, editais e anúncios de publicidade.

Realizada essa triagem, os *registros* foram agrupados por anos e temas em quatro grupos, no sentido de “fato crucial” ou evento-chave (Ettema & Glasser, 2011): ações relativas ao presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC), de 1996 a 2002; ações do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, de 2003 a 2006; registros de acordos (ortográfico, saúde e outros); e registros de conflitos (golpes, guerras civis).

Tabela 1 – Registros na *Folha de S. Paulo* sobre a CPLP

Anos Critérios	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	TOTAL
Presidente FHC	05	-	01	01	01	-	02	-	-	-	10
Presidente Lula	-	-	-	-	-	-	-	04	04	-	08
Acordos CPLP	03	01	02	01	-	02	01	01	02	-	13
Conflitos	01	-	04	-	02	-	-	-	-	-	07
SUBTOTAL	09	01	07	02	03	02	03	05	06	00	38

Fonte: pesquisa no acervo do jornal de 1º de janeiro de 1996 a 1º de janeiro de 2006

Tabela 2 – Registros em *O Globo* sobre a CPLP

Anos Critérios	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	TOTAL
Presidente FHC	04	-	-	-	02	-	01	-	-	-	07
Presidente Lula	-	-	-	-	-	-	-	-	04	02	06
Acordos CPLP	05	04	03	02	02	02	02	01	02	02	25
Conflitos	01	-	04	05	01	-	-	01	-	-	12
SUBTOTAL	10	04	07	07	05	02	03	02	06	04	50

Fonte: pesquisa no acervo do jornal de 1º de janeiro de 1996 a 1º de janeiro de 200

De saída, constamos a irrelevante quantidade de registros nos dois jornais em dez anos da CPLP. As poucas notícias se diluíram, *perdendo-se* por entre 7.300 edições nesses periódicos em todo período. Na prática, é como se essa comunidade não existisse. Em *O Globo*, em média,

foram apenas de 5 registros por ano. Na *Folha*, somente 3,8.

Quando os dois jornais trataram da CPLP, o grupo *acordo* foi preponderante, muito em razão da proposta de unificação da escrita nos países da comunidade, mas não só por isso. Ao todo foram 13 registros na *Folha* e 25 em *O Globo*. Sugerimos uma relação com a ideia política brasileira de tutelar os destinos dos países africanos, que até se assemelha a ação neocolonial, e que visa receber o apoio dessas nações para uma vaga ao Brasil no Conselho de Segurança da ONU. Além disso, focar em *acordos* pode tirar o peso da dívida que o Brasil tem para com a África. No caso de *O Globo*, o interesse atende a ampliação do mercado de mídia.

Na análise dos dados, vale observar os registros dos presidentes. Na *Folha*, foram 10 anotações envolvendo FHC. O presidente Lula recebeu 8 registros nesse jornal. Em *O Globo*, as notícias com FHC foram 7 e, com Lula, 6. Entretanto, é preciso lembrar que no período dos dez anos, sete foram no Governo FHC e três no de Lula, revelando maior intensidade nos primeiros anos do presidente Lula. Há uma ação mais incisiva de Lula junto a CPLP, realizando um trânsito maior com África, diferente do que ocorreu com o presidente FHC. Na apuração mais detalhada, percebemos ainda a concentração dos registros. Na *Folha*, de 10 registros de FHC, 5 foram em 1996, sendo que 4 deles são de 14 a 18 de julho, em razão da viagem do presidente para a criação da CPLP. Depois, a temática só reaparece numa pequena notícia em 1998. Com Lula, em 2004, esse jornal publicou 4 notícias, sendo que todas foram de 21 a 28 de julho, em razão da viagem de Lula à África. Na sequência, há silêncio, incluindo todo ano de 2005.

No ano 2000 foram lembrados os 500 anos do Brasil. Ano marcado por ações de celebração e de protestos. Mas, nem a *Folha* e nem *O Globo* inseriram os países dessa comunidade nas coberturas da efeméride. Não é preciso lembrar que as nações da CPLP estão diretamente envolvidas com os 500 anos. No entanto, naquele ano há somente 3 registros na *Folha* e 5 em *Globo* e sem relação direta com os 500 anos.

Independentemente das relações históricas e identitárias entre os países dessa comunidade, a CPLP, enquanto instituição, não teria uma agenda que merecesse ser noticiada no Brasil? Em documento oficial dessa entidade, intitulado "18 anos CPLP: os desafios do futuro" (ILHARCO & MURARGY, 2014) estão relacionadas atividades realizadas, ano a ano, como missões diplomáticas e encontros envolvendo os países membros. No período dos dez anos foram anotados 151 atos oficiais. Em 2005, por exemplo, enquanto a CPLP teve 29 eventos (Quadro 1), na *Folha* não há registro relacionado à comunidade. Nem quando o Brasil comandou a CPLP (2000 e 2001), houve noticiabilidade. Nesses dois anos foram registradas 27 ações na CPLP. Em *O Globo* foram 7 registros, e na *Folha*, apenas 5 no período (Tabela 3).

Quadro 1 – Acontecimentos oficiais da CPLP em 2005

- X Reunião do Conselho de Ministros.
- VI Conferência de Ministros de Educação.
- IV Reunião de Ministros do Ensino Superior, Ciência e Tecnologia.
- X Conferência de Ministros da Justiça dos Países de Língua Portuguesa.
- VIII Reunião dos Ministros da Defesa.
- VI Reunião de Ministros da Educação.
- VI Reunião dos Ministros do Trabalho e dos Assuntos Sociais.
- III Conferência Ministerial dos Ministros das Pescas.
- Reunião de Constituição da Associação dos Portos dos Países de Língua Portuguesa.
- VI Congresso Internacional de Jornalistas de Língua Portuguesa.
- XXI Assembleia Geral da UCCLA.
- VIII Encontro dos Tribunais de Contas da CPLP.
- X Reunião da Comissão Mista de Cooperação Técnica, Científica e Cultural do Conselho Directivo dos Tribunais de Contas da CPLP.
- XIII Fórum da Associação dos Operadores de Correios e Telecomunicações dos Países de Língua Portuguesa, "Gerações Digitais".
- Reunião Extraordinária de Ministros e Secretários de Estado da Presidência e Assuntos Parlamentares.
- III Fórum Permanente dos Arquivos Nacionais de Língua Portuguesa.
- VI Encontro de Secretários-gerais dos Parlaentos de Língua Portuguesa.
- V Encontro das Imprensas Oficiais de Língua Portuguesa.
- XV Reunião dos Diretores-Gerais dos Institutos de Estatística da CPLP.
- V Encontro dos Diretores Nacionais dos Serviços de Migração e Fronteiras.
- VI Fórum dos Presidentes dos Supremos Tribunais de Justiça.
- I Reunião dos Médicos dos Países de Língua Portuguesa.
- IV Fórum Empresarial da CPLP.
- IV Fórum das Mulheres Empresárias da CPLP.
- I Encontro de Organismos de Fiscalização das Actividades Económicas dos Países da CPLP.
- V Edição de Jogos Desportivos da CPLP.
- III Assembleia-Geral do Fórum da Juventude da CPLP.
- VI Congresso Internacional do Jornalismo de Língua Portuguesa.
- Portugal cria portas especiais de entrada nos seus aeroportos para os cidadãos de países da CPLP.

Fonte: 18 anos CPLP: os desafios do futuro (2014, p. 154-155)

Tabela 3 – Comparação entre atos oficiais da CPLP e os registros nos jornais

	Atos oficiais da CPLP	Registros na <i>Folha de S. Paulo</i>	Registros em <i>O Globo</i>
1996	08	09	10
1997	09	01	04
1998	13	07	07
1999	08	02	07
2000	15	03	05
2001	12	02	02
2002	18	03	03
2003	16	05	02
2004	23	06	06
2005	29	00	04
TOTAL	151	38	50

Fonte: Pesquisa nos acervos dos jornais e em 18 anos CPLP: os desafios do futuro

Apenas no primeiro ano de criação da CPLP há uma equivalência entre o número de atos oficiais da entidade e a quantidade de registros nos jornais, talvez, em razão da *novidade*. No entanto, logo no ano seguinte e nos demais subsequentes, essa comunidade ficou esquecida. Não discutimos se os registros da CPLP são os mesmos dos jornais. Utilizamos os dados oficiais das atividades da comunidade para revelar a existência da possibilidade de ações noticiáveis e propor uma comparação. Em 1999, por exemplo, a CPLP teve 8 atos oficiais, entre eles a de uma missão para acompanhar o referendo sobre a independência de Timor-Leste. Naquele ano, a *Folha* apresenta dois registros fora da agenda da CPLP. Um é a ida do presidente FHC a Lisboa, e o outro é uma entrevista com os escritores Mia Couto (Moçambique) e Pepetela (Angola).

Diante desses dados, sugerimos pensar na *invisibilização por ausência* da CPLP, uma ação que não possibilita enxergar o Brasil como membro dessa comunidade, confirmando uma *não-noticiabilidade*. De fato, há uma série de assuntos e questões que não encontrou lugar nos critérios para que se tornassem notícia. Em razão dos múltiplos traços comuns, das relações

históricas e identitárias, poder-se-ia esperar que temas da CPLP tivessem alguma *relevância* e *proximidade* aos brasileiros, mas o que se percebeu foi silenciamento. Os poucos registros dizem da “presença de uma ausência”. Sugerimos que essa memória oculta tenha relação com a história e que passa pelo jornalismo sem muita percepção. Assim, buscamos analisar, além dos números, os poucos registros sobre a CPLP nesses jornais.

Para além dos números: histórias, memórias e identidades em jogo

Quando tratamos de *memória* lidamos com lembranças e esquecimentos que, em nosso caso, entrelaçam-se ao jornalismo. Da memória, pontuamos que é o recordar deliberado, o processo de construção de elos entre passado e futuro. Lembra Nunes (1988: 29) que, “pela mediação do passado, o presente e o futuro se vinculam à tríade dos antecessores dos contemporâneos e dos pósteros”. Além disso, não há fronteiras entre memória individual e coletiva, embora esta última “extraia sua força e duração do fato de que um conjunto de homens lhe serve de suporte, são indivíduos que se lembram enquanto membros de grupos” (Ricoeur, 2008: 133).

Nossa atenção está voltada para a memória social, entendida como uma coletânea de “rastros deixados pelos acontecimentos que afetaram o curso da história dos grupos envolvidos, e que se lhe reconhece o poder de encenar essas lembranças comuns por ocasião de festas, ritos, celebrações públicas” (Ricoeur, 2008: 129). Assim, o conjunto dos poucos registros sobre a CPLP nesses dez anos emerge como uma coletânea de rastros que vai constituir nossas lembranças/esquecimentos.

Pollak (1992) assegura que a memória social é fenômeno seletivo, instável e submetido a jogos de poder. “A memória nacional constitui um objeto de disputa importante, e são comuns os conflitos para determinar que datas e que acontecimentos vão ser gravados na memória do povo” (Pollak, 1992: 204). Os eventos serão esquecidos ou lembrados em razão dessas tensões. Por isso, recordar e esquecer são uma mesma plataforma. Afirma Ricoeur (2008: 435): “o esquecimento comum está, sob esse aspecto, do mesmo lado silencioso que a memória comum”. Festejar a memória é, ao mesmo tempo, um ritual solene de esquecimento e que interdita o “acesso aos tesouros enterrados da memória” (Ricoeur, 2008: 452).

Fica patente que a memória não surge como um truque de mágica. Ela utiliza-se da função mediadora das narrativas, porque é impossível lembrar e narrar tudo e sobre tudo. É exatamente essa *condição* que será utilizada para omitir e manipular.

“As estratégias do esquecimento enxertam-se diretamente nesse trabalho de configuração: pode-se sempre narrar de outro modo, suprimindo, deslocando as ênfases, refigurando diferentemente os protagonistas da ação assim como os contornos dela. Para quem atravessou todas as camadas de figuração e refiguração narrativa desde a constituição da identidade pessoal até a das identidades comunitárias que estruturam nossos vínculos de pertencimento, o perigo maior, no fim do percurso, está no manejo da história autorizada, imposta, celebrada, comemorada – da história oficial” (Ricoeur, 2008: 455).

Também Le Goff (1990) empresta à memória importância nas lutas pelo poder. “Tornarem-se senhores da memória e do esquecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram e dominam as sociedades históricas” (Le Goff, 1990: 426). Segundo esse autor, esquecimentos e silenciamentos da história revelam os mecanismos de manipulação da memória. Para Cunha (2006: 83), a memória é “um campo de disputa, passando o controle social e mesmo o exercício do poder, pela capacidade de definir o memorável e o que deve ser esquecido”. É o que também diz Halbwachs (1990) ao sustentar que somos arrastados em múltiplas direções, mas a memória será a referência de segurança.

Quais são as memórias que estão em jogo na *Folha de S. Paulo* e em *O Globo* sobre a CPLP? Metodologicamente, um caminho para a resposta é o da análise crítica da história. O Brasil, por exemplo, foi incluído no mapa do mundo no século XVI e, para Furtado (2007), isso se deu em razão da expansão mercantil europeia. A imposição desse destino - ser lugar de *exploração* - norteou as ideias de um Brasil, que só nasce tardiamente no século XIX. No longo período de *não-nação* e, até depois, fomos o *outro*, uma colônia portuguesa com significativa presença predatória também de ingleses, franceses, holandeses. As massas de gente inseridas no Brasil participam dessa violenta lógica da exploração. Assim, boa parte das nossas relações humanas foram submetidas a esse quadro, com reflexos na construção identitária.

Em 1808, com a fuga da corte portuguesa ao Brasil e, depois, com a Independência, a referência identitária da nova nação será europeia, cabendo a elite luso-brasileira desenvolver o *caráter nacional*, ou seja, um tipo ideal: homem, branco, culto, cordial. Essa linha de força identitária, que envolveu a construção do país, fixou o *outro* nesse mesmo território. Esse *diferente* é o negro, pobre, crioulo, africano, brasileiro africanizado, malandro, preguiçoso, que carrega uma brasilidade *maldita* e que explicaria, para a elite, nosso atraso. Basta lembrar as teses de negros como criminosos natos e da imigração nórdica para “embranquecer” o país ⁵⁰.

Imagina-se uma síntese de *identidade nacional*, fabricada em sentidos entrelaçados: acertar os passos com a civilização europeia, branca, do colonizador e, ao mesmo tempo, apagar traços identitários com negros africanos e índios. A ideia de *povo brasileiro*, que se configura como memória social nacional, por exemplo, com o mito da “união harmoniosa das três raças”, é uma das matrizes que busca apagar e marcar étnica e racialmente os negros como *outros* a serem excluídos. As grandes narrativas históricas dominantes vão tentar conduzir a construção identitária nacional, que

“pressupõe apagar algo que positivamente existia (a violência da colonização, o sistema escravagista e a multidão de negros que povoavam o país) e, ao mesmo tempo, pressupõe criar algo que positivamente nunca existiu: o consórcio harmonioso entre colonizador e o habitante natural da terra, o reconhecimento da resistência

50 Mais em RODRIGUES, N. (1957) *As raças humanas*. São Paulo: Progresso; FREYRE, G. (1946) *Casa Grande & Senzala*. Rio de Janeiro: José Olympio; ROMERO, S. (1943) *História da literatura brasileira*. Rio de Janeiro: José Olympio; e outros.

heróica das culturas autóctones, a convergência entre valores nativos e os valores da civilização ocidental” (Cunha, 2006: 101).

É preciso registrar dois aspectos históricos que têm influência nos processos identitários e que envolvem os países da CPLP. O primeiro é que o Brasil é uma das últimas nações a encerrar a escravidão negra. Nas vésperas do século XX, muitos de nós eram “seres sem alma”, como negros e índios eram tratados. São 320 anos de um dos mais perversos sistemas escravocratas e isso não vai passar incólume na memória social e nem na construção das identidades. O segundo é que os países africanos que foram colônias portuguesas só deixaram essa condição há menos de 40 anos. Só em 1975 Moçambique ganha independência.

Temos, assim, um quadro que fixa papeis de civilização e desenvolvimento na Europa, e de primitivismo e pobreza nas ex-colônias, construção que se espraia pelo jornalismo até as raízes mais profundas da formação das nações da CPLP. Para Sodré, no Brasil ainda persiste a utopia civilizatória europeia, que continua “a reproduzir o discurso de enaltecimento do seu valor universalista, como garantia da colonialidade do poder” (Sodré, 1999:33).

Na investigação sobre a CPLP nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, os rastros fazem emergir memórias e identidades que põem nas sombras as raízes dos países da comunidade; mas também revelam brechas por onde se pode criticar ao neocolonialismo e as tentativas de apagar, principalmente os negros, da constituição do Brasil nação. Não é demais relembrar que, dos nove países da CPLP, seis deles são africanos e considerados pobres.

Na *Folha* e no *O Globo* no dia 16/07/1996, por exemplo, véspera da criação da CPLP, o presidente Fernando Henrique Cardoso concedeu entrevista ao *Diário de Notícias*, de Lisboa. Os dois jornais brasileiros a reproduziram. Em *O Globo* (O País, p. 3), o presidente FHC afirma que a “mentalidade caipira e provinciana” do brasileiro “rejeita a globalização” (Figura 1). Na sequência, ele explica-se que essa “rejeição”, que nosso “atraso civilizacional” é decorrente de nossa “mentalidade caipira e provinciana”, “sem dúvida nenhuma, variante da mentalidade crioula”. Ou seja, ele convoca memórias, histórias e identidades.

Figura 1 – Recorte de parte da notícia em *O Globo*



Fonte: acervo do jornal *O Globo* (*O País*, 16/07/1996, p. 3)

Essa notícia faz emergir rastros de um ângulo de compreensão sobre o processo de formação do povo brasileiro, revelando uma presença constitutiva dos negros e crioulos, e que são incômodos às elites, das quais os jornais são guardiões de seus interesses. Essas pistas podem convocar desde um imaginário do apagamento da barbárie da escravidão até propor, como memória prospectiva, o imaginário da limpeza étnico-racial, para que o Brasil possa acertar os passos com a civilização globalizada. As dimensões identitárias envolvidas no evento da criação da CPLP parece está a serviço de uma memória, por vezes oculta e manipulada, revelando-se uma sutil disputa entre o que se deve lembrar e o que se deve esquecer.

Nesse sentido, o jornalismo é sinalizador de como o passado é lembrado e de como deve ser esquecido. Há um compromisso quase imperceptível com os ditos memoráveis e, ao mesmo tempo, com os silenciamentos. Por isso, a experiência jornalística

“não pode ser explicada e explorada unicamente a partir da face mais visível de seus produtos. É preciso apanhá-la entre um direito e avessos. Por esse caminho é possível indicar que as várias experiências estão intimamente conectadas com outras tessituras e, nesse sentido, necessariamente imbricadas na escrita dos acontecimentos jornalísticos” (Fonseca, 2014: 26).

De maneira geral, a *Folha* e *O Globo*, quando registram a CPLP, fazem-na revelando um organismo sem expressão econômica, política e diplomática, talvez em razão também do modo como o próprio governo brasileiro a percebe. As notícias giram em torno da relação de alinhamento entre Portugal e Brasil, nações que agem como “senhores” dos destinos dos países africanos pobres, doentes e entregues a corrupção e ditaduras. Em *O Globo* (*O País*, p. 8), o presidente Lula diz que a CPLP é uma “mostra do quanto Portugal e Brasil podem realizar juntos. Afinal, não nos faltam o que poderiam chamar de vantagens comparativas – a língua, a

cultura, a afinidade natural". A *Folha* e *O Globo* até chegam a reconhecer uma relação de parentesco entre Brasil e África, mas apenas para fixar as diferenças, fixando os países africanos como os "primos pobres dos brasileiros" (Figura 2).

Figura 2 – Recorte de parte da notícia em *O Globo*



Fonte: acervo do jornal *O Globo* (*O País*, 26/07/2004, p. 8)

Em 13/04/1999, a *Folha* (Brasil, p. 6) trata da ida do presidente FHC a Lisboa. Afirma o texto: "A visita a Portugal seria mais de compadrio, dado o relacionamento histórico entre os dois países". Lembra ainda o jornal: "A CPLP, que reúne, além de Brasil e Portugal, as antigas colônias africanas de Portugal". Ou seja, apenas os africanos foram colônias portuguesas? O jornal *esquece* que o Brasil foi colônia e só *lembra* o "compadrio" com Portugal. Ao que parece, os critérios de noticiabilidade não são suficientes para dialogar com certas sutilezas que atravessam o jornalismo. Assim, regras e ações de rotina podem não alcançar o jornalismo como experiência múltipla, implicado no mundo, em temporalidades e historicidades, em meio a tensões que constroem e desconstróem o lembrar e o esquecer.

A *Folha de S. Paulo*, em 15/07/1997 (Figura 3) traz um único registro a lembrar o primeiro ano da criação da CPLP. E ele é exemplar. Informa o texto que os países africanos de língua portuguesa querem que o Brasil estenda a eles o mesmo direito de livre circulação concedido aos portugueses, que podem visitar o país sem a necessidade de obter visto nos consulados. Esse registro do jornal foi publicado exatamente na página policial. Ou seja, essa visibilização seletiva do medo-rejeição do *outro* aparece como rastros também em outras edições dos dois jornais, reforçando memórias.

Figura 3 – Recorte de parte da notícia na *Folha de S. Paulo*



Fonte: acervo do jornal *Folha (Cotidiano, 15/07/1997, p. 4)*

Os jornais vão revelando, assim, uma *não-noticiabilidade* lusófona, seja pela ausência seja pelos poucos e contaminados registros de uma memória social ocultada e manipulada. Busca-se negar a condição histórica do Brasil como colônia e de encobrir o longo e violento processo de escravização. Dessa forma, não se reconhece a CPLP como uma comunidade, o que não deixar de ser uma posição identitária. De outro lado, e ao mesmo tempo, os poucos registros deixam escapar a construção de uma memória racista, que reafirma uma ancoragem eurocêntrica, de uma globalização pelo alto, indo da indiferença até a repulsa diante do *outro* que nos constitui profundamente.

Jornalismo: agente e forma da memória

Nosso percurso já indicou o jornalismo como dispositivo que faz lembrar e faz esquecer. Para Kitch (2008), o jornalismo é *espaço* de construção da memória, não atuando somente em eventos de impacto, datas cívicas, mas também no cotidiano. "A construção da memória social é um processo de longo prazo, de um tecer de pequenos momentos" (Kitch, 2008: 313), o que nos remete a coletânea de rastros.

Essa autora alerta que recebemos, simultaneamente, as informações e as formas de memória de várias fontes e não apenas da mídia, isto é, "estamos todos na mesma sopa da memória e, seus ingredientes, não vêm do jornalismo sozinho" (Kitch, 2008: 316). Ele não é o canal para a memória, mas *forma* e *local* de construção dela. Ao não atuar de forma exclusiva, o jornalismo se associa a outros dispositivos culturais, políticos, econômicos, educacionais, ou seja, "forma uma rede de memória que se liga a outras redes" (Kitch, 2008: 317).

Na investigação sobre os registros dos dez primeiros anos da CPLP na *Folha* e em *O Globo*, o jornalismo constitui-se em agente da memória social, articulando o silenciamento temático, longo e persistente, a uma memória manipulada, a partir dos rastros identificados. Essa constatação nos faz transitar da memória-passado à memória-prospectiva. O jornalismo

maneira a resignificação do passado domesticado e, ao mesmo tempo, aponta-nos um *dever* que também deve ser lembrado.

Ora, se não tomarmos conhecimento da existência de eventos ao longo do tempo e de forma regular, nenhum recordar vai se instituir, porque o nada não emerge. Essa memória ausente, no jornalismo, é parte da construção do esquecimento. Mesmo as raras notícias diluídas no emaranhado jornalístico fazem parte desse processo, no entanto, elas são rastros que dizem de formas políticas, culturais, sociais. Eles se configuram com o todo disponível, convertendo-se em uma memória obrigada.

Quando jornalistas se debruçam sobre acontecimentos que podem se tornar notícias, a exemplo da CPLP, parece incontornável não considerar as relações do passado entre Portugal e as suas ex-colônias na América, África e Ásia, mesmo que os jornalistas não tenham consciência de que estão num jogo entre o lembrar e o esquecer. Halbwachs (1990: 49) usa da metáfora dos “fios muito finos e entrelaçados” para explicar as temporalidades na construção de nossa memória. O jornalismo participa de alguma forma dessa tessitura que nos constitui.

Os exemplos das notícias nesse artigo revelam a articulação entre jornalismo, memórias e identidades. Em *O Globo* e na *Folha* (16/07/1996), quando o presidente FHC afirma que o “brasileiro pensa como caipira” emergem memórias retrospectivas, do Brasil colônia e, ao mesmo tempo, memórias prospectivas, que apontam o caminho que o país deve adotar para acertar os passos com a civilização, ou seja, apagando a “mentalidade crioula”. Em *O Globo* (26/07/2004), quando o presidente Lula diz que, através da CPLP, “o Brasil e Portugal podem realizar juntos” por conta da “língua, cultura, afinidade natural”, articula-se passado e *dever*.

Esse trabalho retrospectivo e prospectivo é nítido na *Folha*, em 18/07/2000 (Figura 4): “De uma só vez, FHC mandou recados para dissidentes políticos de Angola, cobrou união do grupo para enfrentar os efeitos da globalização, estabeleceu prioridades ao desenvolvimento comum, distribuiu verbas para treinamento de pessoal e disponibilizou tecnologia”.

Figura 4 – Recorte de parte da notícia na *Folha de S. Paulo*



Fonte: acervo do jornal *Folha* (Brasil, 18/07/2000, p. 7)

Sugerimos que a CPLP, seja pela invisibilização ou pelos poucos registros, alimenta uma memória coletiva. “Isso não implica pressupor que as memórias sejam uniformes dentro de um determinado grupo social, uma vez que cada pessoa recorda fatos diferentes em função de suas trajetórias e vivências pessoais” (Cabecinhas, 2011: 174). Compreendemos que há fios de significação persistentes a atravessar os arranjos sociais e, apesar do tempo “pós-colonial”, a descolonização parece não estar sepultada. Entre nós, visões de um mundo eurocêntrico ainda perduram (Sodré, 1999).

Percebemos uma relação de mútua exigência: o jornalismo necessita da memória para se posicionar e recontar os eventos. E a “memória precisa do jornalismo para fornecer um dos projetos mais comuns do passado” (Zelizer, 2008: 79). Para essa autora, os jornalistas não se reconhecem colaboradores na construção da memória porque são “fornecedores do presente”, e assim desprezam as relações com o passado. “O presente tornou-se horizonte. Sem futuro e sem passado, ele [o presente] produz diariamente o passado e o futuro de que sempre precisa, um dia após o outro, e valoriza o imediato” (Hartog, 2013: 148).

No jornalismo, a memória não é parâmetro ou critério nas notícias. No entanto, defende Zelizer (2008: 81) que “jornalismo e jornalistas são um local não óbvio, mas fértil de memória, e seu status como agentes de memória precisa ser melhor compreendido”. Acredita essa autora que a memória para os jornalistas dá sentido ao presente, “constrói conexões, sugere inferências, cria estacas de história, age como bitolas para medir a magnitude e impacto de um evento, oferece analogias e fornece curtas explicações” (Zelizer, 2008: 82). Assim, o passado é um rico repositório presente na vida dos jornalistas, na medida em que ele “oferece um ponto de comparação, uma oportunidade para a analogia, um convite à nostalgia e uma reparação aos eventos anteriores” (Zelizer, 2008: 82). Mas a autora não esquece que a memória traz um compromisso, na maioria das vezes obscurecido, com o não lembrar.

(Em) conclusão

O levantamento dos registros nos dez primeiros anos da CPLP na *Folha de S. Paulo* e em *O Globo* é parte de uma longa investigação⁵¹ que nos possibilita observar o processo de construção da memória dessa comunidade. Há uma discussão de fundo identitário. Chamamos atenção que nem a memória nem as identidades a atravessar o jornalismo emergem como critérios de noticiabilidade, mas são convocadas a propor interpretações, a produzir sentidos, a organizar, mesmo que sutilmente, um tipo de visão de mundo. Usos e abusos da memória pelo jornalismo conformam a *não-noticiabilidade*, o que não implica vazio, mas um campo aberto, tenso, fértil e inacabado que pode revelar a manipulação das memórias/esquecimentos.

Os poucos registros encontrados são rastros que denunciam um silenciamento e que, em grande medida, dizem das relações identitárias que se tecem historicamente entre o Brasil

51 A pesquisa completa, que é objeto do Doutorado na Comunicação da UFMG, objetiva investigar os 20 anos na CPLP a partir dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Globo*. Ela será concluída em dezembro de 2017.

e as demais nações da CPLP. Os elos entre nós são incontornáveis, porém, para os jornais, eles não são reconhecidos como noticiáveis. Assim, sugerimos pensar o jornalismo como dispositivo identitário, como agente e forma de memória, que atua como um domesticador retrospectivo e prospectivo do lembrar e do esquecer.

A coletânea dos rastros permite observar um processo de construção, de resignificação e de persistência de uma lógica que faz emergir a notícia como meio de memória manipulada, em razão do seu *modo de dizer* sobre a CPLP, configurando-se nas superfícies impressas com um *dito* sobre uma *não-comunidade*. A busca por esse fenômeno deságua na análise crítica da história, em que se denuncia a tentativa de apagamento como uma ação identitária, em razão da comunidade dos povos de língua portuguesa ser majoritariamente negra e africana.

Referências

- ARBEX JR. José. (2001). *Showrnlismo: a notícia como espetáculo*. São Paulo: Casa Amarela.
- CABECINHAS, Rosa. (2011). Narrativas identitárias e memória social: estudos comparativos em contexto lusófono. In: GAMA, Jaime *et al.* (Coord.) *Cultura Portuguesa, Interculturalidade e Lusofonia*. Braga: Universidade Católica Portuguesa, pp. 171-184.
- CABECINHA, Rosa *et al.* (2006). Identidades nacionais e memória social: hegemonia e polêmica nas representações sociais da história. In: MIRANDA, J. e JOÃO, M. I. (Eds.). *Identidades Nacionais em Debate*, Oeiras: Celta, 2006, pp. 67-92.
- CUNHA, Eneida L. (2006). *Estampas do imaginário: literatura, história e identidade cultural*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.
- ETTEMA, James. S. & GLASSER, Theodore. L. (2011). A íntima dependência mútua entre fato e valor. *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 6, pp. 249-276.
- FONSECA, Ana C. S. (2014). É tudo mesmo jornalismo? In: LEAL, Bruno. S. *et al* (Orgs.). *Para entender o jornalismo*. Belo Horizonte: Autêntica, pp. 19-28.
- FRANCISCATO, Carlos E. (2014). Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre a noticiabilidade. In: SILVA, Gislene *et al.* (Orgs.). *Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, pp. 85-113.
- FURTADO, Celso. (2007). *Formação econômica do Brasil*. 34ª ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- HALBWACHS, Maurice (1990). *A memória coletiva*. São Paulo, Vértice.
- HARTOG, François. (2013). *Regimes de historicidade*. Belo Horizonte: Autêntica.
- ILHARCO, Antônio & MURARGY, Murade. (2014). *18 anos CPLP: os desafios do futuro*. Lisboa: Ed. Sersilito.
- KITCH, Carolyn. (2008). Placing journalism inside memory – and memory studies. *Memory Studies*, v 1, n 3, Reino Unido, pp. 311-320.
- LE GOFF, Jacques. (1990). *História e memória*. Campinas/SP: Ed. Unicamp.
- MAFRA, Renan. L. M. (2014). Tudo é notícia? In: In: LEAL, Bruno. S. *et al* (Orgs.). *Para entender o jornalismo*. Belo Horizonte: Autêntica, pp. 103-118.

- MOTTA, Luiz G. (2014). Apresentação. In: LEAL, Bruno. S. et al (Orgs.). *Para entender o jornalismo*. Belo Horizonte: Autêntica.
- MOUILLAUD, Maurice. (1997). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora UnB.
- NUNES, Benedito. (1988). Narrativa histórica e narrativa ficcional. In RIEDEL, D. C. (Org.). *Narrativa, ficção e história*. Rio de Janeiro: Imago.
- POLLAK, Michael. (1992). Memória e identidade social. *Estudos Históricos*, v 5, n. 10. Rio de Janeiro, pp. 200-212.
- RICOEUR, Paul. (2008). *A memória, a história, o esquecimento*. Campinas: Ed. Unicamp.
- SHOEMAKER, Pâmela. (2014). Prefácio. In SILVA, Gislene et al (Orgs.). *Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular.
- SILVA, Gislene. (2014). Pensar critérios de noticiabilidade. In: SILVA, Gislene et al (Orgs.). *Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, pp. 51-69.
- SODRÉ, Muniz. (1999). *Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Petrópolis/RJ: Vozes.
- ZELIZER, Barbie. (2008). Why memory's work on journalism does not reflect journalism's work on memory. *Memory Studies*, v. 1 n. 1. Reino Unido, pp.79-87.