

O ÔNUS DA AGILIDADE NO JORNALISMO ONLINE

Bruno Peixoto Deiro¹

Resumo

A pressão por velocidade e atualização contínua na produção de notícias online, herdada dos serviços de agência de notícias, compromete a apuração e contribui para a crise de credibilidade do jornalismo identificada por autores como Muniz Sodré e Raquel Paiva. No presente artigo, a partir de um exemplo recente ocorrido com a versão digital da revista Veja, relaciona-se este fenômeno com as noções básicas do jornalismo e, brevemente, com a aceleração do cotidiano identificada por Paul Virilio e desenvolvida por outros autores.

Palavras-chave: Jornalismo online. Webjornalismo. Teoria do Jornalismo. Informatização. Teorias da Comunicação.

No dia 9 de janeiro de 2013, o site Veja.com, portal de notícias da revista Veja, apresentou como manchete principal a informação de que Bradesco e Santander, dois dos maiores bancos privados do Brasil, haviam anunciado a fusão entre as empresas. A notícia, que tinha como fonte um suposto e-mail interno que circulava entre funcionários de um dos bancos, foi divulgada pouco após o fechamento da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) e ficou no ar durante 22 minutos até ser retirada. “Essa falsa informação, que reaparece de tempos em tempos na internet, é fruto de boatos infundados que circulam há seis meses dando como fonte mensagens atribuídas a funcionários de um dos bancos”, declarou o próprio site, em nota de retratação, no dia seguinte.

Mesmo divulgada após o pregão, a notícia veiculada pela versão online da maior revista do país causou forte impacto no mercado. De acordo com o site Infomoney, os papéis relacionados aos bancos movimentaram R\$ 32 milhões no período de pós-negociação, enquanto normalmente seu volume médio diário após o fechamento do pregão regular

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. E-mail: brunodeiro@yahoo.com.br.

costumava ser de apenas R\$ 300 mil. Além disso, houve repercussão imediata nas redes sociais: a possibilidade de uma fusão poderia alterar a vida de milhares de funcionários e milhões de clientes dos dois bancos em todo o país.

A “barriga”, como é chamado popularmente o furo jornalístico que se mostra inverídico, seria apenas mais um caso de equívoco na imprensa, não fosse um exemplo sintomático de como a apuração tem perdido espaço para as exigências de velocidade no jornalismo online, mesmo em veículos que levam a vantagem de trazer para a internet uma reputação consolidada nas mídias tradicionais. Em um contexto em que a agilidade é mais importante do que a profundidade para atrair cliques, o boato neste caso ganhou eco com uma facilidade aterradora para uma revista de tamanho alcance.

A atual avalanche de informações intensificada pela internet e os efeitos disso sob os processos cognitivos da sociedade têm sido motivo de estudo por parte de diversos autores. GLEICK (2011), ao fazer uma revisão histórica da Teoria da Informação, critica em seu nascimento o sacrifício do significado. Segundo ele, SHANNON (1948) foi demasiadamente pragmático ao introduzir seus estudos na área com o artigo “A Mathematical Theory of Communication”, em que considerou irrelevantes as qualidades que dão valor e propósito à informação.

Apesar da inegável contribuição dada por Shannon ao campo da comunicação, sua proposta era de um modelo antissimétrico e computacional, em que a passividade do receptor, mesmo com a retroalimentação, mantinha o controle total nas mãos do emissor. Assim, além de um maior equilíbrio entre as duas partes, GLEICK (2011) defende a retomada do significado como valor fundamental para combater o excesso de informações nos tempos atuais, que foi amplificado com o uso de ferramentas digitais.

Ao comentar o trabalho de McLuhan sobre o impacto de novas tecnologias nas formas de aprendizagem, MENEZES (1999) lembra que este conflito é facilmente verificado nas salas de aula, onde a mistura de experiências pode provocar uma falta de sintonia. Enquanto os professores têm sua formação moldada pela informação linear contida em livros, jornais e revistas, os alunos têm diversas outras fontes primárias de conhecimento.

Segundo o autor, alguns destes alunos “convivem com um excesso de informação, navegam por muitos sites, batem papo com diferentes pessoas e nem sempre conseguem

processar os fragmentos de informação. No contexto do excesso de informação, talvez sentem dificuldade de articular um sentido” (MENEZES, 1999, p. 5).

No presente trabalho, esta produção de notícias jornalísticas para a internet é denominada jornalismo online, mas poderia ser chamada de webjornalismo, jornalismo eletrônico, jornalismo digital ou qualquer outra definição do gênero. Como explica MIELNICZUK (2003, p. 22), não há consenso sobre qual o termo mais apropriado para designar a atividade e as diferenças entre eles são sutis. Por isso, é adotado neste trabalho o termo que considero que melhor caracteriza o ambiente em que o trabalho jornalístico é realizado. Na definição proposta por MIELNICZUK, “é desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real”. (2003, p.27).

O fluxo contínuo de informações no jornalismo online, porém, é apontado desde seu surgimento como característica intrínseca na produção. Como aponta MIELNICZUK (2003), a atualização contínua dos conteúdos é uma das características da notícia para a web e possibilitou o surgimento de uma categoria especial de cobertura chamada de Últimas Notícias, que foi adotada pela maioria das versões digitais dos jornais impressos. Essa agilidade, lembra a autora, é o que permite fazer o acompanhamento em tempo real dos fatos.

Esta inovação, no entanto, é apenas uma das facetas da nova configuração da atividade jornalística, marcada pelo fim da produção industrial, em que as funções eram bem definidas dentro das redações e o editor escolhia o que publicar. MARTINEZ (2007) afirma que, como produtores de notícias, os jornalistas (em geral, jovens com facilidade de lidar com softwares, mas pouca experiência) passaram a ter os meios de produção nas mãos, sem filtros e revisões. Com isso, o jornalismo online herdou a agilidade das antigas agências de notícia, mas não prioriza da mesma forma a preocupação com a checagem. Esta diferença, argumenta a autora, vai contra os princípios básicos da atividade.

O jornalismo on-line não eliminou os fundamentos do jornalismo escrito. Fatos ainda devem ser checados mais de uma vez, a escrita ainda tem que ser clara e fluida, as matérias devem incluir contexto e, obviamente, as práticas éticas que norteiam a profissão devem ser seguidas (Martinez, 2007, p.27)

Na crítica de RAMONET (1999, p.34), o jornalista reforça desta maneira seu caráter de profissional do imediatismo, um instantaneísta que, incapaz de filtrar os acontecimentos sob o jugo do “tempo real”, se torna uma testemunha a mais dos fatos. Segundo este e outros autores, isto tem contribuído para que a credibilidade, considerada o principal valor de uma

empresa jornalística que se pretende relevante na sociedade, venha sofrendo questionamentos ainda mais fortes no ambiente online.

Ao analisar a emergência de blogs como fonte de informação, CHRISTOFOLETTI e LAUX (2008) lembram que a questão da credibilidade constitui a pedra fundamental do jornalismo desde que a área começou a ser teorizada.

O fato é que a preocupação com informações confiáveis existe há mais de 300 anos. Já na primeira tese doutoral sobre Jornalismo, em 1690, o alemão Tobias Peucer apontava a necessidade de os relatos jornalísticos desfrutarem de uma condição de veracidade e de confiabilidade para que fossem bem aceitos pela comunidade. (CHRISTOFOLETTI; LAUX, 2008, p.33)

Considerada o principal valor de uma empresa jornalística que se pretende relevante na sociedade, a credibilidade dos veículos está em xeque no ambiente online, segundo alguns autores. No livro Jornalismo Contemporâneo, que reúne contribuições de pesquisadores brasileiros sobre os indícios de uma ampla crise vivida pela imprensa em todo o mundo, SODRÉ e PAIVA (2011) sinalizam esta tendência.

O trabalho aponta para um decréscimo de credibilidade dos veículos informativos em sua relação com as novas tecnologias da informação, entretenimento e mercado. “A mídia de hoje, com raras exceções, passa ao largo das virtudes cívicas implicadas no esclarecimento, que vêm se tornando desnecessárias pelo mercado do entretenimento e do falatório.” (SODRÉ; PAIVA, 2011, p.26).

No texto, os autores lembram ainda que os cursos de jornalismo das décadas de 70 e 80 tinham como base a redação e a apuração. Enquanto a redação, mesmo com recursos modernos de narrativa e ferramentas de hipertextualidade, manteve na rede estrutura semelhante aos formatos usados nas mídias tradicionais, a apuração metódica, argumentam, tem ficado em segundo plano. Mesmo com a constatação de que há um recrudescimento de gêneros jornalísticos mais aprofundados como a grande reportagem, bastante popular entre os estudantes de jornalismo, a busca por fontes confiáveis e pontos de vista complementares não pode ser deixada de lado.

LIMA (2010) lembra que a relação entre o fazer jornalístico e seu canal deve ser puramente técnica, de maneira a apenas realizar a adequação da linguagem.

No jornalismo, o veículo serve, e deve servir, apenas como canal. Seja na televisão, rádio, revista, periódico e até mesmo na internet, é preciso esclarecer que quando se fala em jornalismo alguns conceitos referentes ao exercício da profissão de reportar a notícia devem-se manter íntegros e estratificados. É permitida adaptação da linguagem, do código e até do formato, porém sem alterar a estrutura jornalística de tratar a notícia. (Lima, 2010, p. 4)

Ao descrever as novas exigências que são feitas aos profissionais, como a familiaridade com determinados softwares e conhecimentos em mídias sociais, FERRARI (2003, p. 73) afirma que antigas habilidades como saber contextualizar informações e hierarquizar as notícias se mantêm fundamentais na era digital. “Coberturas irresponsáveis, falta de checagem das informações que serão veiculadas na web e uma infinidade de outros erros primários são cometidos diariamente na imprensa digital brasileira” (FERRARI, 2003, p. 80)

SODRÉ e PAIVA (2011) afirmam que a apuração na produção para a internet tem atualmente duas características evidentes: baixa qualidade e excesso de fontes. Para eles, os dois fatores têm uma ligação direta. “A falha na apuração e o excesso de informação em circulação ou à disposição têm produzido um ambiente em que as notícias circulam de maneira acelerada consolidando o ambiente de boato” (SODRÉ; PAIVA, 2011, p.28).

Citado durante as aulas de Teoria da Comunicação, VIRILIO (2000) apresenta em “A velocidade de Libertação” as noções da chamada dromologia que guiam a lógica das sociedades pós-modernas. Em um processo contínuo de aceleração, as exigências de adaptação dentro destas comunidades criaram uma divisão em que apenas os dromoaptos conseguem se integrar e acompanhar este imediatismo. Em uma reformulação da máxima “o meio é a mensagem”, que marcou o trabalho de Marshall McLuhan, Virilio sinaliza uma mudança de paradigma onde a velocidade passar a ser o principal fim no processo comunicacional: a mensagem, agora, é determinada por sua velocidade.

MENEZES (2002) resume a proposta da mudança apresentada pelo autor da seguinte maneira: “Atento às possibilidades e problemas levantados pelo fato de todo o planeta estar conectado em rede, Virilio mostra que a interatividade, o imediatismo e a ubiquidade representam a verdadeira mensagem da emissão e da recepção em tempo real” (MENEZES, 2002, p.13).

A partir destes conceitos, que posteriormente foram desenvolvidos por Eugênio Trivinho, CAZELOTO (2009) elege a aceleração como um dos eixos que caracterizam a **9º Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero**
<http://www.casperlibero.edu.br> | interprogramas@casperlibero.edu.br

informatização da sociedade. Ressaltando o papel da velocidade como organizador da divisão social do trabalho, o autor faz a transposição deste valor para o ambiente digital.

Na cibercultura, (...) a dromoaptidão inaugura uma nova forma de hierarquização calcada não apenas na capacidade de aquisição e manutenção de equipamentos e conhecimentos de ponta, mas também na possibilidade de descarte dos modelos antigos e na velocidade de adaptação às técnicas e práticas culturais. (CAZELOTO, 2009, p. 110)

Pressionados pela necessidade de atualização contínua, sem o horário de fechamento que norteia o jornalismo impresso, os profissionais passaram a conviver com o que Moretzsohn (2000) chama de “era do tempo real”. A exigência de produção para meios com características distintas, ainda que ligados pela escrita, desconfigura a própria caracterização da atividade jornalística. “Opera-se aí uma alteração significativa: 'jornalismo' passa a se chamar 'conteúdo', palavra que define agora o que os repórteres devem produzir para se adaptar a todos os veículos da empresa” (MORETZSOHN, 2000, p.60)

Produto da atividade jornalística, a notícia sempre teve no imediatismo um de seus principais apelos – no auge da popularidade dos jornais impressos, as múltiplas edições ao longo do dia traduziam esta estratégia dos veículos. Como explica MORETZSOHN (2000), ela se enquadra, portanto, no fetichismo que as mercadorias adquirem quando colocadas à venda no mercado.

Definida como mercadoria, tanto por teóricos como Habermas quanto por grandes empresas jornalísticas como a *Folha de S. Paulo*, a notícia não fugiria à regra: esconde o processo pelo qual foi produzida e vende mais do que a informação ali apresentada. Vende também, e principalmente, a ideologia da velocidade. (MORETZSOHN, 2000, p. 119-120)

A urgência na atividade jornalística, portanto, precede o surgimento da internet. No caso da já citada semelhança entre a agilidade do jornalismo online e dos antigos serviços de agência noticiosas, a gravidade reside no fato de que, enquanto os últimos produzem um material que depois será filtrado pelos jornais, o trabalho feito pelos primeiros tem publicação quase imediata e muitas vezes automática. A ausência dos mecanismos de checagem, detalhamento e contextualização, assim, muitas vezes compromete a qualidade das notícias veiculadas.

Outro agravante para estas exigências de velocidade é o ambiente físico em que estão inseridos os jornalistas, com redações cada vez menos numerosas, o que inibe ainda mais a

apuração de notícias nos lugares onde os fatos acontecem. Há consonância com o processo de desqualificação do trabalho caracterizado por CAZELOTO (2007), uma vez que a requisição principal é menos a aptidão jornalística do que a capacidade de lidar com as exigências operacionais dos publicadores e disponibilizar rapidamente o conteúdo no ar. “Informatizadas e padronizadas, as tarefas administrativas são menos dependentes do talento ou da capacidade de trabalho dos profissionais” (CAZELOTO, 2007, p. 173-174)

Indo um pouco mais além, é possível fazer uma relação entre a baixa qualidade da apuração no jornalismo online e algumas das ideias expostas por BAITELLO JUNIOR (2012). No livro “O pensamento sentado: sobre glúteos, cadeiras e imagens”, um dos pontos defendidos pelo autor é que o sedentarismo mental reflete o próprio sedentarismo físico.

Como o jornalismo feito dentro das redações online é cada vez mais dependente do olhar do outro, muitas vezes sem pessoal para ir às ruas, a prática do pensamento crítico por parte dos profissionais de imprensa tende a se acomodar da mesma forma. Relacionando com o conceito de janela sintética, o trabalho burocrático em frente ao computador nas redações online afasta cada vez mais os jornalistas de seu real objeto de trabalho: os fatos que acontecem lá fora, no mundo real.

As janelas sintéticas são recortes de tempo e de espaço, molduras que apresentam experiências e vivências. Não são as vivências e experiências, elas próprias, mas uma simplificação delas, como se fossem uma imitação ou uma cópia, uma tradução delas. As modernas telas não são diferentes, sob esse ângulo. A tela do cinema, a tela da televisão, a tela do computador também são janelas sintéticas, mostram o mundo sinteticamente, simplificam (porque recortam) o mundo dentro delas próprias. (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 52)

Esta fixação em relação às janelas sintéticas tem ligação, segundo o autor, com o poder do retângulo na cultura ocidental, anunciado pelo escritor, jornalista e cientista político Harry Pross. Ele lembra que “o mais desafiador está fora das molduras dos retângulos e das janelas sintéticas. E por isso as janelas são também tão sedutoras, porque conduzem e nos desafiam a ver o que está escondido, conduzem-nos a imaginar o que não é mostrado” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 55).

Por fim, relacionando com as teorias da Comunicação, estas questões ainda evocam a mudança de paradigma provocado pela transformação da cultura de massa em cultura de rede. Entre os muitos assuntos debatidos na disciplina Teorias da Comunicação estavam os

problemas que os modelos de cultura de massa encontraram ao se deparar com o hibridismo atual presente no ambiente de rede. Os donos de empresas jornalísticas ainda têm em mente as relações diretas de estímulo e resposta no contato com o público, oriundo do esquema funcionalista idealizado por LASWELL (1971). Reestruturando a teoria linear criada pelo estudioso nos primórdios dos estudos sobre comunicação, a internet permite um ambiente em que, pelos menos teoricamente, todos podemos ser emissores e receptores.

Ao identificar as funções da mídia na sociedade, o autor aponta cinco utilidades principais: vigilância, correlação, transmissão, entretenimento e mobilização. Alguns autores contestam a eficácia deste modelo em que caberia aos editores e jornalista o papel central na tarefa de promover a correlação entre as partes da sociedade em resposta ao ambiente (LASSWELL, 1971).

Henry Jenkins, um dos principais entusiastas da cibercultura, resume estes desafios em seu livro “Cultura da Convergência”.

A convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. (...) Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. (JENKINS, 2008, p. 45)

Assim, o pacto de credibilidade que era mantido entre público e imprensa nas mídias tradicionais sofreu mudanças estruturais e tem de ser renovado, na visão de Jenkins. A postura unilateral da mídia em relação ao público na compreensão contextualização dos fatos não faz mais sentido, e o jornalismo teria a obrigação de, neste novo cenário, servir como catalisador de informação de qualidade.

CHRISTOFOLETTI e KARAM (2011) ressaltam esta necessidade de qualificação e adaptação por parte das grandes empresas jornalísticas tradicionais.

O fato é que não se pode ignorar a presença de novos atores neste processo de produção e distribuição informativa. Esta não é uma boa nova para quem já opera no segmento há mais tempo. A segunda notícia ruim para os meios acostumados com a exclusividade e que agora perderam essa primazia é que a situação parece ser irreversível. Isto é, a expansão das redes sociais, o crescente peso e influência das mídias sociais, e o surgimento de novos canais informativos indicam uma tendência conturbada da vigência simultânea de modelos distintos. (CHRISTOFOLETTI; KARAM, 2011, p. 92)

O presente artigo não tem a pretensão de fazer um retrato da qualidade do conteúdo jornalístico produzido atualmente para a internet no Brasil, mas propõe uma reflexão a partir de um exemplo concreto. Jornalismo de boa ou má qualidade é produzido em todos os tipos de canais e não cabe aqui fazer uma avaliação crítica sob este ponto de vista. O que se quer alertar, no entanto, é que as mudanças nas rotinas de produção, com a aceleração do ritmo de elaboração de matérias, vão de encontro ao papel de filtragem criteriosa de informação que o jornalismo, em crise, poderia assumir no ambiente de rede.

Uma proposta possível neste sentido é o conceito de curadoria de conteúdo, trabalho que hoje é feito na internet em larga escala por algoritmos matemáticos. A curadoria humana, explicam SAAD e BERTOCCHI (2012), traz uma riqueza muito maior para os consumidores de informação.

Um curador de conteúdos é capaz de agregar novas e inusitadas perspectivas à informação, oferecendo aos seus usuários a surpresa, o inesperado ou simplesmente aquilo que o usuário nem imaginaria existir no mundo e sobre o mundo, ampliando seu próprio entendimento de mundo. (SAAD; BERTOCCHI, 2012, p. 137)

Esta tarefa, afirmam as autoras, pode ser feita por atores diversos, como ativistas, blogueiros, pesquisadores e comunicadores em geral. A vocação principal, porém, é do jornalismo, pois “o jornalista em especial, e o próprio campo da Comunicação se constituem no cenário mais propício às atividades de curadoria da informação pelas próprias características” (SAAD; BERTOCCHI, 2012, p.140). Esta reflexão pode ser levada em conta e servir de contraponto para a aceleração e o relaxamento na apuração verificados nos dias atuais.

Referências

- BAITELLO JR, Norval. **O Pensamento Sentado. Sobre glúteos, cadeiras e imagens**. Porto Alegre, Brasil: Editora Unisinos, 2012.
- CAZELOTO, Edilson. **A velocidade necessária**. In: Pollyana Ferrari. (Org.). Hipertexto, hipermídia. São Paulo: Contexto, 2007.
- CAZELOTO, E. (Org.); TRIVINHO, E. (Org.). **A cibercultura e seu espelho**. São Paulo: Itaú Cultural, 2009.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério; LAUX, Ana Paula França. **Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera**. São Paulo: Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v.31,p. 29-49, 2008.

CHRISTOFOLETTI, Rogério Francisco; KARAM, José Castilhos. **Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação**. In: SILVA, Gislene; KÜNSCH, Dimas. Et al. (Orgs.). *Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2011.

GLEICK, James. **The information : a history, a theory, a flood**. New York: Pantheon, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Editora Aleph, 2008.

LASSWELL, Harold. **A estrutura e a função da comunicação na sociedade**. In: COHN, Gabriel (Org.). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: EDUSP, 1971.

LIMA, Renato Martins de. **A qualidade da informação do jornalismo online**. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-lima-webjornalismo.pdf>. Acesso em: 8 jan. 2013.

MARTINEZ, Adriana Garcia. **A construção da notícia em tempo real**. In: FERRARI, Pollyana (org). *Hipertexto, hiperídia: as novas ferramentas da comunicação digital*. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

MENEZES, J. Eugenio de O. **As formas de percepção e as mudanças culturais. Releitura de McLuhan**. Revista NIFE, Faculdades Sant'Anna, a.6, n.5, p.193-196, 1999. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/percepcao.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2012.

MENEZES, J. Eugenio de O. **Rádio e cibercultura - contribuições para as teorias dos media**. XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador, 2002.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. FACOM/UBA, Salvador, 2003.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: O fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro, Editora Revan, 2002.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 1999

SAAD, Beth; BERTOCCHI, Daniela. **A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria**. Matrizes (Online), 2012.

SHANNON, Claude E. **A Mathematical Theory of Communication**. Bell System Technical Journal, 1948.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **Informação e boato na rede**. In: SILVA, Gislene; KÜNSCH, Dimas. Et al. (Orgs.). *Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2011.

VIRILIO, Paul. **A velocidade de libertação**. Lisboa: Relógio D'Água, 2000.