

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Webjornalismo, velocidade e precisão:
o caso do site “UOL Eleições 2002”

Dissertação de Mestrado

Demétrio de Azeredo Soster

Porto Alegre, setembro de 2003

RESUMO

A prática do jornalismo é afetada, desde o início, pelo aumento da velocidade de produção e veiculação das informações. O fenômeno se aprofunda com a introdução da Internet em escala comercial e a implantação dos webjornais no final do século XX. Esta pesquisa observa a relação entre velocidade e precisão no webjornalismo, tomando como objeto empírico o site UOL Eleições 2002. Fazemos o mapeamento dos erros cometidos entre 02 e 07 de outubro de 2002, período de grande relevância por ser o final do primeiro turno das eleições presidenciais no Brasil. Os erros, classificados como *ruídos de linguagem e imprecisão jornalística*, embora variáveis na escala de gravidade, comprometem a qualidade da informação e, conseqüentemente, o eixo de sustentação da credibilidade do jornalismo.

ABSTRACT

Journalism has ever since its beginning been affected by the fast pace of information production and spread. This phenomenon has been deepened further with the introduction of Internet in commercial scale and with the implementation of Web papers by the end of the 20th Century. This research contemplates the relationship between speed and precision on Web papers. The site *UOL Eleições 2002* (UOL Elections 2002) has been used as an empirical object. Inaccurate pieces of news have been mapped out from October 2 to October 7, 2002. That was a major time during the electoral period of 2002 in Brazil - the end of the first round of the elections for presidency. Inaccuracies were classified as either *language breakdown* or *journalistic imprecision*. Although varying in range of gravity, they seriously compromise the quality of information and; therefore, the sustaining axis of journalism's credibility.

1 A REDUÇÃO DAS DISTÂNCIAS

O jornalismo vive, neste princípio de século, um momento ímpar em sua escala evolutiva, iniciada na Europa Central¹, muito provavelmente França. Decorrência principalmente das inovações de ordem tecnológica e social, tem-se um aumento radical das velocidades de produção, veiculação e circulação de informações, algo jamais visto até então: diferentemente do que ocorria quando as páginas de jornais tinham de ser montadas palavra por palavra, em um processo fundamentalmente artesanal, ainda que com matizes industriais, emprestando à prática jornalística um ritmo mais de acordo com a época em que se inseria, os tempos agora são de real time e a notícia assume cada vez mais contornos de fast food, conforme Ana Prado (2002, p. 92), “porque visa ao consumo rápido, tal como um fast food pode satisfazer rapidamente a fome e sem espera”.

O adjetivo fast fica por conta do fato de os leitores serem cada vez

¹ Kunczik (2001, p. 22) cita que “os predecessores dos jornalistas atuais eram os bardos viajantes, que reportavam e comentavam os acontecimentos do dia nas feiras, mercados e cortes aristocráticas, assim como os mensageiros e os escrivãos públicos”. Já Albert e Terrou (1990, p. 7) e Marcondes Filho (2000, p. 10) lembram que o primeiro semanário que se tem conhecimento foi a *Gazette*, de Théophraste Renaudot, publicada na França de 1631. Virilio (1996, p. 40) salienta que “(...) as primeiras gazetas (do italiano *gazetta* - dinheiro trocado) são chamadas na França de correntes (*courants*). A complexidade do termo, vindo do latim *currere*, indica simultaneamente a rapidez de um deslocamento daqui até lá no espaço, mas igualmente *o que está em curso no tempo*, que não é concluído no momento em que se escreve ou que se lê”.

mais vistos como meros escaneadores² de informações, o que desloca o eixo da atenção do conteúdo para a disponibilidade das informações, interferindo, assim, inclusive no próprio estatuto do jornalista enquanto mediador social. O objetivo principal ainda é informar, o que muda é a velocidade com que as notícias são disponibilizadas. O problema é que esta rapidez está representando bem mais que simples ganho de tempo, no sentido de aumento de produtividade: está se tornando ela própria um valor e colocando em xeque alguns dos principais conceitos em jornalismo, caso da objetividade e da precisão, construídos paralelamente ao surgimento das inovações tecnológicas.

Neste momento da pesquisa, tendo por base as principais nuances da escala evolutiva do jornalismo, buscaremos observar o fenômeno da redução de distâncias e o conseqüente aumento das velocidades no período compreendido a partir da primeira Revolução Industrial³ até o surgimento dos webjornais⁴, movimento que se iniciou no Brasil em caráter comercial a partir de 1990 e que consideraremos como a terceira grande revolução do

² Podemos compreender a expressão "escanear" - originalmente o ato de digitalizar uma imagem utilizando um aparelho de leitura ótica - como o ato de fazer o movimento de "varredura" visual em determinado texto imagético.

³ Manuel Castells (2000, p. 53) lembra que, segundo "os historiadores, houve pelo menos duas revoluções industriais: a primeira começou pouco antes dos últimos 30 anos do século XVIII, caracterizada por novas tecnologias como a máquina a vapor, a fiadeira, o processo Cort em metalurgia e, de forma mais geral, a substituição das ferramentas manuais pelas máquinas; a segunda, aproximadamente 100 anos depois, destacou-se pelo desenvolvimento da eletricidade, do motor de combustão interna, de produtos químicos com base científica, da fundição eficiente do aço, e pelo início das tecnologias de comunicação, com a difusão do telégrafo e a invenção do telefone".

⁴ Doravante, chamaremos de webjornais todos os veículos jornalísticos com suporte na Internet, em consonância com a definição de Fernando Arteché Hamilton (2002, On-line): "Consideramos o webjornalismo como a prática do jornalismo (em suas fases de produção, captação, edição e veiculação de notícias) na web, com as novas possibilidades que esta oferece em termos de recursos em todos os aspectos da atividade: da busca de informações em fontes na rede até os instrumentos de veiculação e interatividade. Deve-se levar em conta ainda no webjornalismo a possibilidade de digitalização e manipulação informática de todos os recursos de comunicação: texto, áudio, vídeo e interatividade. Consideramos ainda que webjornalismo é hoje sinônimo de jornalismo on line".

jornalismo⁵, em consonância com a escala evolutiva sugerida por Marcondes Filho (2000).

Sem pretender esgotar o assunto, e considerando que autores como Rizzini situam a origem dos jornais ainda em meados do século XV⁶, antes mesmo do surgimento da prensa de Gutemberg⁷, nossa análise se iniciará no século XIX, notadamente com a Revolução Industrial. Entendemos que foi a partir do surgimento concomitante das grandes invenções que se iniciou o processo de redução do tempo em jornalismo de forma mais aguda, portanto visível. A opção se justifica, conforme Sodré, na medida em que se torna

interessante verificar o paralelismo entre o esforço técnico de produção, na imprensa, e o progresso dos meios de comunicação e de transporte, afetando o problema fundamental da grande imprensa, que é do volume e espaço geográfico em que a notícia, ou a informação, ou a doutrinação têm oportunidade (1991, p. 2).

Se, antes, os jornais respondiam a uma lógica de tempo condizente com a época em que se inseriam, ainda majoritariamente analógica e movida basicamente por tração animal, as sucessivas inovações verificadas desde então alteraram essa dinâmica de forma radical e acabaram por transformar a velocidade em valor (VIRILIO, 1996), instaurando, assim, uma verdadeira cultura dromológica⁸ na área do jornalismo.

⁵ A primeira grande revolução, segundo Ciro Marcondes Filho (2000), ocorreu em 1850, com a rotativa e a imprensa de massa e a segunda em 1970, com o início do processo de informatização, abrindo assim o caminho para a precedência das redes e, por tabela, dos webjornais.

⁶ "O correspondente-noticiário de um príncipe ou de um mercador que primeiro tirou cópia de sua epístola ou relação e a vendeu a terceiro, inaugurou a gazeta manuscrita de assinaturas. Conjetura-se que iniciativa tão simples e consequente haja nascido em Veneza, no século XV." (RIZZINI, 1977, p.84)

⁷ "Ao inventar em Estrasburgo, em 1438, a tipografia, que se difundiu com muita rapidez na segunda metade do século XV. Gutemberg permitiu a reprodução rápida de um mesmo texto e ofereceu à linguagem escrita as possibilidades de uma difusão que o manuscrito não tinha." (ALBERT e TERROU, 1990, p. 4)

⁸ De acordo com Laymert Garcia dos Santos, tradutor de Velocidade e Política (VIRILIO, 1996),

Com isso, somos colocados neste princípio de século 21 diante de um momento de transição, híbrido, em que a cultura jornalística, construída ao longo de décadas de evolução⁹, com seus propósitos e valores, passa a ceder espaço rapidamente para uma nova forma em que a velocidade deixa de ser uma meta a ser alcançada para se constituir ela própria em um elemento valorativo no processo de elaboração de informações de caráter jornalístico. O adjetivo híbrido, tomado emprestado de Canclini (2000, p. 19), aplica-se na medida em que a transição entre os dois conceitos - o analógico (jornais convencionais) e o digital¹⁰ (webjornais) - se dá quase que somente a partir da fusão de elementos como links, hiperlinks, textos, ícones, imagens, sons etc. nos jornais feitos em dígitos.

Conforme observaremos no capítulo de número três desta dissertação, no entanto, percebe-se que a fusão das duas formas aparentemente está representando muito mais que uma mera transposição, ou fusão, de suportes e possibilidades, neste caso das páginas impressas; imagens ou sons, para os sites noticiosos: está mudando a forma de se fazer jornalismo. Se isso ocorre, é porque a versatilidade do novo meio possibilita que as informações sejam captadas, elaboradas e disponibilizadas de forma extremamente mais dinâmica do que vinha ocorrendo até então e isso evidentemente apresenta conseqüências. Entre estas, o excesso de informações, fenômeno que, de

a palavra dromologia é um neologismo empregado por Virilio como uma variante da palavra "dromos", que exprime a idéia de "corrida", "curso" e "marcha".

⁹ Traquina (2001, p. 27) salienta que o jornalismo, enquanto profissão remunerada, tem suas origens mais nitidamente marcadas a partir do século XIX e que sua história tem sido também "um processo de profissionalização, lento e difícil, onde a procura de estatuto social e de legitimidade por parte dos jornalistas constitui objetivo essencial, tendo como modelo de referência as profissões liberais, como médicos e advogados".

¹⁰ Negroponte (1995, p. 19) explica que "digitalizar um sinal é extrair dele amostras que, se colhidas a pequenos intervalos, podem ser utilizadas para produzir uma réplica aparentemente perfeita daquele sinal".

acordo com Cinel (2002, p. 40), dificulta a captação e a elaboração das notícias pelos mídias e traz, como consequência, “a ausência da formação de uma postura razoavelmente crítica do receptor dessas notícias e, quem sabe, até mesmo uma falsa percepção da realidade estampada nos meios de comunicação”. Cinel vale-se de Camargo (1983) para lembrar que a evolução tecnológica está ocorrendo em um ritmo tão rápido que os profissionais não estão conseguindo acompanhar esta velocidade.

Ato contínuo, e como pontuou Hamilton, o processo que culminou no aumento constante de velocidade na transmissão de informações jornalísticas foi provocado pela conjunção de três fatores: a técnica, o desenvolvimento do capitalismo e a demanda cultural.

O aperfeiçoamento das técnicas de impressão, sintetizado no século XV pela invenção da imprensa de tipos móveis, forneceu à atividade jornalística condições de trabalho mais ágeis e com custos mais baixos. Ao mesmo tempo, os novos meios de transporte e de comunicação, como o correio regular, o trem e o telégrafo, permitiram maior eficiência e rapidez na transmissão de notícias, principalmente das provenientes de locais mais distantes. O segundo fator que contribuiu decisivamente para o aumento da velocidade na atividade jornalística foi a consolidação do modo de produção capitalista no Ocidente. A partir da Revolução Industrial, na Inglaterra do século XVI, o capitalismo impõe regras de mercado que atuam de forma definitiva sobre a sociedade e também sobre o jornalismo. A organização industrial nos moldes capitalistas das empresas jornalísticas e a valorização da informação como mercadoria influenciaram a atividade de forma definitiva em sua prática e em seu sentido. Mas de nada serviriam uma maior possibilidade técnica de produção e processamento de informações e a influência de um sistema de produção industrial do tipo capitalista na atividade jornalística se não houvesse um interesse explícito pelo conteúdo do jornalismo na história por parte do público (HAMILTON, 2002, On-line).

Somados, e vistos a partir da escala evolutiva do tempo, cada um destes fatores teria influenciado, na ótica de Hamilton, a atividade de forma mais ou menos intensa em relação à necessidade de produção e veiculação de

informações em intervalos cada vez menores. “Uma condição que se pode perceber historicamente, tanto em relação à velocidade em si quanto ao jornalismo” (HAMILTON, 2002, On-line).

Nesse sentido, as inovações tecnológicas ganham especial relevância, pois a “expansão da rede de estradas de ferro, acompanhada do advento do telégrafo, do desenvolvimento da navegação a vapor, (...) mudou o sentido do tempo e do espaço de maneira radical” (HARVEY, 2000, p. 240). São palavras muito próximas às de Hobsbawm quando este afirma que

as mais remotas partes do mundo estavam agora começando a ser interligadas por meios de comunicação que não tinham precedentes pela regularidade, pela capacidade de transportar vastas quantias de mercadorias e número de pessoas e, acima de tudo, pela velocidade: a estrada de ferro, o barco a vapor, o telégrafo (HOBBSAWM, 1977, p. 71).

O recorte quanto ao papel desempenhado pela técnica no aumento da velocidade se faz necessário porque, como observa Harvey, ainda que o espaço e o tempo sejam categorias básicas da existência humana, “raramente discutimos o seu sentido; tendemos a tê-los por certos e lhes damos atribuições do senso-comum ou auto-evidentes” (HARVEY, 2000, p. 185). É preciso, portanto, que observemos como a evolução do jornalismo ocorreu em termos históricos para que, a partir daí, tenhamos condições de analisar suas conseqüências com mais propriedade.

Três conceitos são essenciais: tempo, espaço e mundo. A preocupação justifica-se: os três itens, nas palavras de Santos (1997, p. 42), são “realidades históricas, que devem ser intelectualmente reconstruídas em termos de sistema, isto é, mutuamente conversíveis se nossa preocupação

epistemológica é totalizadora”. Equivale a dizer que a discussão, por se pretender ampla, deve partir da sociedade realizando-se, levando em conta que este realizar-se ocorre sobre uma base material, caracterizada pela utilização do espaço, do tempo, da materialidade e das ações.

Assim, doravante, quando falarmos em tempo, estaremos nos referindo à sucessão de eventos e sua trama, do mesmo modo que, quando nos referirmos a espaço, “vamos entender o meio, o lugar material da possibilidade dos eventos” (SANTOS, 1997, p. 41). Neste sentido, mundo passa a ser o conjunto de eventos e lugares onde se estabelecem determinados fenômenos, como o da aceleração do tempo vista a partir da ótica do jornalismo e das sucessivas inovações tecnológicas e sociais verificadas ao longo de sua evolução.

1.1 A IMPRENSA COMO NEGÓCIO

Ainda que, segundo Marcondes Filho (2000), o jornalismo seja herdeiro legítimo dos valores da Revolução Francesa, vista aqui como o princípio da conquista ao direito à informação, é principalmente a partir daquele que o teórico classifica como o segundo jornalismo¹¹, quando se iniciam as principais inovações tecnológicas do século XIX, que a velocidade de produção começa a permear de forma mais contundente a atividade jornalística:

¹¹ “O primeiro jornalismo, de 1789 à metade do século 19, foi, assim, o da ‘iluminação’, tanto no sentido de exposição do obscurantismo à luz quanto de esclarecimento político e ideológico” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 11).

A transformação tecnológica irá exigir da empresa jornalística a capacidade financeira de auto-sustentação, pesados pagamentos periódicos para amortizar a modernização de suas máquinas; irá transformar uma atividade praticamente livre de pensar e de fazer política em uma operação que precisará vender muito para se autofinanciar. A fase romântica (...) cede o passo à imprensa moderna e sintonizada com as exigências do capital (MARCONDES FILHO, 2000, p. 13).

O processo de implantação da imprensa como negócio teria se iniciado, conforme Marcondes Filho, após 1830 em países como Inglaterra, Alemanha, França e Estados Unidos, e veria seu apogeu mais de quarenta anos depois, em 1875. No Brasil (SODRÉ, 1983), este processo se iniciaria um pouco mais tarde, em 1891, com o surgimento do Jornal do Brasil, no Rio de Janeiro. O que muda efetivamente é a forma como os veículos se relacionam com a sociedade: se, antes, isso era feito com base em valores informativos notadamente com caráter político¹², estes gradativamente perdem espaço para valores de troca¹³.

A mudança de paradigma é o motor de algumas das principais modificações que resultaram do processo de aceleração das velocidades em jornalismo. Mudanças estas que se encontravam diretamente relacionadas à necessidade cada vez maior de expansão territorial, haja vista que os custos estavam crescendo na mesma proporção em que as inovações se apresentavam e era preciso ampliar a receita dos jornais para arcar com despesas cada vez mais pesadas de produção e distribuição.

¹² "Até a primeira metade do século XIX não havia preocupação, por parte do editor e do leitor, com equilíbrio e imparcialidade. Como a imprensa era sobretudo político-partidária, comprava-se (assinava-se) jornal para saborear a versão parcial dos acontecimentos e para se ler críticas aos adversários, quase sempre pessoais, procedentes ou não, e invariavelmente em termos fortes, quando não afrontosos. (...) A idéia de notícia, como depois passamos a ter, demoraria a amadurecer" (AMARAL, 1996, p. 26).

¹³ "(...) a venda de espaços publicitários para assegurar a sustentação e a sobrevivência econômica - passa a ser prioritário em relação ao seu *valor de uso*, a parte puramente redacional-noticiosa dos jornais" (MARCONDES FILHO, 2000, p. 14).

O aspecto mais visível dessa tendência pôde ser verificado a partir do aumento progressivo das tiragens dos jornais impressos. Albert e Terrou lembram que, em terras francesas, no período compreendido entre os anos de 1803 a 1870, “a tiragem da imprensa cotidiana de Paris passou de 36 mil para 1 milhão de exemplares” (ALBERT e TERROU, 1990, p. 29). Se observada a totalidade dos diários, imprimia-se, na França de 1788, 0,4 exemplar para cada mil habitantes. Em 1812, este número subiu para 1,3 exemplar; três exemplares em 1832; oito em 1862; 25 em 1867; 37 em 1870; 73 em 1880, e assim sucessivamente, até atingir 261 exemplares para cada mil habitantes em 1939. Trata-se de um crescimento vertiginoso.

Quanto aos demais motivos da expansão progressiva das tiragens, os autores elencam quatro fatores como determinantes. O primeiro diz respeito a elementos de ordem política e social. Se, por um lado, os governos dos países se esmeravam em conter, através de decretos e leis, o avanço da imprensa, “porque ela dificultava o exercício do poder” (ALBERT e TERROU, 1990, p. 29), por outro o interesse pela política e o desenvolvimento do parlamentarismo cresciam na mesma proporção em que as cidades se desenvolviam e a sociedade se organizava, em um movimento de antecipação às mudanças que estavam em andamento.

A aceleração do processo de urbanização indicava o surgimento de um novo tempo. Para Virilio (1996, p. 22),

a cidade nova com sua riqueza, suas organizações técnicas inéditas, suas universidades e seus museus, suas lojas e suas festas permanentes, seu conforto, seu saber e sua segurança, parecia um ponto fixo ideal onde vinha encerrar-se uma penosa viagem, um desembarcadouro final da migração das massas e de suas esperanças depois de uma travessia penosa, de tal forma que se

confundiu, até recentemente, urbano com urbanidade, que se tomou por um lugar de trocas sociais e culturais o que não passava de um entroncamento rodoviário ou ferroviário.

Hobsbawm lembra que a urbanização cresceu rapidamente na Europa depois de 1850 e a cidade era a face mais visível do mundo industrial que começava a fincar suas raízes. O ritmo de crescimento das cidades era vertiginoso.

Viena cresceu de mais de 400 mil em 1846 para 700 mil em 1880. Berlim de 378 mil (1849) para quase um milhão (1875), Paris de 1 para 1,9 milhão e Londres de 2,5 para 3,9 milhões (1851-81), embora estes números percam o brilho diante de alguns outros além-mar: Chicago ou Melbourne. Mas a forma, a estrutura mesmo da cidade havia mudado, tanto sob pressão para construção e planejamento politicamente motivado (sobretudo em Paris e Viena) como pela fome de lucro das construtoras (HOBSBAWM, 1977, pp. 223-4).

A observação quanto ao palco onde as mudanças passaram a ocorrer torna-se necessária porque o lugar

(...) se produz na articulação contraditória entre o mundial que se anuncia e a especificidade histórica do particular. Desse modo, o lugar se apresentaria como o ponto de articulação entre a mundialidade em constituição e o local enquanto especificidade concreta, enquanto momento. Só é possível o entendimento do mundo moderno a partir do lugar na medida em que este for analisado num processo mais amplo - aquele que pensa a sociedade urbana. Mas é no lugar que se manifestam os desequilíbrios, as situações de conflito e as tendências da sociedade urbana (CARLOS, 2002, p. 303).

Há de se considerar, ainda, a questão da instrução, em especial a escrita, como determinante para o desenvolvimento da imprensa. A educação progressivamente deixou de ser privilégio de uns poucos, principalmente face

às necessidade crescentes de autonomia do Estado. O crescimento populacional e a decorrente necessidade de melhoria dos fluxos administrativos exigiam formas mais eficientes de comunicação. Lèvy lembra que foi com o uso da escrita que o poder estatal passou a ter um comando mais efetivo sobre os homens:

Através dos anais, arquivos administrativos, leis, regulamentos e contas, o Estado tenta de todas as maneiras congelar, programar, represar ou estocar seu futuro e seu passado. (...) A escrita serve para a gestão dos grandes domínios agrícolas e para a organização da corvéia e dos impostos. Mas não se contenta em servir o Estado, à agricultura planificada ou à cidade: ela traduz para a ordem dos signos o espaço-tempo instaurado pela revolução neolítica e as primeiras civilizações históricas (LÈVY, 1997, p. 88).

Há, ainda de acordo com Lèvy, um aspecto a ser considerado quanto à generalização da instrução, em especial no que diz respeito à escrita: o processo gradativo de separação da circunstância em que o discurso foi criado e onde ele será recebido. A oralidade, etapa anterior à escrita, tornava a comunicação possível apenas se esta se mostrasse em sua forma presencial, justamente por não se realizar a partir de suporte algum que não a fala, volátil. Com a escrita, a palavra proferida não era a mesma palavra recebida, o que evidentemente dava margens a interpretações diversas do sentido original. Em termos administrativos, em especial quando de natureza normativa, isso poderia vir a representar problemas os mais diversos, na medida em que poderia fazer, por exemplo, com que ordens não fossem cumpridas a contento.

A comunicação puramente escrita elimina a mediação humana no contexto que adaptava ou traduzia as mensagens vindas de um outro tempo ou lugar. (...) A transmissão oral era sempre, simultaneamente, uma tradução, uma adaptação e uma traição. Por estar restrita a uma fidelidade, a uma rigidez absoluta, a mensagem escrita corre o risco de tornar-se obscura para seu leitor (LÉVY, 1997, p. 89).

Marcondes Filho salienta que o processo de generalização da instrução se inicia de forma mais efetiva a partir do século XIX, quando o Estado francês passa a assegurar à sociedade a circulação de informações, o que até então estava restrito principalmente à igreja e às universidades. O teórico vale-se de Lyotard para salientar que a mudança de paradigma tornou-se necessária para que o Estado tivesse condições de se consolidar do ponto de vista político e administrativo. “Com a fundação da universidade de Berlim, entre 1807 e 1810, trata-se, na Alemanha, de pôr em prática a filosofia de Humboldt, para quem a universidade deve produzir a ciência para a ‘formação espiritual e moral da nação’” (LYOTARD apud MARCONDES FILHO, 2000, p. 17).

A medida teve conseqüências diretas no desenvolvimento da imprensa, pois na França, segundo Ortiz (1991, p. 41),

(...) seu crescimento se faz ao longo do século associado a diversos fatores; um deles, o aumento do público leitor, liga-se diretamente ao progresso da alfabetização. Se no século XVIII o número de pessoas alfabetizadas é de 30 por cento (o que em si não é negligenciável), em 1860 ele passa para 60 por cento, e em 1890 atinge 90 por cento. (...) Pode-se ter uma idéia deste formidável avanço dos efetivos escolares quando se compara estes números com a população total em idade escolar. Das crianças entre 5 e 15 anos, em 1850, 47,5 por cento freqüentam a escola; em 1867, temos 70,4 por cento; e em 1896, 93,5%. A partir da Terceira República, a política educacional torna-se mais agressiva; com a expansão do ensino secundário, uma segunda escolarização se consolida. No final do século praticamente todo francês é um leitor em potencial.

O segundo item apontado por Albert e Terrou, e corroborado por Ortiz, está relacionado a fatores econômicos, para quem a exploração dos métodos de fabricação e ampliação dos mercados da imprensa transformaram as condições de sua exploração. Antes caros, porque quase artesanais, portanto de confecção muito trabalhosa e distribuição limitada, as inovações agora possibilitam que os jornais se tornem mais acessíveis e sejam adquiridos pela população com mais facilidade. O que não significa necessariamente ausência de custos:

O ponto de partida marcante para o desenvolvimento foi a introdução, animadamente festejada, da prensa rápida (em novembro de 1814, pelo Times londrino), descoberta por Friedrich König, que reduziu sensivelmente o tempo entre a ocorrência de um fato e sua divulgação em grande território (...) O que o jornal não transmitiu a seus leitores foi o fato de que uma máquina tão impressionante não poderia ser utilizada sem um gasto financeiro considerável, e que os custos mal poderiam ser cobertos com o produto da venda (JAENICK apud MARCONDES FILHO, 2000, p. 22).

Paradoxalmente, esta transformação ocorreu com mais intensidade na França, “onde, no entanto, a publicidade, motor aparente dessa redução do preço de venda, foi (...) muito menos importante que nos países anglo-saxões” (ALBERT e TERROU, 1990, p. 30). Ainda de acordo com Ortiz (1991, p. 41), “em 1795 o valor da assinatura anual de um jornal equivalia a seiscentas horas de trabalho de um trabalhador rural não qualificado; em 1851 esta relação cai para 210 horas, e em 1910 para 73 horas”.

Habermas (1984) lembra que a publicidade se insere neste contexto como uma nova e interessante base de cálculos para os editores, ávidos por

novas fontes de receita, na medida em que as vendas avulsas, a partir do aumento das tiragens, tornaram o preço dos exemplares mais baixos. A crescente necessidade de retorno financeiro, decorrência principalmente dos elevados investimentos em maquinários cada vez mais sofisticados, acaba fazendo com que, durante as três primeiras décadas do século XIX, principalmente na Inglaterra, França e Estados Unidos, os jornais passem a ser vistos também como espaços comerciais lucrativos, o que contribui decisivamente para alterar gradativamente o perfil dos veículos.

Essas primeiras tentativas de uma moderna empresa comercial devolveram ao jornal o caráter unívoco de uma empresa de economia privada destinada a gerar lucros; mas, agora, por certo contrastando com as empresas manufatureiras dos velhos "editores", dentro do novo nível atingido pela evolução da grande empresa do capitalismo avançado: já pela metade do século havia uma série de empresas jornalísticas organizadas como sociedades anônimas (HABERMAS, 1984, p. 217).

Sodré salienta que este momento representou o ponto de partida para a produção em massa, a mesma que permitira reduzir o custo dos jornais e acelerava extraordinariamente a circulação. "Era outra prova de interligação entre o desenvolvimento da imprensa e o desenvolvimento capitalista" (1983, p.3). Dentro dessa linha de raciocínio, a imprensa, cujas motivações iniciais eram notadamente políticas, vai gradativamente se transformando em um empreendimento com nuances econômicas cada vez mais acentuadas, em que a necessidade de expansão e a decorrente lucratividade começam a ganhar espaço onde antes havia quase que tão somente preocupações de natureza editorial, fossem elas políticas ou não.

Quanto aos motivos, Habermas (1984, p. 217) lembra que consta a “ampliação e o aperfeiçoamento da base de capital, uma elevação do risco econômico e, necessariamente, a subordinação da política empresarial a pontos de vista da economia do mercado”. Some-se a estes fatores o fato de o capital não conhecer fronteiras e tem-se aqui um dos embriões do que mais tarde será o surgimento das grandes redes mundiais de comunicação.

Os fatores tecnológicos, entre estes a invenção da tinta para impressão rápida e da estereotipia, que possibilitam a composição de páginas inteiras de uma única vez e significam um considerável ganho de tempo, entre outros, são elencados por Albert e Terrou (1990) como o quarto conjunto de eventos que se mostraram decisivos para o aumento das velocidades no jornalismo. Coube ao desenvolvimento das técnicas de impressão, no entanto, o papel mais relevante neste processo:

A prensa de parafuso de Gutenberg sofreu poucas modificações até o fim do século XVIII. Em 1793, Firmin Didot introduziu partes metálicas e em 1804 lord Stanhope criou uma prensa inteiramente metálica. A primeira prensa mecânica, na qual a pressão do papel sobre a forma era feita por um cilindro, foi fabricada para o Times, em Londres, por Friedrich Koenig (1774-1833) em 1811: ela duplicava os antigos ritmos de produção com trezentas folhas de rosto por hora. Em 29 de novembro de 1814, o jornal de John Walter II foi produzido nas prensas Koenig & Bauer, movidas a vapor, que permitiam à sua oficina tiragem de 1.100 jornais por hora. Em 1816, acoplando duas prensas mecânicas, Koenig e Bauer criaram a prensa de retirada, que imprimia ambos os lados da folha. As prensas de reação, derivadas das precedentes, através de diversos aperfeiçoamentos que aumentavam seu rendimento, foram construídas nos anos 1840-1850 em diversos países. (...) Em 1846, nos Estados Unidos, Rober Hoe construiu a primeira máquina de impressão com forma cilíndrica, e graças a aperfeiçoamentos sucessivos chegou-se às rotativas, que podiam utilizar o papel em bobinas. Tais máquinas foram criadas simultaneamente entre 1860 e 1870, por William Bullock nos Estados Unidos, por Mac Donald e J. Caverley para o Times na Inglaterra e, o que é muitas vezes ignorado pelos autores anglo-saxões, na França, em 1866-1867, por Derriey (para La Petit Presse)

e Marinoni (para La Petit Journal). A princípio, elas asseguravam tiragens de 12 a 18 mil exemplares por hora (ALBERT e TERROU, 1990, pp. 31-2).

1.2 TRANSPORTES E TECNOLOGIAS DE TRANSMISSÃO

Ainda no item “inovações tecnológicas”, é preciso discorrer com um pouco mais de atenção sobre a evolução dos transportes¹⁴, notadamente as ferrovias, e o aprimoramento das tecnologias de comunicação, em especial o telégrafo¹⁵, este último fundamental para o nascimento das agências de notícias. A inclusão dos cabos submarinos na discussão se justifica porque foram estes mecanismos que permitiram transpor, pela primeira vez na história e de forma extremamente eficiente, o limite territorial imposto pelos oceanos para as transmissões telegráficas, antecipando as grandes redes mundiais de comunicação. Isso também contribuiu para que o conceito de território (SANTOS) ganhasse importância para a análise, porque passou a ser considerado desde o seu uso e tendo em vista os atores que dele se utilizam:

A globalização amplia a importância desse conceito. Em parte por causa da competitividade, cujo exercício, levando a uma busca desesperada de uma maior produtividade, depende das condições oferecidas no lugar da produção, nos lugares de circulação, nos lugares de consumo. Quer dizer, há lugares mais apropriados para aumentar os lucros de alguns, em detrimento de outros. E isso só é possível porque os lugares e o mundo tornaram-se conhecidos, porque a informação circula rapidamente. (SANTOS, 2001, p. 22).

¹⁴ “A imprensa muito se beneficiou com a revolução dos transportes no século XIX. A estrada de ferro, acelerando o correio e a difusão dos jornais, prestou à imprensa serviços consideráveis” (ALBERT e TERROU, 1990, p. 32).

¹⁵ “A transmissão rápida de notícias exigiu esforços consideráveis (...) (pombos-correios, postilhões especiais...) e só começou a encontrar solução com o telégrafo elétrico, criado por Morse nos Estados Unidos em 1837, por Gauss na Alemanha (1838), Weatstone na Inglaterra (1839), Foy e Breguet na França (1845)” (ALBERT e TERROU, 1990, p. 32).

Albert e Terrou salientam que as primeiras linhas telegráficas da Europa datam de 1845 e, até o final daquela década, elas atravessarão o mar em direção à América. “Em 1866, Hugues inventou um transcritor que escrevia mil palavras por hora; em 1874 ele foi aperfeiçoado por Baudot (4 mil palavras por hora)” (1990, p. 32). Com a invenção do telégrafo, “as distâncias e os territórios evaporaram, com as técnicas do tempo real é o fim da presença real” (VIRILIO, 1996, p. 55).

Hobsbawm faz uma interessante observação a respeito do que ele chama de “resultado paradoxal” da aceleração extraordinária na velocidade das comunicações: o aumento do abismo existente entre os locais acessíveis às novas tecnologias, notadamente os países mais ricos, e o resto do mundo. O historiador vale-se do exemplo mítico do explorador David Livingstone, que enviara uma carta da África ao New York Herald e esta demorou de oito a nove meses para chegar ao seu destino (1871-72). O paradoxo fica por conta de o “Times de Londres poder reproduzir a mesma carta no dia seguinte à sua publicação em Nova York” (HOBBSAWM, 1977, p. 79).

Já Armand Mattelart (1994) salienta que, juntos, o desenvolvimento do telégrafo e do transporte ferroviário representaram bem mais que uma maneira eficiente de deslocamento e transmissão de informações: as duas invenções alteraram substancialmente a dinâmica do tempo. Os engenhos ganham relevância especial, no entanto, quando postos lado a lado. Na França, o telégrafo passa a possuir maior importância social, estando disponível à população, quando deixa de ser utilizado estritamente para fins

de segurança, o que ocorre quando, saindo

(...) da alçada da Segurança Nacional e dos seus códigos secretos (...), uma vez inventado o telégrafo elétrico pelos ingleses William Cooke e Charles Wheatstone e o americano Samuel Morse (1837), o acesso ao serviço telegráfico foi autorizado às companhias de caminho-de-ferro, às bolsas de comércio, às agências noticiosas e ao público (MATTELART, 1994, p. 74).

Equivale a dizer que, por volta do ano 1870, são realizadas aproximadamente 30 milhões de transmissões telegráficas a cada ano. “Na virada do século, ela mais que decuplicou e os fluxos transfronteiriços representam um quinto deste total” (MATTELART, 2000, p. 26). Hobsbawm observa que os homens de negócio

obviamente usaram intensamente o telégrafo, mas os cidadãos cedo descobriram seu uso - a maioria das vezes, evidentemente, para ligações urgentes e dramáticas para parentes. Por volta de 1869, 60% de todos os telegramas belgas eram privados. Mas o uso significativo da invenção não pode ser medido somente pelo número de mensagens. O telégrafo transformou as notícias, como Julius Reuter (1816-99) entrevira quando fundou sua agência telegráfica em Aix-la-Chapelle em 1851. (Entrou mais tarde no mercado inglês, com o qual Reuter então se associou em 1858.) Do ponto de vista jornalístico, a Idade Média terminou em 1860, quando as notícias internacionais passaram a ser enviadas livremente de um número suficientemente grande de lugares do mundo para atingir a mesa do café da manhã do dia seguinte. Novidades não eram mais medidas em dias, ou no caso de lugares remotos em semanas ou meses, mas em horas ou mesmo minutos (HOBSBAWM, 1977, p. 78).

Sob outro ângulo, a tecnologia da energia a vapor, que vinha sendo desenvolvida desde o século XVI, motivada principalmente pela crescente escassez de madeira em países fortemente industrializados, como a Inglaterra, fez com que os esforços se concentrassem na exploração do carvão

como combustível. O historiador em tecnologia R.J. Forbes salienta que esta foi muito provavelmente a invenção mais importante da Revolução Industrial, seja pelo que possibilitou diretamente ou pelas máquinas que surgiram a partir do advento desta nova forma de tecnologia, pois

(...) a invenção da máquina a vapor é o fator central na Revolução Industrial, seguida pela introdução de novos motores primários e motores primários móveis, com os quais a "força da máquina a vapor podia ser levada aonde fosse necessário a extensão desejada" (FORBES apud CASTELLS, 2000, p. 56).

É somente em 1829, no entanto, através de uma combinação entre o escape do vapor pela chaminé e a caldeira tubular, que nasce a primeira locomotiva e, com ela, uma das alterações mais substanciais no conceito de velocidade praticado até então. Esta passa de orgânica para mecânica (MATTELART), esboçando uma nova forma de deslocamento e um novo modo de organização da sociedade.

A nova temporalidade do universo ferroviário foi o ponto de partida para uma nova temporalidade sem mais nada. Foi através da hora ferroviária que se encetou o processo de harmonização que desembocará, antes do final do século, na hora mundial. (...) Em 1847, a British Railway Clearing House recomenda à diversas companhias que adaptem a hora de Greenwich em todas as estações. O que possibilita a adoção de uma hora legal é o aperfeiçoamento dos relógios elétricos, que permitem a criação de um serviço nacional da hora. Os sinais transmitidos a intervalos regulares aos relógios e estações de todo o país unificam a medida do tempo no conjunto da rede britânica (MATTELART, 1994, p. 79).

A importância das estradas de ferro não está centrada necessariamente na velocidade que as locomotivas e composições podiam alcançar, mas nos

locais a que seus trilhos e dormentes chegavam.

As locomotivas de 1848 eram de fato mais lentas que as de 1870, mas já atingiam Holuhead a partir de Londres em oito horas e meia, ou seja, três horas e meia a mais que em 1974. Todavia, a locomotiva, tal como existia em 1830, era uma máquina de extraordinária eficiência. (...) Em 1845, fora da Europa, o único país "subdesenvolvido" a possuir uma milha que fosse de estrada de ferro era Cuba. Em 1855 havia linhas em todos os cinco continentes, apesar de na América do Sul (Brasil, Chile, Peru) serem dificilmente visíveis. (...) Enquanto isso, por volta de 1875, o mundo possuía 62 mil locomotivas, 112 mil vagões de passageiros, meio milhão de vagões de carga transportando, como era estimado, 1,371 milhão de passageiros e 715 milhões de toneladas de mercadoria, ou em outras palavras, nove vezes mais do que era carregado por via marítima (média) naquela década (HOBSBAWM, 1977, p. 72).

Armand Mattelart salienta que, entre os primeiros usos do telégrafo elétrico, consta o de servir de referência para o trânsito dos comboios de trem. Equivale a dizer que, pela primeira vez na história, é possível saber em que ponto os vagões das ferrovias se encontravam desde o momento de sua partida¹⁶, tendo-se, assim, um maior controle sobre a localização e o fluxo das locomotivas e composições.

1.3 A REVOLUÇÃO DO CONTROLE

Na alteração da velocidade provocada pela transição entre um modelo mecânico de transporte de informações para um modelo eletrônico reside a gênese daquilo que Mattelart chamará de a "revolução do controle" (1994, p. 78), caracterizada principalmente pelo fato de as técnicas até então em uso

¹⁶ "Cada chefe de seção já pode ler, num quadrante com ponteiro inventado por Wheatstone, a seção na qual o comboio é assinalado eletricamente, logo que entra nela" (MATTELART, 1994, pp. 77-8).

se mostrarem insuficientes para a nova realidade que passou a se apresentar e que necessitava, portanto, de novos mecanismos através dos quais pudesse operar com mais eficiência.

A revolução do controle (BENIGER, 1996) representou uma descontinuidade espetacular no avanço tecnológico, no sentido de ruptura, principalmente por comportar em seu âmago a gênese de todas as tecnologias de informação posteriores, tais como as rotativas, a máquina de escrever e o telefone. A revolução do controle, cujos mecanismos passaram a permitir, entre outros, que os fluxos de informação e transporte fossem melhor controlados, também representou a restauração do controle econômico e político que havia se perdido, em parte, durante a Revolução Industrial:

Antes, o controle do governo e dos mercados dependia das relações pessoais e das interações face a face; agora o controle passou a ser estabelecido através da organização burocrática, das novas estruturas de transporte, das telecomunicações e da comunicação ampla e sistemática através dos novos meios de comunicação de massa (BENIGER, 1996, p. 387).¹⁷

Ortiz, a partir de estudo de Gilles Feyel, salienta o impacto da revolução do controle sobre o desenvolvimento da imprensa. Em 1832, a distribuição dos jornais na França era feita basicamente pelo correio, sendo que muitas comunidades não possuíam sequer postos de distribuição a partir dos quais os jornais pudessem chegar às mãos da população mais distante: “(...) o posto de Chartres (formado por 75 comunidades e uma população de 53.979 pessoas), considerado como grande para os padrões de época, atendia

¹⁷ Tradução nossa.

a somente 10 por cento das comunidades e 20 por cento da população do departamento” (ORTIZ, 1991, p. 46).

Havia, ainda, a questão do tempo de deslocamento. As malas-postais atingiam velocidades de até 14 quilômetros por hora, levemente inferiores aos 17 quilômetros por hora das malas-estafetas. Equivale a dizer que, em uma distância de até 250 quilômetros, a partir, por exemplo, de Paris, o correio chegava somente no dia seguinte; até 400 quilômetros, a demora era de dois dias e, acima disso, superior a quatro dias. Ou seja, boa parte da população não tinha acesso aos jornais regularmente. Quando isso ocorria, era com um atraso muito grande em relação aos momentos em que os fatos haviam ocorrido e as notícias impressas.

Este panorama irá se alterar somente a partir da melhoria e expansão dos serviços de transportes, principalmente os ferroviários. O aprimoramento das novas tecnologias de deslocamento permite, a título de exemplo, que o Times ganhe três horas de vantagem sobre os seus concorrentes por expedir o jornal para o interior do país através do trem da estação de Euston. “A imprensa na Grã-Bretanha alcançaria os 25 milhões de exemplares impressos por volta de 1810 e, dez anos mais tarde, este número chegava a 30 milhões” (VIRILIO, 1996, p. 29).

Harvey (2000) se utiliza de uma comparação para exemplificar o que significou o aumento das velocidades em termos de deslocamento, se postas lado a lado com as distâncias a serem percorridas em cada período evolutivo da história. Na época compreendida entre 1500 e 1840, a velocidade média percorrida por carruagens e barcos a vela era de 16 quilômetros por hora. De

1850 a 1930, as locomotivas a vapor alcançavam, em média, 100 quilômetros por hora, enquanto que os barcos a vapor navegavam a até 57 quilômetros por hora. Equivale a dizer que, à medida que as velocidades começaram a aumentar, as distâncias diminuíram progressivamente e se verificou, então, o “encolhimento do mapa do mundo graças às inovações nos transportes que ‘aniquilam o espaço por meio do tempo’” (HARVEY, 2000, p. 220). Assim, quanto mais rápida a transmissão, menor se torna o tamanho do planeta.

Se, de um lado, elas provocam aumento de custos, também é verdade que as inovações redundam em lucros. Em pouco menos de 50 anos, se medido em francos, o faturamento das empresas jornalísticas francesas cresceu vertiginosamente: de 16.440F faturados em 1853, passou para 7.736.000F em 1900, superando, inclusive, o mercado editorial de livros (ORTIZ, 1991, p. 50). O crescimento deve-se fundamentalmente ao aumento da velocidade de impressão e distribuição, o que fatalmente irá implicar uma mudança no perfil dos jornais impressos, até então de caráter eminentemente político.

Dado que aponta para a penetração de uma imprensa de massa que surge com a criação da *petite presse*¹⁸, diários voltados para reportagens sobre crimes, notícias, folhetins etc. Em 1866, *Le Petit Journal* tira 280 mil exemplares, *La Petit Presse*, 96 mil, e *Le Petit Moniteur*, 149 mil. Esses números só irão aumentar até o final do século. (...) Não se trata porém de periódicos que se limitam a falar para a região parisiense; distribuídas nacionalmente, as empresas começam a ter seus próprios serviços de distribuição (o que é facilitado pela aparição do automóvel), eles atingem o território francês como um todo, revertendo o quadro visto anteriormente (ORTIZ, 1991, p. 51).

¹⁸ O nome deve-se ao formato reduzido dos jornais: por se tratar de uma imprensa não-política, beneficiava-se de condições particulares: não era censurada e se valia dos meios de transportes, caso do trem, gratuitamente.

Movimento similar à *petit press* passa a ocorrer concomitantemente também nos Estados Unidos, a partir do nascimento da *penny press*¹⁹. Até então, a exemplo do que ocorria na Europa, a imprensa norte-americana via a si própria como partidária e não era considerada mais que um reflexo dos “interesses ideológicos dos partidos políticos”. Ao estabelecer uma linha de consumo para os jornais, em consonância com os interesses de uma classe média emergente, a *penny press*, da qual o *New York Sun* foi o primeiro representante, cumpria duas funções ao mesmo tempo: “A parte editorial servia para cativar os leitores e os anunciantes pagavam para dirigir-se a eles” (KUNCZIK, 2001, p. 226).

As novas máquinas aumentaram em muito a capacidade de impressão e havia redes de distribuição eficientes. Observe-se que o aumento das tiragens, decorrência da ampliação das possibilidades de circulação, redundou necessariamente em um crescimento dos custos de produção. Isso obrigou as empresas jornalísticas a deixarem de lado, gradualmente, seus pontos de vista políticos em favor de apelos de cunho comercial. Até então, a preocupação principal dos jornais não era necessariamente alcançar este ou aquele local, mas, principalmente, veicular pontos de vista. “Já não importava tanto a qualidade como o volume da tiragem, visto como era este último que representava a receita do jornal” (KUNCZIK, 2001, p. 226).

Marcondes Filho (2000, p. 32) chama atenção para o fato de o aumento “fantástico” da produção ter representado uma “total reorientação da indústria jornalística no sentido de render lucros e se tornar economicamente

¹⁹ Sinônimo de jornal barato, popular, de *penny*.

auto-sustentável”. Assim, tem-se que o desenvolvimento de tecnologias próprias do século XIX foi determinante para o aumento da capacidade de produção e distribuição da imprensa, porque acelerou o processo de distribuição de informações, ao passo que esta teve de ser necessariamente atrelada a uma mudança de perfil para tornar o jornal um negócio rentável. Tecnologia representa custos, e estes custos gradativamente deixam de ser compatíveis com um jornalismo de caráter político, sob o risco de se inviabilizar enquanto negócio.

Conforme diz Jurgen Habermas, os interesses econômicos privados - e não só eles - passaram a ter mais peso: o jornal acaba entrando numa situação em que evolui para um empreendimento capitalista, caindo no campo de interesses estranhos à empresa jornalística e que procuram influenciá-la. A história dos grandes jornais do século XIX já demonstra que a imprensa se tornou manipulável à medida em que se comercializou" (AMARAL, 1996, p. 31).

Importante salientar que os anúncios publicitários veiculados em jornais adaptaram-se rapidamente aos veículos de grande tiragem e circulação. A nova solução financeira surgiu em terras francesas no período pós-revolução, a partir da criação de uma nova concepção de anúncio.

Emile de Girardin criou a moderna noção de anúncios: deve ser simples, franco, direto, escreveu. Duas linhas, a seis francos, fazem mais efeito que 20 linhas de elogios, a 60 francos. Duveyrier, partindo desta idéia, criou a Sociedade Geral de Anúncios, que conseguiu descer as tarifas de publicidade, abriu 218 escritórios em Paris, fez com a publicidade dos três maiores jornais, e, unindo-se com a agência criada por Charles Havas para a informação, converte-se na Agência Havas (MATTA, 1980, p. 60).

É neste contexto que se insere o surgimento das agências de notícias, igualmente apontado por Albert e Terrou como elemento determinante para a

evolução da imprensa, cujo desenvolvimento foi possível principalmente devido à existência do telégrafo elétrico. O embrião destas empresas está localizado ainda no século XVII, sob o reinado de Luís XV. “Na verdade, a imprensa iria nascer na França nesses locais públicos onde ficavam os que procuravam ou dava informações manuscritas e orais, as bolsas de trocas chamadas pelotões, que serão as distantes precursoras das futuras agências internacionais (...)” (VIRILIO, 1996, p. 40).

Inicialmente criadas para vender notícias a governos, banqueiros, diplomatas e homens de negócio em geral, não demorou para que dirigissem seus esforços no sentido de municiar os jornais de informações, cada vez mais ávidos de notícias oriundas de outras partes do mundo.

Logo depois, passariam a atender à clientela mais nova e diversificada representada pelos jornais, pelo que se convencionou chamar de jornal de mercado médio. Como os clientes antigos e novos representavam diferentes segmentos da população, as agências, beneficiadas e, ao mesmo tempo, cobradas pelas novas realidades, foram obrigadas a manter um certo grau de imparcialidade. Impôs-se a confecção de um jornalismo equilibrado, de forma a equilibrar todos os lados da questão (AMARAL, 1996, p. 28).

A primeira agência de notícias foi a Havas, fundada por Charles-Auguste Havas e inspiradora das que seriam criadas logo em seguida. Amaral (1996, p. 28) salienta que a Havas trabalhou com pombos-correio²⁰ até 1845, “quando utilizou pela primeira vez o telégrafo”. Inicialmente, tratava-se de um

²⁰ “O primeiro correio a aparecer então - fiel e expedito - foi o pombo. Já os antigos haviam aproveitado a intuição com que ele e a andorinha se norteiam no espaço e voltam aos ninhos. Foram também os árabes de Mossul que a exploraram, estendendo pela vastidão do império muçulmano imensas linhas de pombos-correio, sujeitos serviços, sempre úteis na paz, foram particularmente danosos aos cristãos nas Cruzadas” (RIZZINI, 1997, pp. 42-43).

simples escritório de tradução de jornais estrangeiros para os diários franceses, realidade que se estendeu até 1835.

Com apoio do governo, progrediu rapidamente e já era suficientemente importante em meados do século XIX para monopolizar de fato os serviços do telégrafo elétrico. Ela dirigia as notícias aos jornais sob a forma de folhas autografadas e coletava-as graças às informações governamentais e a uma rede de correspondentes na França e no exterior. (...) Os jornais pagavam uma parte do serviço da correspondência Havas em publicidade comercial ou financeira publicada em suas colunas. Em 1870 a Agência Havas não tinha concorrentes na França (ALBERT e TERROU, 1990, p. 33).

A partir de 1849, em Berlim, Alemanha, a Wolff passou a utilizar os telégrafos elétricos também para a coleta de informações. Já a Reuters foi fundada na Londres de 1851, por Julius Reuters, de origem alemã, outro ex-funcionário da Havas.

Seus primeiros serviços ingleses foram apenas financeiros, mas sua clientela estendeu-se rapidamente aos grandes jornais de Londres. (...) Sua posição em Londres, encruzilhada do mundo e centro da maior rede de cabos telegráficos, bem depressa iria assegurar-lhe importância mundial. (ALBERT e TERROU, 1990, p. 34).

Importante frisar que Julius Reuters havia sido ligado aos banqueiros Rothschild, trabalhando em um serviço de informações financeiras que se valia de todas as formas de comunicação disponíveis na época, inclusive os pombos-correio.

Rapidamente, Reuters percebeu que o desenvolvimento

técnico da comunicação ver-se-ia influído de maneira fundamental pelo arame de cobre, e transformaria totalmente o sistema de busca e transmissão de notícias. Igualmente, compreendeu que a relação entre o vendedor de notícias e o governo podia ser muito estreita. Seus primeiros contatos com os jornais ingleses levaram-no a converter-se em uma fonte indispensável de notícias na Europa Continental (MATTA, 1980, p. 58).

Problemas envolvendo a forte competição pelo domínio do mercado de informações na Europa, paralelo ao desenvolvimento acelerado da imprensa, que rapidamente evoluía de um caráter opinativo para o estritamente informativo, fizeram com que as agências de notícias dividissem suas áreas de atuação em territórios, como forma de garantir a rentabilidade e tornar a competição entre elas menos danosa.

Por um acordo explícito assinado em 1870, o cartel Havas, Reuter e Wolff partilha entre si o mercado mundial. O território da agência parisiense é mais especialmente a Europa Meridional; o da Wolf é a Europa central e setentrional. Quanto à britânica, vai se modelar segundo as linhas de força do império. Desde o início, um de seus alvos privilegiados será a informação comercial e financeira. A originalidade de Havas é o fato de combinar informação com publicidade. Por essa acumulação, será a precursora dos grupos multimídia do século XX. Outra originalidade é a história complexa de suas imbricações com o Estado. Na seqüência da Primeira Guerra Mundial, Wolff deixa de ser uma agência mundial. E, por isso mesmo, as agências Havas e Reuter acabam sendo reforçadas até os anos 30, época em que as agências americanas AP e United Press (UP) hão de começar a caçar notícias no mesmo terreno (MATTELART, 1994, p. 28).

Nessa associação, a Agência Havas, por ter sido a pioneira, assegurava uma espécie de presidência do cartel. O primeiro acordo Havas-Wolff-Reuter foi assinado em 1859; em 1872 a Associated Press juntava-se a elas.

1.4 CABOS SUBMARINOS

Difícilmente as agências de notícias teriam sido determinantes para a

redução do tempo e das distâncias em jornalismo, ao ligarem através de seus informes o planeta inteiro, antecipando aquilo que mais tarde viria se configurar como o processo de globalização²¹ da comunicação, se, nesse ínterim, não tivessem se valido dos sistemas de transmissão de informações a partir de cabos submarinos. Pela primeira vez na história, as informações puderam ser transmitidas através dos continentes com a mesma agilidade com que ocorria em terra a partir do uso das redes telegráficas implantadas nos países mais desenvolvidos. Isso teria se dado a partir de 1850, quando os primeiros métodos “confiáveis” de telégrafos submarinos foram desenvolvidos.

(...) o desenvolvimento mais significativo era a construção de cabos submarinos, pioneiros através do Passo de Calais no início da década de 1850 (...), em distâncias cada vez maiores. Um cabo pelo Atlântico norte havia sido proposto em meados da década de 1840 e veio a ser instalado em 1857-58, quebrando-se devido à precariedade da instalação e do isolamento. A segunda tentativa, com o célebre Great Western - o maior navio do mundo - como navio instalador de cabos, foi bem sucedida em 1865. A partir daí, sucederam-se as instalações de cabos internacionais que, em cinco ou seis anos, virtualmente enlaçam o globo (HOBSBAWM, 1977, p. 77).

Matta lembra que, mesmo as notícias já cruzando o oceano a partir de 1865, havia um problema, em especial para os que não eram proprietários do novo sistema de transporte de informações: os custos muito elevados de transmissão.

²¹ “No significado da palavra ‘globalização’ está primeiramente implicada a idéia de ‘planetarização’, etimologicamente advinda do grego *plakso*, que significa nivelamento ou afastamento das diferenças. Historicamente, o referente desse signo aponta para o início da Era Moderna, quando novos instrumentos técnicos possibilitam as ‘descobertas’ e uma visão global da Terra, assim como a expansão do capital” (MORAES, 1997, p. 116).

O custo incrivelmente alto do serviço do novo cabo - 20 libras esterlinas por cada dez palavras - facilitou a idéia de um acordo conjunto para reduzir os custos e quando este primeiro acordo, de 1859, expirou, em 1865, as agências européias concordaram em continuar a trabalhar em conjunto (MATTA, 1980, p. 61).

A reação norte-americana deu-se em maio de 1848, a partir de uma associação entre os seis diários existentes em Nova York, surgida da necessidade de tornar mais viável a captação de informações vindas da Europa, nas mãos das demais agências. Desta união nasceu a Associated Press, cujo desenvolvimento inicial foi lento devido à concorrência entre os títulos que formavam o pool de veículos de comunicação, mas que acabou por representar uma espécie de barreira natural à expansão das grandes agências mundiais em território norte-americano.

A indústria de cabos submarinos desenvolveu-se rapidamente, unindo, a partir de 1870, a Europa à China e esta à Austrália. O mesmo em relação à Europa e à América do Sul e ao longo da costa da África.

Thompson salienta que, por volta de 1900, existiam cerca de 190.000 milhas de cabos submarinos ao redor do mundo, sendo que a maior parte (72%) deles pertenciam a firmas inglesas. Vale salientar que, sendo o cabo submarino “um dos exemplos mais eloqüentes da hegemonia vitoriana” (MATTELART, 2000, p. 30), o sistema de cabeamento inglês representava dois terços da rede mundial de então e era pelo menos dez vezes maior que a francesa, sua principal concorrente. Tratava-se de uma hegemonia com caráter comercial, ainda que não houvesse como negar o entrelaçamento das lógicas comerciais e diplomáticas, portanto políticas, no processo.

Importante salientar que a presença de cabos submarinos sob bandeira inglesa interligando continentes reforça a noção de *fleet in being*²² dos ingleses, que acaba por criar a também dromocrática idéia de deslocamentos que não teriam destino no espaço e no tempo, pois “realiza continuamente uma corrida para mais longe” (VIRILIO, 1996, p. 53). Em palavras mais simples, equivale a dizer que a presença dos cabos submarinos no leito dos principais mares e oceanos emprestam ao seu país de origem, neste caso a Inglaterra em primeiro lugar, mas também à França, um posicionamento hegemônico em relação às demais nações do mundo de então no que diz respeito ao domínio das distâncias, e esta supremacia fundamenta-se no transporte de informações, sejam elas de caráter comercial ou público.

Ainda que as atenções de Virilio ao elaborar o conceito se concentrem na questão da guerra, o conceito de *fleet in being* parece-nos adequado quando utilizado para compreender as alterações de ordem temporal que estavam se verificando no planeta e suas variáveis.

Parece mais interessante, porém, considerar o aspecto cronométrico desse império que movimenta sua violência na invisibilidade da proteção marítima, nação flutuante que se equipara à História, essa outra máquina de remontar o Tempo. Com efeito, a vitória (a decisão) no mundo sem referências e sem acidentes da *fleet in being* exige, se não nos situarmos em algum lugar sobre a terra, que nos situemos, ao menos, no tempo, isto é, na mecânica planetária. Por esta simples razão, os ingleses permanecerão por muito tempo como os melhores relojoeiros do mundo; o domínio do mar exige o domínio do tempo, exige ‘visar a lua’, como se dizia então (VIRILIO, 1996, p. 55).

²² *Fleet in being* é um conceito que remonta ao século XVII e que marca a passagem do *estar* ao *estando* no exercício de coação sobre o adversário. A idéia-chave é representar uma ameaça, decorrência do poder inerente que se tem, não se estando necessariamente presente no local em questão.

Concordamos com Thompson quando este aponta que a importância de tais redes de cabos submarinos residia, fundamentalmente, no fato de eles transmitirem mensagens de um extremo a outro do planeta sem com isso demandarem meses no transporte das mesmas, antecipando, assim, a compreensão radical dos conceitos de tempo e espaço. Um simples comparativo entre a velocidade decorrente do uso do telégrafo e a da utilização de outras tecnologias disponíveis na época, notadamente os correios, ajuda a compreender a amplitude da nova descoberta e sua importância para o desenvolvimento dos sistemas mundiais de comunicação:

Até a década de 1830, uma carta postada na Inglaterra levava de cinco a oito meses para chegar à Índia; e, devido às monções no Oceano Índico, a resposta poderia levar dois anos para chegar. A partir de 1870, um telegrama poderia chegar a Bombay em cinco horas, e a resposta estaria de volta no mesmo dia. E em 1924, na Exposição do Império Britânico, Jorge V enviou a si mesmo um telegrama que circulei o globo somente em linhas inglesas e levou 80 segundos (THOMPSON, 2002, p. 139).

1.5 UMA IMPRENSA PARA AS MASSAS

Inovações técnicas de um lado, capacidade de produção e distribuição de notícias com amplitude mundial de outro, somadas a uma necessidade cada vez maior de lucratividade e tem-se então o cenário propício para um fenômeno próprio do final do século XIX: o surgimento da imprensa de massas, caracterizada basicamente pelas tiragens gigantescas e pela grande abrangência dos jornais. Marcondes Filho, tendo por base Prokop, lembra que o primeiro jornal com essa característica surgiu em 1833, nos Estados Unidos, com o lançamento do *The New York Sun*:

Ele, o jornal *Sun*, não possuía nenhum artigo de fundo

politicamente diferenciado, mas relatos sobre processos na justiça, execuções, suicídios, ocorrências locais e acontecimentos mundiais excepcionais. (...) Nos anos 1880-1890, no período Gilded Age, começa nos Estados Unidos a grande produção de massa. As misturas de sensacionalismo da imprensa de um penny são, então, refinadas e apresentadas tecnicamente com mais efeitos a partir de 1883, no jornal de Joseph Pulitzer, The New York World, de Nova York (PROKOP apud MARCONDES FILHO, 2000, p. 24).

É o período em que as páginas onde as notícias são veiculadas começam a receber melhor tratamento de cunho estético-visual e surgem as manchetes, os logotipos, as primeiras páginas melhor elaboradas etc.

Quanto aos motivos que tornaram possíveis as tiragens cada vez maiores, são basicamente os mesmos que impulsionaram o desenvolvimento da imprensa em períodos anteriores: “Generalização da instrução, democratização da vida política, urbanização crescente, desenvolvimento dos transportes e dos meios de comunicação (...)”, entre outros (ALBERT e TERROU, 1990, p. 52). A diferença reside na tecnologia disponível, agora também voltada para aprimoramentos de ordem estética.

O conteúdo dos jornais passa a se apresentar bem mais estruturado e os veículos passam a se valer com mais intensidade dos aperfeiçoamentos tecnológicos. Foi assim, por exemplo, com o processo de composição, acelerado a partir da invenção do linotipo, da fotogravura e da transmissão de clichês fotográficos por fios ou ondas. Somadas, as inovações contribuem decisivamente para que as tiragens atinjam números espetaculares em todos os cantos do mundo: na Inglaterra, em 1914, a tiragem global dos jornais diários era de 6,5 milhões de exemplares, enquanto que, na França, este

número chegava à casa dos 10 milhões²³.

Foi a partir de 1914 que Henry Ford apresentou ao mundo sua escala de produção baseada em uma jornada de trabalho de oito horas diárias e “cinco dólares de recompensa para os trabalhadores da linha automática de montagem de carros que ele estabelecera no ano anterior em Dearbon, Michigan” (HARVEY, 2000, p. 121).

O objetivo de Henry Ford ao pagar salários fixos aos seus trabalhadores e ao estabelecer uma carga de trabalho diferente da praticada até então não era apenas aumentar a produtividade de suas empresas, mas também fazer com que estes mesmos trabalhadores tivessem condições financeiras de consumir o que produziam, incluindo neste item os momentos de lazer. Ford fez mais do que inventar uma forma eficiente de produção de bens de consumo, nesse caso automóveis: ele emprestou ao mundo um novo conceito de produtividade que mais tarde seria incorporado aos demais setores da sociedade, entre esses o da sempre crescente e rentável indústria da comunicação.

Harvey salienta que o modelo de produção proposto por Henry Ford sofreu muitos percalços²⁴ em seus primeiros momentos basicamente porque

²³ Não nos estenderemos neste aspecto. Vale lembrar que o processo de aperfeiçoamento das máquinas de imprimir jornais permite que, atualmente, a diferença entre a montagem de uma página na tela de um computador e sua efetiva impressão não demore mais que alguns minutos.

²⁴ “Houve, ao que parece, dois principais impedimentos à disseminação do fordismo nos anos entre-guerras. Para começar, o estado das relações de classe no mundo capitalista dificilmente era propício à fácil aceitação de um sistema de produção que se apoiava tanto na administração do trabalhador com longas horas de trabalho puramente rotinizado, exigindo pouco das habilidades manuais tradicionais e concedendo um controle quase inexistente ao trabalhador sobre o projeto, o ritmo e a organização do processo produtivo (...) A segunda barreira importante a ser enfrentada estava nos modos e mecanismos de intervenção estatal” (HARVEY, 2000, pp. 123-4).

não contava, entre outros, com uma estrutura político-administrativa que lhe desse guarida. Equivale a dizer que o Estado, marcado por conflitos de toda a ordem, não estava maduro o suficiente para dar sustentação à nova etapa do capitalismo que se iniciava. Isso viria a ocorrer somente mais tarde a partir principalmente de John Maynard Keynes, economista para quem o problema consistia basicamente em desenvolver um método que possibilitasse

(...) chegar a um conjunto de estratégias administrativas científicas e poderes estatais que estabilizassem o capitalismo, ao mesmo tempo que se evitavam as evidentes repressões e irracionalidades, toda a beligerância e todo o nacionalismo estreito que as soluções nacional-socialistas implicavam (HARVEY, 2000, p. 124).

A conjunção dos fatores foi resolvida pelo menos três décadas mais tarde, a partir de 1945, o que emprestou ao fordismo a característica de regime de acumulação maduro e possibilitou ao capitalismo com nuances fordistas manter-se estável até 1973, graças principalmente à adequação estatal ao modelo produtivo.

Observe-se que o século 19 foi marcado por um movimento no sentido de preparar o planeta para o sistema produtivo que seria mais tarde proposto por Ford, arcado principalmente na idéia de produção em série e em larga escala, basicamente para que o mesmo tivesse condições de se expandir em todas as direções.

Sob outro ângulo, as inovações tecnológicas ligadas ao deslocamento físico e à transmissão de informações, inclusive em nível intercontinental, acabam tornando o novo paradigma produtivo viável, o que acabará por acontecer mais tarde, basicamente porque possibilitam o controle dos fluxos

e tornam mais dinâmicos e precisos o deslocamento e a transmissão de informações. Assim, de um lado tem-se um modelo revolucionário de produção de bens de consumo, que abandona gradativamente os processos artesanais e se fundamenta na produção em série e com nuances cada vez mais aprimoradas tecnologicamente. De outro lado, tem-se uma infraestrutura de comunicação complexa com suas redes de telégrafos controlando o fluxo dos trens e com seus telégrafos e cabos submarinos ditando as regras do comércio entre os países e continentes.

Este aspecto torna-se importante quando observamos, como apontou Sylvia Moretzsohn (2002, p. 24), que a estrutura “sobre a qual se desenvolve a percepção de ‘aceleração de tempo’ repousa sobre a própria lógica do capital”. Aplicado à comunicação, este paradigma encontra ressonância na forma como o jornalismo passa a ser praticado nesta fase em que Marcondes Filho (2000, p. 25) classifica como de formação de monopólios:

A fase de consolidação da imprensa de negócios como sociedade por ações vem do último quarto do século 19, em que não somente a empresa jornalística se impõe como única forma possível de competir no mercado editorial, como também se formam os grandes conglomerados de imprensa. Nos Estados Unidos cria-se o conglomerado Hearst; na Inglaterra o Northclyff, e, na Alemanha, Ullstein e Mosse.

A tendência de crescimento das tiragens prossegue até aquele que Marcondes Filho classifica como o “quarto e último jornalismo”, processo que se iniciou por volta dos anos 70 e no qual se acoplam dois outros de natureza semelhante:

Primeiramente, a expansão da indústria da consciência no plano das estratégias de comunicação e persuasão dentro dos noticiário e da informação. É a inflação dos comunicados e de materiais de imprensa, que passam a ser fornecidos aos jornais por agentes empresariais e públicos (assessorias de imprensa) e que se misturam e se confundem com a informação jornalística (vinda da reportagem principalmente), depreciando-a 'pela overdose'. Depois, a substituição do agente humano jornalista pelos sistemas de comunicação eletrônica, pelas redes, pelas formas interativas de criação, fornecimento e difusão de informações. São várias fontes igualmente tecnológicas, que recolhem material de todos os lados e produzem notícias (MARCONDES FILHO, 2000, p. 30).

Este é o momento em que o capital, principalmente a partir do advento das novas tecnologias de comunicação, toma para si nuances cada vez menos rígidas, próprias do fordismo, e passa a ter dimensões mundiais, porque voláteis. É quando surge o que Harvey chamou de acumulação flexível, sistema que tem como parâmetro, entre outros, a flexibilidade do processo produtivo, incluindo nestas os padrões de consumo.

A acumulação flexível, segundo Harvey (2000, p. 140),

(...) é marcada por um confronto direto com a rigidez do fordismo. Ela se apóia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional.

Moretzsohn salienta que a passagem do fordismo para o sistema de acumulação flexível, resultante, em síntese, do esgotamento das opções para lidar com o problema da superacumulação, que já havia exposto o capitalismo a outras crises, "ampliou a escala de aceleração do ritmo da inovação do produto - portanto, da obsolescência programada -, reduzindo drasticamente

o tempo de giro do capital através da automação da produção e de novas formas de gerenciamento” (MORETZSOHN, 2002, p. 26).

Castells (2000) vai mais longe. A prosperidade econômica e a estabilidade social decorrentes do modelo keynesiano de crescimento, verificadas principalmente após a Segunda Guerra Mundial, foram colocadas em xeque ao final dos anos 70, quando os freqüentes aumentos no preço do petróleo ameaçavam provocar uma crise inflacionária sem precedentes. Equivale a dizer que o modelo de desenvolvimento proposto inicialmente por Ford e aprimorado por Keynes estava em xeque e esta situação era decorrente principalmente da rigidez com que haviam se estruturado, em franco contraste com os novos tempos.

O mundo estava mudando rapidamente e esta mudança estava diretamente relacionada à dinamização dos processos de comunicação, resultantes do aprimoramento tecnológico, que praticamente eliminaram o conceito de distância física, tornando a circulação do capital muito mais dinâmica. Os esforços no sentido de flexibilizar este sistema acarretaram uma série de reformas, arcadas em quatro objetivos principais:

(...) aprofundar a lógica capitalista de busca de lucro nas relações capital/trabalho; aumentar a produtividade do trabalho e do capital; globalizar a produção, circulação e mercados, aproveitando a oportunidade das condições mais vantajosas para a realização de lucros em todos os lugares; e direcionar o apoio estatal para ganhos de produtividade e competitividade das economias nacionais, freqüentemente em detrimento da proteção social e das normas de interesse público (CASTELLS, 2000, p. 37).

1.6 A INTERNET COMO VEÍCULO

A exemplo do que havia ocorrido anteriormente, uma vez mais as inovações de ordem tecnológica, em especial aquilo que Castells chamou de informacionismo²⁵, mostraram-se fundamentais para a sobrevivência e ampliação do capital, agora com dimensões planetárias. Se isso foi possível, deve-se fundamentalmente à invenção e posterior saída da Internet dos meios militar, na década de 60, onde se iniciou, e, dez anos mais tarde, acadêmico, onde ganhou importância como veículo de comunicação.

Ao deixar os círculos restritos e encolher o tamanho do mundo, a Internet tomou para si e ampliou as funções antes exercidas pelas estradas de ferro, posteriormente pelos telégrafos e, mais tarde, pelos cabos submarinos. Ou seja, acelerou o tempo porque encurtou as distâncias. Contudo, não obstante as novas possibilidades apresentadas pelas novas tecnologias em termos de velocidade e deslocamento, elas tendem a estar disponíveis apenas para um número limitado de pessoas.

O fato é que apenas três praças, Nova Iorque, Londres e Tóquio, concentram mais da metade de todas as transações e ações; as empresas transnacionais são responsáveis pela maior parte do comércio dito mundial; os 47 países menos avançados representam juntos apenas 0,3% do comércio mundial, em lugar dos 2,3% em 1960, enquanto 40% do comércio dos Estados Unidos ocorrem no interior das empresas (SANTOS apud MORETZSOHN, 2002, p. 29).

Em 1962, a Defense Advanced Research Projects Agency (Darpa) incumbiu a RAND Corporation, ligada ao governo dos Estados Unidos, de criar

²⁵ “(...) o informacionismo está ligado à expansão e ao rejuvenescimento do capitalismo, como o industrialismo estava ligado à sua constituição como um modo de produção” (2000, p. 37)

um sistema que garantisse as comunicações governamentais em caso de conflito entre as nações. O resultado foi a criação, dois anos mais tarde, de um conceito de comunicação em rede onde as mensagens seriam transmitidas em pacotes contendo blocos de dados, que por sua vez seriam remetidos de uma máquina a outra, sem um roteiro pré-definido, mas com a certeza de que chegariam ao seu destino e poderiam ser reagrupados mais tarde. Em caso de ataque militar, seria preciso destruir toda a rede caso se pretendesse impedir a chegada da mensagem em questão.

Concebida pelo governo dos Estados Unidos, durante a década de sessenta, a internet tinha como finalidade atender às necessidades de segurança daquele país. Em plena Guerra Fria, os norte-americanos desenvolveram uma rede de computadores, sem um nó central, cujos terminais eram capazes de estabelecer a comunicação entre si e transmitir informações. A natureza descentralizada da rede permitia que as informações trafegassem por rotas alternativas. Se um ponto de rede estivesse incapacitado de manter a conexão, a comunicação entre os demais pontos não sofreria prejuízo (RANGEL apud MIELNICZUK, 1998, pp. 53-4).

Foi a partir de 1984, no entanto, quando a Arpanet passou a ser gerenciada pela National Science Foundation (NSF), um órgão ligado ao governo norte-americano, que a Internet começou a se expandir pelo planeta. Isso ocorreu através da criação de centros de computação, conhecidos como backbone na agora National Science Foundation Network (NSFNET).

Tal esquema viabilizou economicamente a participação de instituições de ensino, que não precisariam pagar altas contas telefônicas para estar em contato com algum destes centros. Bastava estar em contato com uma rede regional, que por sua vez estava ligada a um dos centros (MIELNICZUK, 1998, p. 56).

Naquele ano, a Arpanet foi dividida em duas partes: Milinet, destinada ao uso dos militares, ficando a nomenclatura Arpanet para os pesquisadores. Mielniczulk salienta que o Brasil conectou-se à Internet em 1988. Para tanto,

valeu-se de três conexões: uma delas na Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp); outra no Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC) e uma terceira na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). “Atendendo ao objetivo de facilitar a comunicação entre pesquisadores e educadores brasileiros com o exterior, várias instituições de ensino começaram a estabelecer conexões com os órgãos citados” (MIELNICZUK, 1998, p. 57).

A entrada de empresas comerciais, entre estas as de comunicação, na rede em nível mundial deu-se no início dos anos 90, decorrência basicamente do processo acelerado de expansão da Internet. No Brasil, este processo se iniciou em 1995, sendo que, um ano depois, havia cerca de 200 provedores particulares de acesso e 200 mil usuários em território brasileiro.

A articulista do site HOTLink Renata Amaral²⁶, a partir de dados obtidos junto ao IBGE, salienta que o Brasil está se tornando cada vez mais informatizado, se o processo for observado a partir do crescimento do número de provedores: segundo ela, entre 1999 e 2001, estes cresceram 53%. A mesma articulista salienta que eram cerca de 14 milhões os usuários que acessaram a Internet a partir de suas casas em junho de 2002²⁷, enquanto que o “número de internautas ativos, ou seja, aqueles que entram em rede ao menos uma vez por mês, se manteve em 7,6 milhões de pessoas”.

²⁶ Disponível em:

<http://servlets.hotlink.com.br/hotlink/newstorm.notitia.apresentacao.ServletDeNoticia?codigoDaNoticia=871&dataDoJornal=atual>. Acesso em 27 de março de 2003.

²⁷ Disponível em:

<http://servlets.hotlink.com.br/hotlink/newstorm.notitia.apresentacao.ServletDeNoticia?codigoDaNoticia=681&dataDoJornal=atual>. Acesso em: 27 de março de 2003

Este dado está de acordo com pesquisa do Instituto Ibope²⁸, segundo a qual o número de internautas domiciliares ativos da Internet brasileira em fevereiro de 2003 foi de 7,471 milhões, contra 7,456 do mês anterior. "Janeiro já apresentou um comportamento atípico para um mês de férias de verão, com aumento do número de internautas ativos em relação a dezembro. Que esse aumento se mantenha em um mês com apenas 28 dias, onde tradicionalmente observamos uma queda, mostra que a Web está cada vez mais presente na vida dos usuários", afirma Marcelo Coutinho, diretor de Serviços de Análise do IBOPE eRatings (2003, On-line). Em dezembro de 2002, segundo a mesma fonte, a Web nacional registrou 7,404 milhões de usuários.

Dados divulgados pelo instituto de pesquisa Media Metrix em abril de 2001 indicavam que o total de visitantes que se utilizaram da internet a partir de suas casas foi de 5,833 milhões nas dez principais regiões metropolitanas do país. O mesmo instituto divulgou, em outra pesquisa, que havia 10,5 milhões de usuários de computadores no final de 2000. A projeção é de que haja 34 milhões ao término de 2006. São índices promissores quando o assunto é mídia e que, portanto, interessaram desde cedo principalmente aos grandes grupos de comunicação como alternativas de negócio.

A exemplo do que ocorreu em períodos anteriores da história, o jornalismo soube novamente aproveitar-se da estrutura tecnológica disponível. No Brasil, este movimento se iniciou a partir da segunda metade da década de 90, quando as principais empresas de comunicação do país

²⁸ Disponível em: <http://www.ibope.com.br/eratings/ogrupos/empresa/eratings/index.htm>. Acesso em: 27 de março de 2003

implantaram versões digitais²⁹ de seus jornais impressos na Word Wide Web (WWW). Os primeiros grandes jornais brasileiros começaram a inserir versões on-line na rede a partir de 1995. Este movimento migratório teria se iniciado a partir da região Sudeste do País, no eixo econômico-geográfico existente entre o Rio de Janeiro e São Paulo, e, de lá, se disseminado para o restante do Brasil.

O primeiro jornal a estar disponível em dígitos foi o Jornal do Brasil, em 1995, seguido, no mesmo ano, pelos paulistanos Folha de São Paulo e depois O Estado de São Paulo. Ainda que O Globo, do Rio de Janeiro, tenha entrado oficialmente para a rede somente em 29 de julho de 1996, ele já estava parcialmente on-line antes disso. "(...) o caderno Informática Etc., do jornal de papel, já tinha suas páginas web desde março de 1995." (QUADROS, 2002, p. 256). Especula-se que, atualmente, haja cerca de 500 jornais brasileiros de todos os tamanhos em formato digital, o que representa uma média superior a 80 novos veículos surgidos por ano nos últimos seis anos em território brasileiro.

É importante observar, por fim, que inicialmente os sites dos webjornais eram bastante simples em termos de design e exploravam muito pouco os recursos de hipertexto, interatividade e multimídia, próprios do novo suporte, limitando-se a transpor o conteúdo da edição impressa para a versão eletrônica. Ainda que esta realidade tenha mudado em alguns aspectos, principalmente a partir da utilização de elementos multimídia no

²⁹ Usaremos aqui o adjetivo digital como a linguagem dos computadores, onde os bits não servem apenas para representar números, mas para qualquer coisa que precise ser informada a um computador. Segundo Negroponte, "digitalizar um sinal é extrair dele amostras que, se colhidas a pequenos intervalos, podem ser utilizadas para produzir uma réplica aparentemente perfeita daquele sinal" (1995, p. 19).

sites, tais como imagens e sons, as versões digitais dos jornais mantém basicamente a mesma estrutura que suas versões analógicas, deixando as inovações para os portais de conteúdo. Steve Outing, consultor de Internet, a partir de pesquisa realizada com webjornais norte-americanos, concluiu que a maioria dos sites analisados não merecia boas notas.

O maior e mais freqüente problema que percebi é que os sites na Web contêm notícias da edição em papel que são simplesmente despejadas on line, sem mais. Em muitos casos constatei que o único conteúdo real que existia em um site eram matérias do jornal em papel convertidas apressadamente para o formato HTML. (Em um número alarmante de sites, a formatação do material era muito mal feita.) A menos que um leitor tenha interesse por notícias de uma cidade e more longe dela, fora do alcance de entrega do jornal impresso, esses sites não dão aos usuários motivos para visitá-los (OUTING, On-line, 2002).

A aparente acomodação, na medida em que os webjornais não exploram todo o potencial do novo suporte, em especial em seu aspecto quanto à atualização, deixando-a via de regra para os links de última notícia, por exemplo, esconde um paradoxo: ao se inserirem na rede, os veículos passam a dispor de uma abrangência mundial, sem que isso represente necessariamente aumento dos custos de distribuição e circulação. Assim, mesmo considerando o potencial representado pelo novo suporte, a simples transcrição de um meio para outro não deixa de ser um bom negócio para as empresas.

De acordo com Squirra (1997, p. 81), trata-se de uma união (do jornalismo com o computador) "(...) produtiva, dinamizadora e irreversível. Mas nem todos entendem assim, e os céticos desta união não atinaram ainda

que na forma eletrônica o computador potencializa o próprio jornal”. Equivale a dizer que o mundo, no campo da comunicação, encontra-se diante de uma nova ordem, instaurada na interseção de dois eixos principais:

- a) a contínua absorção, pelos grande conglomerados mediáticos, de dispositivos de última geração, interligados em redes e geradores de informações on-line e/ou em tempo real de amplíssimo alcance;
- b) o ciberespaço como um âmbito desterritorializado de bases cooperativas, de trocas interativas e de acessos instantâneos a uma multiplicidade infinita de saberes (MORAES, 1997, p. 19).

No próximo capítulo, analisaremos como este processo de aceleração do tempo e redução das distâncias influencia os principais conceitos em jornalismo.

2 A CONSTRUÇÃO DOS CONCEITOS

O aumento das velocidades, decorrência principalmente das inovações de ordem tecnológica³⁰ que se acentuaram a partir do século XIX, fez mais do que reduzir distâncias, aumentar as tiragens e alterar a noção de tempo e espaço em jornalismo: provocou mudanças substanciais nas técnicas utilizadas para a elaboração das notícias nos jornais. Antes de caráter opinativo e cunho explicitamente político³¹, em consonância com a época em que se inseriam, não demorou para que os veículos buscassem formatos mais adequados aos novos tempos, permeados por inovações de toda ordem. Com isso, verificou-se o início do processo de construção dos conceitos que norteiam este campo do conhecimento.

Ainda que a notícia de caráter jornalístico, tal como a conhecemos, seja uma invenção relativamente recente, autores como Lage (1998, p.8) afirmam que sua origem remonta à Idade Média, quando “as informações disponíveis para a população vinham embutidas em decretos, proclamações, exortações e nos sermões de igrejas”. Essa realidade permaneceu estática até

³⁰ Segundo Lemos (2002, p. 28), por tecnologia devemos entender “as máquinas e seus respectivos processos de fabricação”. Já a definição de técnica (do grego *tecknè*) está associada às atividades do ser humano, “desde a elaboração de leis e a habilidade para contar e medir, passando pela arte do artesão, do médico ou da confecção do pão, até as artes plásticas ou belas artes, estas últimas a mais alta expressão da tecnicidade humana”. Consideramos a atividade jornalística como de caráter técnico.

³¹ “Até a primeira metade do século XIX não havia preocupação, por parte do editor e do leitor, com o equilíbrio e imparcialidade. Como a imprensa era sobretudo político-partidária, comprava-se (assinava-se) jornal para saborear a versão parcial dos acontecimentos e para se ler as críticas aos adversários, quase sempre pessoais, procedentes ou não, e invariavelmente em termos fortes, quando não afrontosos” (AMARAL, 1996, pp.26-7).

meados do século XIII, por ocasião da expansão da atividade comercial e conseqüente ligação entre Oriente e Europa através das primeiras grandes rotas de navegação. Com os navios repletos de mercadorias chegavam à Europa as tecnologias que mais tarde, em 1452, ajudariam Gutemberg a imprimir a sua bíblia, deflagrando, assim, de forma mais acelerada, o processo evolutivo da palavra imprensa.

Mesmo que nos primeiros jornais a notícia tivesse caráter mercantil, na medida em que se limitava a informar eventos ligados ao sistema produtivo³², os veículos rapidamente passaram a ser utilizados como porta-vozes de interesses os mais diversos, em especial os políticos.

(...) a burguesia tinha que lutar em outras frentes e logo usou os jornais em sua arrancada final sobre os palácios. A Igreja e o Estado tentaram conter os impressos com o índice e a censura; mais tarde, os aristocratas lançavam seus próprios periódicos, sempre menos interessantes porque, na guerra de opinião, não tinham muito o que dizer. Foram anos e anos de intensa luta política, em que a informação aparecia como tema da análise dos publicistas³³, da denúncia dos panfletários, do puxa-saquismo dos escritores cortesãos (LAGE, 1998, p.11).

Se isso ocorria dessa forma, era basicamente porque os custos das edições, de tiragem limitada, eram relativamente baratos e qualquer pessoa podia ter seu próprio jornal, desde que tivesse dinheiro para tanto. Mas havia outros motivos. Marcondes Filho (2000, p. 10) salienta que o surgimento do jornalismo está relacionado ao início do processo de desconstrução do poder da Igreja e da Universidade. A Igreja detinha o acesso a documentos e o

³² “Nos primeiros jornais a notícia aparece como fator de acumulação de capital mercantil: uma região em seca, sob catástrofe, indica que certa produção não entrará no mercado e uma área extra de consumo se abrirá, na reconstrução; a guerra significa que reis precisarão de armas e dinheiro; uma expedição a continentes remotos pode apresentar a possibilidade de mais pilhagens, da descoberta de novos produtos ou de terras próprias para a expansão de culturas lucrativas, como a cana de açúcar e o algodão” (LAGE, 1998, pp. 10-1).

³³ Pessoa que escreve para o público, sobre assuntos vários.

direito a pesquisa, enquanto que as universidades funcionavam como espaços em que o saber era privilégio de uns poucos.

Uma das primeiras e mais significativas mudanças de caráter no estatuto da notícia deu-se com a Revolução Francesa que, ao destituir os regimes monárquicos e o poder aristocrático, também representou o princípio da conquista do direito à informação. O saber, antes reservado aos sábios e religiosos, agora passa a circular de forma mais livre. Caberá aos jornalistas o papel de tornar a verdade, ou pelo menos o que se entendia por verdade, acessível a todos, dando continuidade ao mito da transparência, próprio do Iluminismo³⁴.

Marcondes Filho (2000, p. 11) classifica esse período, iniciado em 1789 e que durou até a primeira metade do século XIX, como “primeiro jornalismo”. É movido pela idéia de iluminação, tanto no sentido de acabar com o obscurantismo como no de promover o esclarecimento político e ideológico da população.

É a época da ebulição do jornalismo político-partidário, em que as páginas impressas funcionam como caixas acústicas de ressonância, programas político-partidários, plataformas de políticos de todas as idéias. É época em que o jornal se profissionaliza: surge a redação como um setor específico, o diretor torna-se uma instância diferente da do editor, impõe-se o artigo de fundo e a autonomia redacional. (...) Os jornais são escritos com fins pedagógicos e de formação política. É também característica do período a imprensa partidária, na qual os próprios jornalistas eram políticos e o jornal seu porta-voz. Cada político razoavelmente destacado criava seu clube, cada dois criavam um jornal, escreve Otto Groth. Em Paris, somente entre fevereiro e maio de 1789, surgiram 450 clubes e mais de 200 jornais (MARCONDES FILHO, 2000, p. 12).

³⁴ Movimento que surge no século XVIII, em defesa da ciência e a racionalidade, contra a fé e a superstição. Inicialmente de caráter filosófico, alcança a política e a arte.

Renato Ortiz lembra que as mudanças introduzidas pela Revolução Francesa mostraram-se fundamentais para o desenvolvimento do capitalismo e para a Revolução Industrial, com

a introdução de novas formas de energia (vapor), mecanização das fábricas (sobretudo as indústrias têxteis), crescimento da indústria da construção e da metalurgia e o advento das ferrovias. Esses acontecimentos, que se manifestam ao nível da infraestrutura econômica, têm conseqüências fundamentais na organização da sociedade: criação de grandes empresas industriais e comerciais, desenvolvimento do patronato, do assalariado burguês e da classe operária (ORTIZ, 1991, p.14).

Esse momento de transição, de caráter socioeconômico e que implica custos cada vez maiores para os jornais, naturalmente acaba por se refletir na forma como as notícias passam a ser feitas. O tom opinativo, político, antes fundamental para a sobrevivência dos jornais, começa a sofrer um movimento inverso. Amaral (1996) salienta que a transformação da notícia de política³⁵ para comercial dependeria fundamentalmente de fatores como a democratização, o desenvolvimento tecnológico, a expansão da economia de mercado, aumento dos índices de alfabetização e o crescimento da classe média urbana. Ou seja, são basicamente os mesmos que determinaram o aumento nas velocidades de produção e distribuição dos jornais.

É dos primeiros 30 anos do século XIX, na Inglaterra, França e Estados Unidos a passagem da imprensa politizante para uma imprensa comercializada. A partir de então, a objetividade, ou melhor, aquilo que mais tarde ganharia o nome de objetividade passa a se identificar com uma mistura de estilo direto, imparcialidade, fatorialidade, isenção,

³⁵ Ainda que, conforme veremos mais adiante, Sylvia Moretzsohn (2003) lembre que também existe um forte componente político e de caráter hegemônico nas notícias ditas de caráter comercial, para fins deste trabalho aceitaremos a divisão histórica aqui sugerida.

neutralidade, distanciamento, alheamento em relação a valores e ideologias (AMARAL, 1996, p. 26).

2.1 QUATRO ACONTECIMENTOS DECISIVOS

Foram pelo menos quatro os acontecimentos que contribuíram decisivamente para a introdução das novas formas de se fazer jornalismo: as agências de notícias, o desenvolvimento industrial, as duas guerras mundiais e o advento da publicidade e das relações públicas.

Podemos atribuir às agências de notícia a introdução do conceito de imparcialidade jornalística. Inicialmente criadas para vender informações a governos, banqueiros, diplomatas e negociantes, corretores, armadores e transportadores, logo passaram a atender também aos jornais. Foram elas as primeiras grandes responsáveis pela proliferação da idéia de menos envolvimento do jornalista na confecção da notícia, o que passou a se tornar um ideal em todos os seus comunicados.

Como os clientes novos e antigos representavam diferentes segmentos da população, as agências, beneficiadas e, ao mesmo tempo, cobradas pelas novas realidades, foram obrigadas a manter um certo grau de imparcialidade. Impôs-se a confecção de um noticiário equilibrado, de forma a contemplar a todos os lados da questão. Era preciso então que elas oferecessem um produto capaz de atender às necessidades específicas da cada cliente, refletindo o caráter social do mercado e levando em conta seus interesses, valores e preconceitos. Passaram a vender notícias uniformes, neutras e imparciais a jornais politicamente diversos (AMARAL apud AMARAL, 1996, p. 28).

Se, por um lado, a busca pela imparcialidade jornalística já era dominante na Inglaterra de 1830, sob outro ângulo ela cresceu e tomou corpo três anos mais tarde, nos Estados Unidos, com o jornal The New York Sun -

que passou gradativamente a dar realce às notícias que estivessem relacionadas com processos judiciais e crimes, deixando de lado as informações políticas. A reorientação editorial teria agradado ao público e feito com que, em dois anos, a tiragem do Sun passasse para 15 mil exemplares e suas páginas dobrassem de tamanho pra acomodar os anúncios.

A idéia básica da nova política era oferecer aos leitores, ao mercado, notícias selecionadas e escritas num tom desapaixonado que não parecesse ficção, propaganda ou panfleto. Os repórteres foram advertidos a não injetarem opiniões e preconceitos nas matérias, uma prática de sinal fechado para qualquer tipo de questionamento. Os liberais logo interpretaram a medida como proibição de penetrar em áreas que pudessem causar desconforto entre os que estavam no poder, aos ricos e à ideologia conservadora (AMARAL, 1996, p. 30).

A nova orientação editorial deu fôlego ao jornalismo como forma de negócio e logo o Evening Transcript e o New York Herald seguiram os passos do Sun. Trata-se, como hierarquizou Marcondes Filho, do período compreendido como “segundo jornalismo”, em que as inovações tecnológicas surgidas na segunda metade do século XIX interferem radicalmente nos processos produtivos da profissão.

A transformação tecnológica irá exigir da empresa jornalística a capacidade financeira de auto-sustentação, pesados pagamentos periódicos para amortizar a modernização de suas máquinas; irá transformar um atividade praticamente livre de pensar e de fazer política em uma operação que precisará vender muito para se auto-financiar (MARCONDES FILHO, 2000, p.13).

Esse processo, que se iniciou em 1830 na Inglaterra, França e nos Estados Unidos, estará plenamente consolidado em 1875. É quando se verifica

uma importante mudança no conceito de jornal, que rapidamente vê superado o valor de uso (informação), pelo valor de troca, cuja marca mais visível é a venda de espaços publicitários como forma de sustentação econômica. A idéia era ganhar dinheiro e a publicidade tornou-se um excelente mecanismo para atingir tal propósito. “A tendência - como se verá até o final do século 20 - é a de fazer do jornal progressivamente um amontoado de comunicações publicitárias permeado de notícias” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 14).

Habermas (1984, p. 216) lembra que foi com o estabelecimento do Estado burguês de Direito e com a legalização de uma esfera pública politicamente ativa que a imprensa começa a abandonar suas posições polêmicas e se voltar gradativamente em direção ao lucro comercial. Os anúncios têm posição de destaque nessa lógica, na medida em que passam a se tornar fontes cada vez mais importantes de ganho para os editores.

Se, no começo, dentro de uma imprensa diária motivada em primeiro lugar politicamente, a reorganização de certas empresas sobre uma base exclusivamente comercial podia representar tão somente uma simples possibilidade de investimento capaz de gerar lucros, em breve isso se tornou uma realidade para todos os editores. A ampliação e o aperfeiçoamento da base de capital, uma elevação do risco econômico e, necessariamente, a subordinação da política empresarial a pontos de vista da economia de mercado. Já em 1814 o Times é impresso em novas máquinas, mais velozes e que, após quatro séculos e meio, substituíam a impressora de madeira de Gutemberg. Uma geração mais tarde, a invenção do telégrafo revoluciona a organização de todo o sistema de informações (HABERMAS, 1984, p. 217).

Ato contínuo, a origem da notícia, tal como a concebemos hoje, deu-se

nos Estados Unidos, com a “penny press”³⁶. O principal mérito da “penny press” foi tomar o conteúdo dos jornais mais voltado para as questões do dia-a-dia da sociedade, em consonância com os novos tempos, modernos. Os jornais passam a ser vendidos nas ruas, normalmente com ajuda dos gritos de “jornaleiros”. O repórter gradativamente deixa de ser um colaborador para tornar-se um funcionário da empresa, estabelecendo a profissionalização. O Sun foi o primeiro a cobrir crimes, enquanto que o Herald inovou ao dar destaque às informações de cunho social.

Decorrencia dessa nova postura editorial, data desse período a introdução do conceito de precisão³⁷ jornalística. O que motivou a introdução do novo paradigma foi um fenômeno muito semelhante ao que acontecia quando os jornais eram de caráter político: o uso indiscriminado do comentário e das informações de excessivo apelo dramático, portanto sensacionalistas.

De seus primeiros tempos, a imprensa americana trazia uma tradição de cobertura local. Nos anos de Hearst e Pulitzer, adquiriu novo aspecto, dando ênfase às histórias sentimentais e de crimes que distraem e ao mesmo tempo projetam aspirações e angústias das grandes massas. O tratamento emocional desses temas gerou o que se chama de imprensa sensacionalista - competitiva, voltada para a coleta de informações a qualquer preço e, eventualmente, mentirosa (LAGE, 1998, p. 14).

Albert e Terrou afirmam que os jornais de Joseph Pulitzer e William Randolph Hearst representam a última etapa desse tipo de jornalismo nos Estados Unidos. Vale lembrar que, mesmo não tendo se iniciado nos EUA,

³⁶ Jornal de um penny.

³⁷ Entendido aqui no sentido de exatidão, de correção e do rigor na apuração e na correspondência dos fatos.

o debate acerca do que mais tarde viria a ser conhecido como objetividade desenvolveu-se de forma mais contundente entre os norte-americanos. Em 1878, Pulitzer lançou o Saint-Louis Post Dispatch, “onde experimentou o jornalismo popular das notícias do dia e das reportagens ‘humanas’” (1990, p. 56). Em 1883, adquiriu o New York World, onde “explorou despidoradamente o sangue como matéria de primeira página” (1990, p. 56).

Com Hearst, filho de um milionário californiano, o processo foi semelhante: em 1895 ele lançou o New York Journal. Seu maior feito na direção do veículo foi ter influenciado decisivamente na deflagração da guerra contra a Espanha, em 1898, a partir de uma séria de reportagens sobre Cuba. O mesmo pode ser dito em relação à exploração editorial da explosão do encouraçado Maine, na baía de Havana, ocorrida por acidente, conforme soube-se somente mais tarde.

Esses jornais de títulos atraentes e abundantemente ilustrados adaptavam-se bem à mentalidade rude e à cultura ainda primária da massa dos novos imigrantes, que também fizeram o sucesso dos *comics*, histórias em quadrinhos imitadas das histórias sem palavras das folhas humorísticas e dos jornais infantis europeus. Um dos primeiros personagens desses *comics*, Yellow Kid (1894), contribuiu para dar à imprensa de 1 cent o cognome de *imprensa amarela*³⁸ (ALBERT e TERROU, 1990, p. 57).

A reação negativa dos leitores aos escândalos impressos nas páginas dos jornais e a conseqüente redução no faturamento das empresas provocaram uma guinada em direção à exatidão. Passou-se a exigir que as “matérias

³⁸ No Brasil, imprensa marrom.

fossem fotograficamente³⁹ fiéis à vida” (AMARAL, 1996, p. 31). O rigor quanto à forma como as notícias eram apuradas e tratadas reforçou a idéia de que as informações tinham de ser imparciais, portanto exatas, para que não sofressem rejeição do público. O espaço destinado à opinião pública continuou a existir, mas ficou relegado a um segundo plano, em artigos assinados, onde os proprietários das empresas manifestavam seus pontos de vista.

Ao campo acadêmico é atribuída importância basilar nesse processo. Amaral lembra que a discussão acerca da objetividade ganhou fôlego graças principalmente ao desenvolvimento da disciplina de Ciências da Comunicação na Alemanha, França e, mais tarde, nos Estados Unidos.

O pensamento de Max Weber (Alemanha), Augusto Comte e Emile Durkheim (França), Herbert Spencer (Inglaterra) e dos teóricos da comunicação - o francês Gabriel Tarde e o alemão George Simmel - abriu caminhos para a compreensão da interação humana e viria a influenciar direta e indiretamente a comunidade científica do outro lado do Atlântico (AMARAL, 1996, p. 36).

Equivale a dizer que o foco da atenção começa a deixar o campo do experimentalismo, porque movido por uma lógica casual de oferta e procura, à mercê do mercado, e começa a adquirir nuances de ciência. Quatro nomes mostraram-se decisivos para o desenvolvimento das ciências da comunicação

³⁹ Observe-se, a título de curiosidade, que esta orientação coincide com a utilização da imagem fotográfica pelos jornais. Albert e Terrou salientam que, mesmo a fotografia tendo sido inventada na primeira metade do século XIX, ela veio a ser utilizada pela imprensa somente mais tarde. “A invenção da fotogravura química, por volta de 1850, permitiu uma diversificação nos métodos de impressão de grande tiragem. Para a tipografia, a impossibilidade de produzir os tons cinzentos das fotos só foi superada após a invenção (...) da *similogravura* (...). Graças a uma trama, os clichês passaram a ser compostos por um grande número de pontos de espessura variável que podiam ser reproduzidos facilmente sobre as formas de composição” (1990, p. 52).

nos Estados Unidos: John Dewey, Charles Horton Cooley, Robert Park e Herbert Mead. “Os quatro salientaram a importância da abordagem fenomenológica da comunicação, enfatizando que a subjetividade individual de como a mensagem é percebida é uma qualidade essencialmente humana” (AMARAL, 1996, p. 35). Em outras palavras, passou-se a observar que duas ou mais pessoas podiam falar do mesmo assunto e cada uma delas ter dele uma interpretação diferenciada.

Berganza salienta que o papel mais incisivo, mas nem por isso o mais referenciado, nesse processo coube ao sociólogo Robert Park, mais lembrado por seus estudos sobre a ecologia das cidades e as relações raciais e interculturais do que pelas pesquisas realizadas na área do jornalismo. “A comunicação é para ele indispensável para a existência de uma sociedade ou de um grupo social, que concebe a sociedade como interação e a comunicação como processo básico da interação social” (BERGANZA, 2000, p. 36).

Park é apontado como o primeiro pesquisador que definiu a notícia como uma forma de conhecimento:

As notícias são, para Park, uma forma elementar de conhecimento. Entre a familiaridade com as coisas (*acquaintance with*) e o conhecimento delas (*knowledge about*) existe um *continuum* em cujos extremos opostos se situam dois tipos de conhecimentos e no qual podem situar-se todas as formas de conhecimento, incluindo as notícias. Park sublinha que as diferentes formas de conhecimento têm funções distintas na vida das pessoas e da sociedade e não devem considerar-se como um único tipo de conhecimento, mas como possuindo níveis distintos de precisão e validade. (...) Contudo, é preciso esclarecer que as notícias em nada podem equiparar-se ao simples conhecimento intuitivo porque são um conhecimento que é, até certo grau, sistematizado - é o próprio Park que o reconhece. Assim, segundo o modelo tradicional de redação de notícias, estas devem responder de forma precisa às perguntas o quê, onde, quem, quando

e porquê (BERGANZA, 2000, pp. 360-1).

As duas guerras mundiais são igualmente apontadas como decisivas para o desenvolvimento dos novos paradigmas. Em primeiro lugar, porque foi a partir da Primeira Guerra que os Estados Unidos passaram a interferir de forma mais contundente além de suas fronteiras. Vale lembrar que os norte-americanos, mesmo não tendo sido os responsáveis pela introdução dos conceitos de precisão e objetividade, por exemplo, foram os responsáveis pelo aprimoramento e disseminação dos mesmos. Além disso, foi a partir da Segunda Guerra Mundial que o nazismo obrigou boa parte dos intelectuais europeus a emigrarem para a América, levando com eles um conhecimento de natureza reflexiva em uma sociedade historicamente pragmática. Incrementa-se, então, o desenvolvimento das ciências da comunicação e surge de maneira formal a expressão objetividade.

Amaral observa que, em 1937, o termo objetividade foi utilizado pela primeira vez em um processo encaminhado à Suprema Corte dos Estados Unidos, envolvendo a Associated Press e a National Labor Relations Board. A contenda envolvia a demissão de um repórter da Press por sua lealdade ao Newspaper Guild. Ele havia sido acusado de ter redigido uma notícia de forma tendenciosa. Morris Ernst, advogado da Labor, argumentou no autos que

(...) a Constituição não garante a objetividade da imprensa, nem é a objetividade obtida num mundo subjetivo: e a questão (...) realmente levantada não é se as notícias devem ser livres de preconceitos mas, ao contrário, que tipo de preconceitos devem colorir as notícias” (SWING apud AMARAL, 1996, p. 38).

Essas mudanças têm reflexos visíveis na linguagem utilizada pelos jornais. Paillet (1986) observa que, uma vez mais, as agências de notícias tiveram um papel decisivo nesse processo. O motivo é conhecido: a diversidade de interesses de seus clientes, marcados por características político-culturais as mais diversas.

Essa polivalência obrigatória e essa neutralidade, cujo cumprimento é garantido principalmente pela concorrência, levam a uma organização especial das funções jornalísticas. A personalidade (aliás coletiva) do emissor deve ser anulada ao máximo, seu ponto de vista não deve aparecer e, se possível, ser eliminado como tal. Tarefa impossível na sua totalidade, como se sabe, mas tendência profissional real. Por outro lado, não pode existir, em princípio, um "alvo", enquanto tipo de destinatário provável. Se destina o fato a todo mundo: (...) Todas as culturas, todas as situações, todas as tendências são apresentadas na clientela (PAILLET, 1986, p. 76).

Ainda que o próprio Paillet admita que não exista nenhuma linguagem capaz de abarcar tal diversidade de perfil, ele lembra que foram duas as saídas encontradas pelas agências de notícia para dar conta da necessidade: um linguajar "médio" e a diversificação dos serviços oferecidos. A questão lingüística diz respeito à utilização de códigos que fossem facilmente decifráveis tanto por pessoas cultas como pelo cidadão médio, independente de sua nacionalidade. Este ponto se localiza equidistante da rebuscada linguagem literária utilizada na época e da fala do senso comum. "Não é exatamente a mesma em francês, inglês ou em espanhol (...). Mas existe um fundo comum e, em todo o caso, uma característica comum: é a linguagem que pode ser compreendida pelo membro das classes dirigentes e pelos homens instruídos" (PAILLET, 1986, p. 76). Já o item diversidade fica por

conta da ênfase na cobertura de assuntos que não exigiam maiores cuidados quanto à sua interpretação, tais como resultados de eventos esportivos, cotações financeiras etc.

O quarto e último acontecimento apontado como decisivo para a consolidação do conceito de objetividade, ainda que não diretamente relacionado ao jornalismo enquanto práxis, diz respeito ao advento da publicidade e das relações públicas. As duas atividades, umbilicalmente ligadas aos jornais, não eram bem quistas e chegavam mesmo a ter a imagem negativa basicamente porque eram vistas como formas de promover o incremento das vendas a qualquer preço, sem maiores compromissos com a realidade.

O anúncio, chamado originalmente de reclame (do francês *réclame*) sofreu, durante anos, um processo de rejeição por parte dos donos das empresas e lojas comerciais. Eles não acreditavam na nova moda, achavam-na de mau gosto e diziam que estabelecimento ou artigo que se preza não faz reclame. (...) As relações-públicas, por sua vez, eram encaradas como uma atividade que pretendia promover como notícia um fato ou acontecimento que, de outra maneira, só seria publicado como matéria paga. Isso parecia ameaça muito séria à contabilidade dos jornais, por sinal razoavelmente nutrida, pelo menos nos grandes centros (AMARAL, 1996, p. 39).

A lógica era relativamente simples: se, de um lado, havia um movimento global, pelo menos na parte ocidental do planeta, no sentido de fazer com que as notícias correspondessem tão-somente, aos fatos, de outro ainda havia elementos que caminhavam em direção contrária. Era preciso, portanto, transformar esta realidade. Os Estados Unidos tomaram novamente a dianteira no processo logo nos primeiros anos do século XX, a partir da

diferenciação do conceito de fazer propaganda e trabalhar a opinião pública. Ainda que o propósito tenha se valido, de forma embrionária, para o surgimento, mais adiante, das disciplinas de Relações Públicas e Propaganda, nos ateremos ao fenômeno apenas da ótica jornalística.

Amaral salienta que o movimento se iniciou com Ivy Lee e Edward Bernays.

Eles marcaram a diferença entre fazer propaganda e trabalhar a opinião pública - no segundo caso assumir a esfera pública expressamente como política. O destinatário das relações públicas passou a ser opinião pública, as pessoas privadas enquanto públicas e não enquanto consumidores imediatos. O emissor esconde suas intenções comerciais sobre o papel de alguém interessado no bem comum (AMARAL, 1996, p. 40).

Coube a Edward Bernays a tarefa de cunhar o termo “assessor de relações públicas”, em substituição a “agente de imprensa” (press agent) e “divulgador” (publicity agent), ambos de 1868 e de cunho pejorativo porque ligados à idéia de manipulação das informações que eram repassadas aos jornais pelos empresários.

Contudo, ainda que a busca pela consolidação da notícia como reflexo fidedigno da realidade estivesse se incorporando ao fazer jornalístico, o princípio da objetividade jornalística não conseguiu eliminar problemas inerentes à sua gênese:

Ao se dizer informativo, com a função de narrar as ocorrências da sociedade quase como um espelho, imparcial e frio, a linguagem jornalística, por mais que for sujeita a manipulações de qualquer ordem, não consegue ficar imune às contradições que a sociedade expressa (HENN, 2002, p. 100).

A afirmação está de acordo com o que Tuchman escreveu ao salientar que a objetividade faz sentido quando é entendida como uma espécie de ritual estratégico, cuja função principal é proteger os jornalistas (e os veículos) dos riscos inerentes à profissão. Por “riscos” entenda-se desde o cumprimento de prazos estipulados para o fechamento das edições e as relações interorganizacionais até a possibilidade dos veículos serem alvo de ações judiciais. No primeiro caso, a diferença se estabelece devido à natureza da tarefa:

Ele [o jornalista] tem de tomar decisões imediatas relativamente à validade, fiabilidade e “verdade” a fim de conhecer os problemas impostos pela natureza de sua tarefa - o processamento de informação que dá pelo nome de notícia, um produto de consumo depletivo⁴⁰ feito diariamente. O processamento da notícia não deixa tempo disponível para a análise epistemológica reflexiva. (...) A menos que o repórter tenha levado a cabo uma investigação prolongada, ele geralmente tem menos de um dia de trabalho para se familiarizar com o *background* do acontecimento, para recolher informações e para escrever seu artigo (TUCHMAN, 1993, p. 76).

No que diz respeito às relações interorganizacionais, este fator, de natureza política, está ligado à vontade dos editores localizados em uma posição hierarquicamente superior à do repórter. Assim, aos critérios de noticiabilidade juntam-se as preferências pessoais dos editores. Matérias que não estão de acordo com o gosto dos chefes, independente de seu grau de relevância, podem vir a prejudicar de alguma forma o repórter responsável por elas.

É o que Breed (1993) chamou de “controle social da redação”, no

⁴⁰ A expressão vem da medicina (redução de qualquer matéria armazenada no corpo) e está ligada à natureza descartável da informação de carácter factual.

quadro da teoria organizacional, segundo a qual os funcionários de um veículo de comunicação acabam naturalmente se inserindo na orientação editorial da empresa por uma série de constrangimentos de natureza profissional. Entre os motivos, Breed cita os sentimentos de obrigação e estima para com os superiores, a aspiração de mobilidade e ascensão na carreira, o prazer da atividade e a notícia vista como um valor.

A fonte de recompensas dos jornalistas não se localiza entre os leitores, que são manifestadamente os seus clientes, mas entre os seus colegas e superiores. Em vez de aderir a idéias sociais e profissionais, ele redefine os seus valores até o nível mais pragmático do grupo redatorial. Ele ganha, desse modo, não só recompensas ao nível do estatuto mas também a aceitação num grupo solidário empenhado num trabalho interessante, variado e, por vezes, importante (BREED, 1993, p. 166).

No que diz respeito especificamente às ações judiciais contrárias aos interesses das empresas, quando Tuchman formulou sua teoria elas ainda eram consideradas raras, realidade que foi se revertendo⁴¹ gradativamente e que atualmente atinge nuances críticas para as organizações jornalísticas. Como dada notícia é vista como uma compilação de fatos analisados e estruturados pelos jornalistas, recai sobre estes a responsabilidade de elaborar as informações da forma mais fidedigna possível a fim de evitar processos por difamação.

Ao pôr em perigo a reputação de um jornal, um processo de difamação também pode afetar a propensão do leitor comum para a compra do jornal.

⁴¹ No site <http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/silva.html#ftn4>, acessado em 9 de junho de 2003, Luiz Martins da Silva elenca pelo menos três casos em que jornais foram condenados a pesadas multas. Em um deles, a Justiça determinou indenização de R\$ 1 milhão a Jorge Mirândola, ex-oficial de chancelaria do Ministério das Relações Exteriores, apresentado à imprensa como autor de uma carta-bomba em 1995 e inocentado mais tarde.

(...) Em suma, cada notícia acarreta perigos para o corpo redacional e para a organização jornalística. Cada notícia afeta potencialmente a capacidade dos jornalistas no cumprimento de suas tarefas diárias, afeta a sua reputação perante os seus superiores e tem influência nos lucros da organização. Dado que o jornal é composto de muitas notícias, estes perigos são múltiplos e onipresentes (TUCHMAN, 1993, pp. 77-8).

Para evitar que problemas como estes se verifiquem, Tuchman elenca quatro procedimentos estratégicos a partir dos quais os jornalistas buscariam alcançar objetividade das informações:

- a) Apresentação de possibilidades conflituais (quando dois lados da informação são colocados em um mesmo contexto, deixando a responsabilidade da conclusão para o leitor).
- b) Apresentação de provas auxiliares (localização e aceitação de fatos suplementares geralmente aceitos como verdadeiros).
- c) Uso de aspas criando o efeito de que “os fatos falam por si”.
- d) A estruturação da informação em uma seqüência apropriada (pirâmide invertida, em que o mais importante vem em primeiro lugar e assim sucessivamente).

Devido às diversas pressões a que o jornalista está sujeito, ele sente que tem de ser capaz de se proteger para afirmar: “Eu sou um profissional objetivo”. Ele tem de desenvolver estratégias que lhe permitam afirmar: “Isso é uma notícia objetiva, impessoal, imparcial”. De igual modo, os editores e a administração do jornal sentem que têm de ser capazes de afirmar que o conteúdo do jornal é “objetivo” e que a política informativa e a política editorial são distintas uma da outra (TUCHMAN, 1993, p. 88).

Para Moretzsohn (2003, On-line), o discurso em torno dos elementos técnicos que compõem as notícias, entre estes o conceito de objetividade e profissionalismo, serve basicamente para ocultar o que ela denomina de “caráter político da atividade”. Mas Moretzsohn alerta que não é prudente entender a subjetividade como um contraponto à objetividade:

(...) não se trata de eliminar o real: como observou Hannah Arendt, a necessidade da interpretação (portanto da subjetividade) na apreensão do fato não se constitui argumento contra a existência da matéria factual, nem pode ser justificativa para que o historiador (o jornalista?) manipule fatos a seu bel-prazer. (...) Trata-se, porém, de demonstrar que a subjetividade presente no processo de apreensão dos fatos indica que o jornalismo não é discurso da realidade (como diz ser) mas um discurso sobre a realidade (MORETZSOHN, 2003, On-line).

Nesse sentido, a evolução das categorias que redundaram no conceito de objetividade tal como o apreendemos atualmente estaria antes vinculada, conforme apontou Moretzsohn a partir de Chaparro, à existência de textos com estruturas formais argumentativas e narrativas do que necessariamente à separação entre informação e opinião. Tal paradigma ainda sobrevive porque os meios de comunicação mais do que nunca

mascam o processo de construção social que permitiria perceber, na apresentação da “verdade dos fatos”, a intermediação discursiva entre sujeito e realidade através da linguagem. E esse paradigma procura regular todos os procedimentos profissionais - a partir da pauta, que trabalha com uma definição de notícia tributária da teoria da informação, segundo a qual a importância de um fato estaria na razão inversa de sua probabilidade ou previsibilidade, e da qual Adelmo Genro Filho já realizou crítica contundente (MORETZSOHN, 2003, On-line).

2.2 NOVAS TECNOLOGIAS

Há de se considerar, ainda, o advento das novas tecnologias de comunicação. Além de alterar radicalmente as formas de produção e veiculação das informações de caráter jornalístico, a introdução da internet em escala comercial, e por tabela os webjornais, acresceu o que denominaremos de um novo conceito à escala evolutiva do jornalismo: a velocidade, que de característica de ordem tecnológica acabou se transformando em valor conceitual, portanto de matizes técnicas. Virilio foi um dos primeiros teóricos a observar a metamorfose.

A velha fórmula segundo a qual a informação é praticamente a única mercadoria que não vale mais nada ao fim de vinte e quatro horas merece portanto reflexão. No século XIX e no início do século XX, em pleno auge da imprensa, trata-se (...) menos de "produzir informações" que antecipá-las, de alcançá-las em movimento, para finalmente vendê-las antes que sejam literalmente ultrapassadas. Os assinantes passam a comprar menos notícias cotidianas que adquirir instantaneidade, ubiqüidade, ou em outras palavras, compram sua participação na contemporaneidade universal, no movimento da futura cidade planetária (VIRILIO, 1996, p. 49).

Hohlfeldt (2002) corrobora a afirmação ao salientar que a instantaneidade, aqui entendida como sinônimo de velocidade de veiculação, com que as informações são disponibilizadas nos sites é uma categoria cada vez mais importante no exercício do jornalismo, em especial a partir do advento das novas tecnologias de comunicação.

Nos recentes estudos de *newsmaking*, afirma-se que um dos principais critérios de noticiabilidade, diretamente vinculado ao material disponível, é a questão do acontecimento ao jornalista. Deve-se ter em conta a fragmentariedade da informação jornalística no mundo contemporâneo. Por

consequente, não só as notícias devem referir-se aos acontecimentos o mais possível em cima do momento da transmissão do noticiário, quando se cria, de certo modo, um cliço informativo que depende da facilidade/dificuldade de acesso do profissional à área do acontecimento, à disponibilidade dos instrumentos técnicos ou tecnológicos capazes de permitir a transmissão da informação e, enfim, não menos importante, o tempo necessário para que todas as informações se concretizem (HOHLFELDT, 2002, On-line).

Para Moretzsohn (2002), ao sofrer uma transformação de ordem conceitual, a velocidade acaba se transformando em fetiche⁴² no processo de veiculação da notícia. O que importa, sobretudo, é a rapidez com que as informações são veiculadas, não necessariamente sua forma ou conteúdo. A mudança de foco pode representar problemas quando observada do ponto de vista, por exemplo, da credibilidade.

Serra afirma que o problema da credibilidade passa a localizar-se em cada uma das etapas do processo de construção de informações, o que exige das organizações princípios deontológicos e técnicos para garantir informações confiáveis. Entre estes, podemos destacar três: a produção de uma informação exata e objetiva, a correção pronta e adequada das falhas e a utilização de um estilo rigoroso, tanto em seu aspecto gramatical quanto sintático. Assim, pode-se inferir preliminarmente que, ao se privilegiar a velocidade como valor, em detrimento do acuro no tratamento das

⁴² "O conceito de fetichismo na mercadoria é suficientemente conhecido: Marx o definiu como o processo através do qual os bem produzidos pelo homem, uma vez postos no mercado, parecem existir por si, como se ganhassem vida própria, escondendo a relação social que lhes deu origem" (MORETZSOHN, 2002, p. 119).

informações, corre-se o risco de macular o princípio basilar da credibilidade jornalística, na medida em que erros passaram a ter relevância menor. Assim como as notícias sucedem-se em frações de segundos, o mesmo ocorre com os erros que eventualmente elas possam conter.

Os números justificam a preocupação. Em sites como o Últimas Notícias do UOL, as informações são atualizadas ao longo das 24 horas do dia. Resulta em um número surpreendentemente grande, principalmente se comparado à quantidade de matérias veiculadas em dias da semana na edição analógica do jornal Folha de São Paulo, entre 100 e 200 textos por edição de segunda a sexta-feira. No Último Segundo, as matérias são disponibilizadas, em média, a cada 90 segundos, somando cerca de 1.000 notícias por dia. Denota que a quantidade é mais importante que a qualidade quando o assunto é webnotícia. Parece-nos evidente que este ritmo frenético de produção não encontra eco nas formas tradicionais de veiculação de notícias e implica, inclusive, mudanças de nomenclatura.

Adghirni (2001), valendo-se de pesquisa de Brandão, lembra que foi a partir dos anos 80 que os jornais passaram a adotar o substantivo informação em vez de notícia. O movimento se iniciou no jornalismo econômico, mas há muito não se restringe a apenas este. Mais que uma opção de cunho semântico, o conceito traz embutida uma forma diferente de ser fazer jornalismo.

O termo está sendo usado de modo geral nos sistemas de informação on-line e em tempo real e traduz uma concepção de um modo de fazer jornalismo totalmente vinculado ao mercado e à necessidade do cliente, do "usuário de informação", conforme está sendo chamado aquele que antes era leitor da notícia. A

adoção das tecnologias de informação e comunicação, com um sentido operacional votado para o mercado, bem como a visão comercial do jornal como usina de informação, causaram uma transformação no jornalismo brasileiro de grandes proporções (...). Começa a surgir uma nova técnica que é necessária para produzir informação em tempo real e a informação on-line, uma notícia muito curta, cujo valor está na atualidade, que por sua vez é medida em segundos (ADGHIRNI, 2001, p.4).

Não sem alguma ironia, Prado (2002) vale-se de um neologismo para classificar essa forma de tratar a notícia: ela as chama de "fast-food", em alusão aos restaurantes onde o propósito primeiro é a velocidade, ficando o prazer de comer relegado a um segundo plano. Tal concepção deriva da percepção de que os leitores de webjornais são, na verdade, escaneadores⁴³ de informações, na medida em que não têm paciência para ler textos muito prolixos quando diante da tela de um computador. Ela se vale de Nielsen para salientar que a leitura, quando feita em uma tela de computador, é 25% mais lenta que no suporte papel e que 79% dos usuários da web encaixam-se neste perfil. Já Carole Rich (apud PRADO, 2002) salienta que apenas 12% dos leitores de webjornais lêem os textos completamente.

Essas orientações auxiliam a compreender o resultado de pesquisa realizada por Luciana Moherdau (2000): o que chama a atenção dos leitores da web em primeiro lugar (30%) são os títulos das matérias, seguidos das chamadas (25%) e ficando o conteúdo em terceiro plano (20%). O lead das matérias seria lido por índice não superior a 13%. Pode-se inferir, com base nestes dados, que as notícias em webjornais não recebem de quem as lê o

⁴³ Compreenderemos a expressão "escanear" (ato de digitalizar uma imagem utilizando um aparelho de leitura ótica) como o movimento de "varredura" visual realizado em determinado texto imagético.

mesmo nível de atenção que as veiculadas em suportes como os jornais analógicos, o mesmo podendo ser dito em relação a quem as produz.

As ponderações anteriores estão de acordo com Hamilton quando este lembra que a velocidade, nos webjornais,

adquire importância predominante como critério de valorização da notícia e, por conseqüência, da afirmação do webjornalismo como meio informativo. É a atualidade do jornalismo impresso que ganha velocidade a ponto de esta ser a definidora da notícia. Como o aumento do espaço para a divulgação de informações e a noção de tempo real, o webjornalismo virtualiza a informação sobre os fatos importantes do mundo. A impressão disseminada por essas características é a de que tudo o que merece virar notícia estará em veículos jornalísticos on-line no momento em que ocorrer o fato. Isso torna o webjornalismo a primeira fonte de consulta das pessoas interessadas em informações novas e inéditas (HAMILTON, 2002, On-line).

Hamilton vale-se de pesquisa composta por sete questões formuladas a 14 jornalistas do site Último Segundo⁴⁴ (cinco editores, quatro repórteres, três redatores e dois redatores-chefes) para demonstrar sua afirmação. Na primeira delas - "O que define que uma informação seja importante, ou mais importante, do que outras em veículos on-line?" -, 57,1% dos entrevistados responderam que a atualidade, interpretada pelo pesquisador como "tempo real".

Quanto às vantagens de um veículo on-line em comparação com um impresso, 78,5% se referiram à "maior velocidade para divulgar a informação". No que diz respeito às desvantagens, 64,2% fizeram alusão à falta de profundidade nas informações, enquanto que a questão "Qual o

⁴⁴ <http://www.ultimosegundo.com.br>

significado da atualização em tempo real para um veículo on-line?” obteve como resposta (35,7%) “a identidade do veículo perante o público”. No momento em que a pergunta disse respeito ao significado da atualização em tempo real para o público, 42,8% afirmaram que ela permite acesso a informações importantes.

A questão de número seis - “Como é o relacionamento do público com o jornalista no jornalismo on-line em relação ao impresso?” - foi respondida por 57,1% dos entrevistados como permitindo mais facilidade de interação. A última indagação, por fim, disse respeito ao processo produtivo propriamente dito: “Quais as características exigidas de um jornalista para o trabalho em veículo on-line?”. Total de 64,2 % responderam que o quesito essencial era “a rapidez na execução de tarefas”.

Observe-se que, em todos os itens analisados, o fator velocidade aparece como preponderante. Quanto aos porquês elencados por Hamilton, são basicamente os mesmo que redundaram o aumento das velocidades de produção ao longo do tempo.

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

acelerar o retorno do capital investido nas estruturas produtivas (equipamentos e pessoal). A aceleração se mostra na noção de tempo real, em que o fato é veiculado no menor espaço de tempo possível a partir de sua ocorrência. O termo insinua que o fato é veiculado no momento mesmo em que ocorre, mas isso faz parte mais de uma intenção publicitária do que o que ocorre na grande maioria dos casos (HAMILTON, 2002, On-line).

Ainda que o objetivo deste trabalho não seja discorrer especificamente a respeito do impacto que o aumento da velocidade de veiculação de notícias está provocando nas rotinas produtivas em jornalismo, é preciso que se observe o problema também por esse ângulo. A preocupação justifica-se na medida em que as imprecisões decorrentes da aceleração do tempo jornalístico, em especial para webjornalistas, têm sua origem já no processo de captação e elaboração das informações. Trata-se, portanto, de uma tentativa de complexificar o objeto a partir de uma leitura sistêmica⁴⁵ tanto do processo técnico como tecnológico em que ele se insere.

Segundo Pereira Júnior, a perspectiva das rotinas é adequada para observar o problema porque os responsáveis pela produção de notícias nos webjornais posicionam-se em uma perspectiva de autor/produtor, submetidos a rotinas de trabalho que contribuem para definir seu processo de produção.

A mensagem é um produto socialmente produzido. Nesse sentido, entendemos que é preciso concentrar-se no processo de produção dessa mensagem. Em outras palavras, se a notícia é um produto gerado por um

⁴⁵ Morin sugere alguns princípios complementares e interdependentes como guias para se pensar a complexidade. Entre estes, o que ele classificou como “princípio sistêmico ou organizacional: [que] liga o conhecimento das partes ao conhecimento do todo (...)” (MORIN, 2003, p. 26)

processo historicamente condicionado - o contexto social da produção e suas relações organizacionais, econômicas e culturais -, somente a análise desse processo vai permitir uma maior compreensão social do processo (MOTTA apud PEREIRA JÚNIOR, 2003, p. 76).

Motta (2002, On-line) amplia a observação de Pereira Júnior ao lembrar que existem mudanças importantes

ocorrendo na produção da notícia, que exigem maior agilidade e novas habilidades dos jornalistas. Novos meios, novos contextos de produção, novas linguagens estão acentuando o fazer jornalístico. Como resultado desse desenvolvimento tecnológico, as notícias estão se tornando um produto superabundante, barato e instantâneo. Reduz-se cada vez mais a interferência do jornalista, e as pessoas estão se acostumando a ver o acontecimento no momento mesmo de sua ocorrência, sem a necessidade de mediações personalizadas, sem necessidade de palavras (MOTTA, 2002, On-line).

Breton (2002) salienta que esta mudança de paradigma interfere diretamente na qualidade da informação jornalística, que não se baseia mais em seu caráter referencial, mas em sua capacidade de circular rapidamente. Para tanto, cita como exemplo o caso de Matt Drudge, um dos primeiros editores norte-americanos de webjornais. Drudge também foi pioneiro por ter lançado à rede, em primeira mão, informações até então inéditas a respeito das relações de Bill Clinton com sua secretária Monica Lewinski.

À época, as notícias foram disponibilizadas sem a menor preocupação quanto à sua veracidade, segundo palavras do próprio Drudge, contrariando alguns dos principais cânones do fazer jornalístico moderno. Mais tarde soube-se que ele estava com a razão, mas poderia ter incorrido em erro grave

simplesmente porque não checou a informação. A alegação do editor: o público era maduro o suficiente para discernir o certo do errado, além do que bastava ele apertar uma tecla para que a notícia fosse veiculada.

Tal fato é emblemático porque carrega um seu bojo uma realidade comum ao webjornalismo: ainda que o prefixo do substantivo sugira uma maneira de se exercer a profissão, com normas e procedimentos regulamentados, são cada vez mais tênues as suas fronteiras profissionais. Isso está de acordo com Adghirni, quando afirma que a Internet não altera apenas as noções de espaço e tempo. “Ela confunde as fronteiras entre jornalistas profissionais (diplomados pelas universidades e reconhecidos pelos sindicatos) e ‘produtores de conteúdos’, segundo a definição das empresas” (2001, On-line).

Adghirni observa que a diferença básica entre os jornalistas que trabalham em webjornais e os que exercem sua profissão em um suporte convencional, caso do jornal impresso, reside na rotina “infernai” que os primeiros são submetidos. A palavra-chave para estes é operar em “tempo real” o tempo médio entre a captação e a veiculação das notícias em agências como a Broadcast (O Estado de São Paulo) e a Investnews (Gazeta Mercantil) é de quatro a cinco minutos.

Os jornalistas trabalham em múltiplos horários de fechamento. A notícia é constantemente renovada, no mesmo ritmo das agências. A informação cresce palavra por palavra, linha por linha, na medida em que os acontecimentos se produzem. (...) [São] Rotinas infernais, como descreve F.M., 26 anos, jornalista do “Valor Econômico”. Como seus colegas, ele trabalha 12 horas por dia (ADGHIRNI, 2001, p.11).

Observe-se que trabalhar em demasia, em consonância com o fluxo de informações disponibilizadas na rede, não é uma preocupação recente das empresas que mantêm webjornais ou portais de conteúdo e informação com links para webjornalismo. Quadros lembra que, no final de 1997, o candidato a uma vaga na versão digital do jornal O Estado de São Paulo não podia fumar. Havia dois motivos para a restrição.

O primeiro era de ordem tecnológica, pois temia-se que os resíduos de fumaça e cinzas pudessem prejudicar os equipamentos. Além disso, “os editores de O Estado de São Paulo entendiam que a dependência de cigarros significava diversas saídas da redação e, conseqüentemente, resultava em uma baixa produção” (QUADROS, 2002, p. 256).

Em sua dissertação a respeito do site Último Segundo, que levou em conta o perfil de quem produzia as notícias e a forma como isso era realizado, Prado (2003, On-line) faz algumas observações importantes a respeito das rotinas de trabalho em um webjornal.

Uma delas está relacionada ao perfil das pessoas que trabalham no site, em sua maioria jornalistas muito jovens, alguns deles sem graduação completa. É preciso observar que esta é uma realidade cada vez mais freqüente quando o assunto é webjornalismo. É o caso, por exemplo, do que ocorre na versão digital do Correio Braziliense.

Com uma equipe de 27 pessoas, das quais apenas sete não são jornalistas, o site do Correio Braziliense jorra notícias em fluxo contínuo ao longo do dia, com intervalos médios de um a três minutos. O noticiário é

abastecido por agências nacionais e internacionais, por repórteres da redação e pela própria equipe de webjornalistas. (ADGHIRNI, 2001, p.10).

Ato contínuo, as tarefas que estes têm de desempenhar no webjornal são de caráter múltiplo: escrever, fotografar e entender de informática. “Em 2000, o Último Segundo tinha cerca de 60 profissionais na área de jornalismo cobrindo qualquer editoria, ou seja, não há jornalistas setorizados (...)” (SANTOS, 2003, On-line).

O equipamento de trabalho também muda em relação ao tradicional bloco de notas, caneta e, às vezes, gravador. Os repórteres do Último Segundo saem para a rua municiados de laptop, telefone celular e máquina fotográfica digital. Menos pessoas fazendo mais coisas redundam necessariamente em excesso de trabalho.

(...) esse profissional é mais sobrecarregado porque executa várias funções e, em geral, numa carga horária pesada. O repórter Darlan Alvarenga relata rotinas de 10 a 12 horas de trabalho por dia. A chefe de reportagem almoça no local do trabalho e dá um expediente de oito horas seguidas. Se, de um lado, as equipes são reduzidas, o acúmulo de funções assoberba os jornalistas on-line, principalmente os repórteres, que são obrigados a carregar pesado e caro equipamento pelas ruas das cidades na pautas externas (PRADO, 2003, On-line).

Há de se considerar, ainda, as interações sociais em um contexto de redação. Prado salienta que, sendo as notícias disponibilizadas em mídia a

cada 90 minutos no Último Segundo, não sobra muito tempo para contatos pessoais, a exemplo do que ocorre nas redações dos jornais impressos. Estas, quando ocorrem, ficam restritas às reuniões de pauta, que ocorrem diariamente às 10h30min e às 19h30min.

Infere-se, com base nas observações feitas até este momento, que a evolução dos conceitos em jornalismo está umbilicalmente relacionada ao desenvolvimento técnico da profissão, que por sua vez se encontra atrelado ao aumento gradativo da velocidade de produção e veiculação em decorrência das inovações de natureza tecnológica. E que este processo não se encerrou: com a chegada da internet e dos webjornais, observa-se uma alteração substancial na forma como as notícias são captadas, editadas e veiculadas. Com isso, o foco de atenção do jornalista parece estar sendo afetado também. A velocidade aparentemente passa a ter mais importância do que a qualidade do que está sendo produzido, abrindo assim margem para os erros, assunto que observaremos com mais atenção no próximo capítulo.

3 ANÁLISE DO CORPUS

Antes que se inicie a análise do corpus da pesquisa, é preciso que se discorra a respeito dos critérios que determinaram tal recorte, a começar pela escolha do site. Optamos por restringir o estudo ao trabalho realizado pelo UOL⁴⁶, por se tratar de um dos serviços mais respeitados e de maior abrangência⁴⁷ da Internet brasileira, inclusive quando o assunto é webjornalismo.

O exame foi realizado no link UOL Eleições 2002, serviço criado especialmente para este propósito, entre os dias 02 e 07 de outubro de 2002, período referente ao primeiro turno das eleições presidenciais. Trata-se de

⁴⁶ www.uol.com.br

⁴⁷ Caio Túlio Costa (2003, p. 107), com base em dados da pesquisa Ibope/E-Ratings, informa que, em abril de 2002, o domínio www.uol.com.br foi o website mais visitado. Os índices de audiência contabilizavam total de 4.679.498 acessos, o que representava um alcance de 65,61% em relação aos demais domínios eletrônicos. Equivale a dizer que, no período, foram visitadas 528.607.139 páginas e que cada pessoa permaneceu, em média, 1:02:59 no site.

um ambiente que reúne dois dos três formatos de notícias usualmente encontradas em webjornais, segundo classificação proposta por Mielniczuk (2003) em sua tese de doutorado: Últimas Notícias, Coberturas Cotidianas e Matérias Especiais.

De acordo com este critério, Últimas Notícias, ou breaknews, são as “informações em formato de notas (...) disponibilizadas de maneira imediata, explorando a possibilidade de atualização contínua” (2003, p. 55). Já as matérias classificadas como Cobertura Cotidiana são as de tratamento rotineiro do veículo e que ocupam, normalmente, o espaço de uma tela ou um pouco mais. Mielniczuk classifica as Especiais como “matérias de destaque na edição, [que] na maioria das vezes referem-se a um material informativo mais extenso, elaborado com mais tempo e que ocupa seções específicas do webjornal” (2003, pp. 58-9). Esta terceira categoria não será utilizada em nosso estudo por não encontrar eco no corpus na análise.

É importante ressaltar, como veremos mais adiante, que, mesmo se tratando de um critério válido de classificação, ele encontra lacunas quando aplicado ao perfil das notícias analisadas no site UOL Eleições 2002. Os hiatos mais evidentes dizem respeito à extensão e ao fluxo de atualização das notícias. Equivale a dizer que a maioria dos 167 textos capturados no UOL Eleições 2002 caracterizados como Últimas Notícias não são informações do tamanho de notas, com apenas um parágrafo, como pretende a normatização, mas sim matérias com tamanho não raro igual ou superior ao das encontradas na Cobertura Cotidiana. O mesmo pode ser dito em relação ao fluxo de informações.

Se, por um lado, a classificação de Mielniczuk afirma que, no link Últimas Notícias, a atualização seja uma constante, observamos que o fenômeno ocorre com intensidade freqüente também em relação às disponíveis na categoria Cobertura Cotidiana: por ocasião de debates como o ocorrido na noite do dia 03 de outubro, o fluxo de informações enquadradas nesta categoria de análise adquiriu características de Últimas Notícias, ainda que não tenha recebido esta nomenclatura. Na faixa das notícias capturadas entre 23 e 24 horas, por exemplo, foram lançadas 15 notícias à rede, algumas delas com distância de um segundo entre uma e outra.

Quanto ao período analisado - o pleito presidencial, até o momento em que o primeiro turno da eleição foi definido oficialmente pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), na noite do dia 07 de outubro -, foi eleito basicamente porque dizia respeito ao tema mais significativo do ano, numa editoria considerada “séria”, o que, ao menos em tese, permitia supor que seu conteúdo receberia um tratamento cuidadoso por parte de quem o produziria.

3.1 O FORMATO DO UOL ELEIÇÕES 2002

Por entendermos que o propósito de nossa pesquisa não é discorrer acerca do formato do suporte onde as informações estavam dispostas, ainda que o entendamos importante, faremos a seguir uma análise sucinta do ambiente em que as notícias foram veiculadas.

O acesso ao UOL Eleições 2002 podia ser feito a partir de chamadas existentes na primeira tela de apresentação do UOL. A seção estava invariavelmente dividida em três zonas principais, todas com diagramação de

orientação vertical. A primeira zona de leitura e acesso, à esquerda da tela do computador, oferecia links para os demais serviços do provedor. A segunda, central e majoritariamente de conteúdo, estava subdividida em duas partes: na superior encontravam-se links para as notícias de cunho jornalístico factual produzidas especialmente para o site. Os links de acesso ao UOL Eleições 2002 encontravam-se sempre neste local, ainda que eventualmente em posições diferentes. Na parte inferior na zona central de leitura ficavam os acessos aos jornais e revistas do grupo. A terceira zona de leitura da tela de acesso, à direita, era destinada aos anúncios comerciais do provedor.

Durante todo o período analisado, a estrutura do UOL Eleições 2002 manteve-se de forma semelhante, como pode ser observado na tela capturada às 10h44 do dia 02 de outubro. Uma cartola em dois tons de azul, onde estava grafado o texto Eleições 2002, antecedia uma manchete contendo a síntese do assunto em destaque na cobertura. Na seqüência, logo abaixo desta, havia não mais do que meia dúzia de chamadas, eventualmente uma imagem, sempre legendada. À exceção da cartola, todos os elementos, inclusive os de ordem imagética, eram links de acesso ao site UOL Eleições 2002.

A tela do UOL Eleições 2002, ou primeira tela, possuía diagramação semelhante à tela principal, com três zonas de leitura. A cartola UOL Eleições 2002 estava situada em uma barra no alto da tela. A coluna da esquerda oferecia links para Últimas Notícias, Folha Online, UOL News, artigos de candidatos e outros.

A parte superior da zona central de leitura era composta basicamente de informações relativas às eleições e sempre ilustrada com uma foto legendada no canto superior esquerdo da tela. Na parte inferior estavam

localizadas, em forma de links, as notícias no dia, antecedidas pelo horário de veiculação e formadas por chamada de uma linha. A terceira zona de leitura do site UOL Eleições 2002 era utilizada para informações de serviço. Na tela capturada às 17h08 do dia 05 de outubro, sábado, havia informações sobre o número dos candidatos, simulação de como votar em uma urna eletrônica, modelos de “cola”, locais de votação etc.

É importante salientar que os links da primeira tela conduziam o navegador a uma segunda tela, de formato variável. Se a notícia em questão tivesse sido produzida, por exemplo, pela Folha Online, esta se apresentava dividida em quatro zonas de leitura, todas de orientação vertical. Na primeira, havia uma coluna com links para Notícias, Serviços, Canais e Publicações. A segunda zona de leitura era o espaço destinado à notícia, enquanto que, na terceira, havia links para destaques e mais notícias. A quarta zona de leitura, comercial, era idêntica à tela de abertura do UOL. Ao final desta segunda tela sempre havia um link de retorno para o site UOL Eleições 2002.

Caso a opção recaísse sobre o link Últimas Notícias, este conduziria a uma tela dividida em três zonas de leitura verticais. O cabeçalho seria, então, UOL Eleições 2002. Na primeira zona deste nível, à esquerda, os links eram idênticos ao da primeira tela - UOL Eleições 2002. A segunda zona, encabeçada pela cartola Últimas Notícias, era o espaço destinado à notícia, enquanto que a terceira era composta de chamadas que remetiam ao índice completo de notícias.

Independente da opção de acesso, a estrutura hipertextual permitia sempre o retorno ao estágio inicial de navegação. Com base nessas

observações, pode-se inferir que a estrutura do espaço destinado à cobertura eleitoral do site UOL Eleições 2002 foi construída em forma de hipertexto em rede. A distribuição rizomática⁴⁸ deste tipo de construção permite que o site seja abastecido de fontes externas a ele, sempre oferecendo ao leitor a possibilidade de retorno ao local de acesso.

3.1.1 O MÉTODO DE ANÁLISE

Optamos por trabalhar nossa análise de forma quantitativa no que diz respeito à sistematização e ao levantamento de características particulares, abrindo posteriormente para uma interpretação de cunho qualitativo. A opção é típica da Análise de Conteúdo, que, segundo Chizzotti (1995, p. 99), “procura reduzir o volume amplo de informações contidas em uma comunicação a algumas características particulares ou categorias conceituais que permitam passar dos elementos descritivos à interpretação”. Definimos esta pesquisa como um estudo de caso em profundidade, cujo objetivo é extrapolar o próprio corpus e contribuir para uma compreensão mais geral da questão que estamos problematizando.

A pesquisa considerou como objeto de análise apenas as informações de cunho jornalístico. Das cerca de 600 informações capturadas inicialmente, restaram 468⁴⁹ após a triagem final. A captura das matérias, ininterrupta, obedeceu a seis critérios, a começar pelo horário de veiculação. Optamos por dividir inicialmente os períodos em intervalos de uma hora, por entendermos que, sistematizando dessa maneira, teríamos melhores condições de analisar

⁴⁸ Porque complexa e disposta em forma de raiz.

⁴⁹ Foram localizadas 83 matérias (15%) sem nenhum tipo de erro em toda a amostra - 11 na categoria Últimas Notícias e 72 na categoria Cobertura Cotidiana. Isso eleva o número de textos estudados para 551. Este trabalho irá considerar somente as 468 que apresentaram algum tipo de problema.

com mais atenção as nuances da relação entre imprecisão e velocidade em seu aspecto micro. Em um segundo momento, por ocasião da análise de fluxo, no item 3.3.1, dividimos novamente cada um dos seis dias de cobertura em três momentos: primeiro, segundo e terceiro turnos, no intuito de termos uma visão macro de como o fenômeno se manifestava.

O segundo critério de captura disse respeito à origem das notícias, haja vista que o link UOL Eleições 2002 foi abastecido por 15 fontes no período, incluindo nestas as matérias produzidas pela própria redação do UOL. As fontes utilizadas foram: JB Online, UOL News, Folha Online, BBC Brasil, Reuters, Da Redação, AFP, Folha de São Paulo, Agência Folha, Exame, Le Monde Diplomatic, The New York Times, Financial Times, USA Today e El País.

Quanto ao tamanho das notícias, foram divididas em longas ou curtas. A opção foi feita com base em Renata Mesquita, que, a partir de artigo de Ted Selker, do Massachusetts Institute of Technology (MIT), salientou que cada internauta não gasta mais que 60 segundos em cada site. Já a capacidade de concentração é reduzida para, em média, nove segundos quando se está lendo na internet (2002, On-line). Baseado nesse critério, e considerando que um minuto é o tempo necessário para a leitura de oito parágrafos, convencionou-se que notícias curtas seriam aquelas com até este tamanho. As demais seriam enquadradas na categoria longa.

O quarto item de análise disse respeito à assinatura ou não das matérias, enquanto que o quinto ao tipo de erro encontrado.

Dividimos os lapsos em dois grupos: o primeiro, *Ruídos de Linguagem*, foi subdividido em cinco pontos. Encontra-se ligado a aspectos de ordem gramatical e sintaxe das informações, incluindo os problemas de digitação. O

segundo grupo, problemas de *Imprecisão Jornalística*, foi subdividido em sete pontos. Contempla principalmente os erros de informação, de edição (como ausência de links prometidos) e ambigüidades.

Foram considerados *Ruídos de Linguagem* os problemas de:

- a) Ortografia, concordância e gramática.
- b) Grafia de nomes próprios (pessoas, lugares etc.).
- c) Pontuação, acentuação, sinais gráficos.
- d) Digitação.
- e) Empastelamento, repetição e ausência de palavras prejudicando a leitura.
- f) Vícios de linguagem.

Por problemas de *Imprecisão Jornalística* entendemos:

- g) Erro flagrante de informação no título.
- h) Erro flagrante de informação no texto.
- i) Incoerência entre título e texto.
- j) Dados incoerentes no próprio texto.
- k) Dados incoerentes em relação a outros textos próximos no tempo.
- l) Ausência de links prometidos.
- m) Ambigüidades.

Uma sexta e última norma utilizada para análise das informações disse respeito aos níveis de redundância, se primária, secundária ou terciária. A redundância foi admitida como primária quando toda a matéria se repetiu; secundária quando ocorreu a repetição de títulos e/ou textos e, finalmente, terciária quando se verificou a adaptação parcial dos textos.

3.1.2 OS NANICOS DA ELEIÇÃO 2002

Ainda que não diretamente relacionado ao nosso objeto de estudo, há alguns dados curiosos envolvendo dois candidatos à eleição presidencial 2002, considerados “nanicos” por não possuírem relevância eleitoral no pleito: Rui Costa Pimenta, do PCO, e José Maria, o Zé Maria, do PSTU. Diferentemente do que ocorreu com Luiz Inácio Lula da Silva (PT), José Serra (PSDB), Ciro Gomes (PPS) e Anthony Garotinho (PSB), Pimenta e Zé Maria viram-se praticamente alijados da cobertura realizada pelo site UOL Eleições 2002.

Entre textos categoria Últimas Notícias e Cobertura Cotidiana, Zé Maria aparece 23 vezes, enquanto Rui Pimenta 15 vezes. O número inclui as matérias repetidas. Fenômeno semelhante, ainda que em menor grau, ocorreu com Ciro Gomes (PPS) a partir do momento em que sua candidatura começou a perder índices de intenção de voto, ficando o noticiário geral praticamente restrito a três candidatos: Lula, Serra e Garotinho. Com uma diferença: Ciro Gomes voltou a ser destacado a partir do primeiro debate, que excluiu Zé Maria e Rui Pimenta.

Na categoria Últimas Notícias, o nome e a legenda de Zé Maria aparecem nove vezes. Se contabilizadas as notícias repetidas, o índice sobe para 12 inserções. Com Rui Pimenta o número é ainda menor: há apenas seis menções a seu nome e número. Nove, se contadas as notas repetidas.

Os dois candidatos são mencionados em matérias por ocasião do final do horário gratuito da propaganda eleitoral (uma citação às 19h16 do dia 02 e outra às 22h19 do dia 03 de outubro). Ambos aparecem uma vez mais às 22h55 do dia 05, em uma matéria sobre resultado de pesquisa, e às 15h19 do dia 06, quando são divulgados os resultados da votação em Roma.

Há duas outras referências a Zé Maria no dia 6 (16h24 e 19h38), em que Rui Pimenta não aparece. Os nanicos da eleição de 2002 voltam a ser lembrados na categoria Últimas Notícias por duas vezes no dia 07: às 9h11 (apuração) e às 20h12 (resultado). Contabilizadas as matérias repetidas, o número de incidências nesse dia sobe para quatro.

A situação de Zé Maria e Rui Pimenta não foi muito diferente nas notícias da categoria Cobertura Cotidiana. Zé Maria é referido em 11 matérias nos dias 04, 05, 06 e 07. Destas, duas dizem respeito a pesquisas, duas a votações e cinco ao processo de apuração dos votos. O nome e número de Rui Pimenta aparecem seis vezes e somente nos dias 06 e 07. Quatro inserções são do dia 07 e estão relacionadas ao processo de apuração, enquanto que as outras duas em situação de voto.

3.2 VISÃO GERAL DOS ERROS

Em consonância com o critério de categorização das notícias adotado para a pesquisa, as observações que faremos a partir deste momento serão feitas, em primeiro lugar, na categoria Últimas Notícias (167 notícias), e, em seguida, nas de Cobertura Cotidiana (301 notícias). Os exemplos de erros que estiverem grafados em itálico doravante serão considerados grifo nosso. Quanto aos equívocos referentes a vícios de linguagem, não serão citados por não terem sido verificados no corpus da pesquisa.

3.2.1 RUÍDOS DE LINGUAGEM

3.2.1.1 RUÍDOS DE LINGUAGEM - ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Foram encontrados 610 ruídos nas 167 matérias da categoria Últimas Notícias. A maior incidência de equívocos, total de **58,4%**, está relacionada a pontuação, acentuação e sinais gráficos e envolvia 356 problemas. Logo em seguida vêm os equívocos de ortografia, concordância e regência, com percentual de **22%**, ou 134 erros. As questões relacionadas à digitação, com 62 casos verificados, resultam em percentual de **10,2%**. As que envolvem empastelamento, repetição e ausência de palavras prejudicando a leitura representam índice de **6%**, ou 37 incidências. Problemas de grafias de nomes próprios somam **3,4%** do total, ou 21 registros.

Os erros mais comuns relacionados a problemas de pontuação, acentuação ou sinais gráficos verificam-se quanto à ausência, ou excesso, de vírgulas, o que acaba abrindo margens para erros de informação. É o caso da matéria informando que “(...) imagens do ex-governador de São Paulo, Mário Covas, (...)” (dia 03, 13h40). Ao isolar Covas entre vírgulas, o redator elencou-o à condição de único ex-governador do Estado. Ou o nome de Rosinha Matheus escrito sem estar isolado por vírgulas, o que dava a Garotinho a possibilidade de ter mais de uma mulher (dia 06, 10h05).

Outro erro freqüente diz respeito ao uso de aspas. Sabemos que, pelas regras gramaticais, o ponto final da frase será localizado no interior da citação quando esta ocorrer de forma isolada no período. Não foi o que se verificou em frases como a existente na matéria capturada às 00h20 do dia 04 de outubro, em que o ponto final da citação aparece fora da área delimitada pelas aspas.

O redator escreveu que Garotinho havia ironizado uma declaração de Lula “repetindo críticas que *têm* feito nos últimos dias” (dia 02, 19h16). Note-

se que o verbo “ter” torna errado o uso de acento circunflexo por se referir a sujeito no singular. Há ainda casos como “*tranquilidade*” (dia 07, 18h45). É preciso observar que este tipo de erro - falta de trema - encontra-se normatizado no Manual de Redação da Folha de São Paulo, utilizado como referência gramatical no site UOL Eleições 2002. Sobre o trema, diz o manual (2001, p. 103): “A **Folha** não usa esse sinal, exceto na grafia de nomes próprios e de palavras estrangeiras (como naïf)”.

Na véspera do pleito, matéria de um parágrafo informa, na segunda linha, que o candidato José Serra havia anunciado algo durante passeio ao Horto Florestal, localizado próximo “*a Serra da Cantareira (...)*”. Por o artigo não ter sido redigido com crase, e considerando que a linha quebrava logo após a contração da preposição “de” como o artigo “a”, o equívoco tornou-se duplamente problemático, na medida em que pode fazer referência tanto ao candidato José Serra como ao acidente geográfico Serra. Outro exemplo envolvendo crase: “(...) disse o deputado *a Reuters*” (dia 07, 08h21).

Novos exemplos de lapsos envolvendo pontuação, acentuação e sinais gráficos: “*carta compromisso*” está escrita sem hífen e o substantivo “país” grafado sem o acento agudo (dia 07, 14h16). Mais problemas relativos à falta de hífen: a palavra “*super inteligente*” redigida de forma errada duas vezes em uma mesma matéria (dia 04, 16h07); “*infra estrutura*” (dia 02, 13h50) e “*corpo a corpo*” (dia 05, 14h53).

O segundo ruído de linguagem em ordem de incidência está relacionado com questões ligadas a ortografia, concordância e regência, como este exemplo: “Segundo o candidato [Garotinho], *ele é hoje o única* opção realmente de oposição” (dia 02, 18h16). Ou este: “(...) obter 3 *milhões de*

voto (...)” (dia 07, 04h36). Ou na que se refere a “boa parte da parcela da público” (dia 07, 21h32). Há ainda casos graves, como seção eleitoral escrita como “sessão” (dia 06, 12h20) e outros igualmente relevantes, como “campanha político” (dia 06, 19h52).

São constatados erros de digitação como “(...) PSDB no poder,.. Prefiro não responder (...)” (dia 05, 15h18); “cadidato” (dia 02, 19h16) e “asugestão”, “nãoi” e “propoaganda”, os três últimos às 13h40 do dia 03. Há mais casos: “(...) ninguém reclamou para mm (...)” (dia 04, 7h56), “minha campanh” (dia 06, 08h37) e “Houve quator abstenções” (dia 06, 10h02).

Há problemas de empastelamento, repetição e ausência de palavras prejudicando a leitura. A ausência de uma palavra provoca dúvidas em quem lê a seguinte notícia: “Investidores têm evitado ações, títulos e da moeda do país (...)” (dia 03, 11h11). É um caso semelhante à afirmação segundo a qual “O petista citou usou uma frase (...) (dia 03, 3h48). Ou, ainda, aos dois trechos de uma mesma matéria (dia 05, 14h53), onde se afirma que “(...) mas cancelou uma caminha (...)” e “(...) no Horto Florestal d (...)”, esse último no título.

Verificam-se outros casos com problemas dessa natureza em uma mesma matéria: em um deles, o título afirma que “TER prevê resultado de 90 pct de apuração (...), e, no texto, está redigido “Jobim disse ainda que ainda (...)” (dia 06, 21h32). O segundo exemplo: “Na sua opinião do cientista político” e “justamente depois de colar sua candidatura Lula” (dia 07, 08h33).

Mais um caso de palavras repetidas, “(...) onde vota *no no* colégio” (dia 06, 08h37), e de ausência de palavras prejudicando a leitura, “*Serra eu* caminhamos juntos (...)” (dia 07, 00h42).

Um problema grave, que incide constantemente em todos os blocos analisados, diz respeito à grafia dos nomes próprios. O caso que mais chama a atenção é o primeiro nome de Luiz Inácio Lula da Silva, o principal envolvido na disputa, ter sido grafado como “*Luis*” (dia 02, 14h42). Vamos encontrar três casos semelhantes em uma única matéria (dia 03, 16h27): “*havana*” (Cuba); “*lula*” e “*castro*” (de Fidel Castro).

Algo parecido ocorre com os demais candidatos em um mesmo texto (dia 04, 01h03): “*Antonhy*” (Anthony Garotinho) e “(...) *Ciro Gomes, do FT*”. Esse último, em um primeiro momento, poderia ser confundido com uma referência à coligação de *Ciro Gomes*, a Frente Trabalhista. A possibilidade é invalidada porque:

- a) As siglas existentes no parágrafo se referem à legenda individual dos candidatos.
- b) Porque a contração da preposição “de” com o artigo “o” é do gênero masculino, mais adequada, portanto, ao partido PPS, do candidato em questão.

Novo exemplo recorrente diz respeito ao então candidato do PT ao governo de São Paulo. Os redatores inseriram por diversas vezes um acento agudo em seu sobrenome, resultando em “*Genoíno*”, no lugar de “*Genoino*” (dia 05, 12h02). O mesmo ocorre em relação a siglas como Rede Globo, que transmitiu o debate do dia 03. Ela é citada como “*rede globo*” (dia 04, 13h14) e “*rede Globo*” (dia 03, 23h48). Nessa mesma matéria observa-se “*retrocou*”

no lugar de “retrucou”. Já o PT vira “Pt” (dia 03, 13h40) em determinado momento.

3.2.1.2 RUÍDOS DE LINGUAGEM - COBERTURA COTIDIANA

Situação semelhante verifica-se em relação às matérias de Cobertura Cotidiana. Foram localizados 782 erros em 301 notícias analisadas. A maior incidência diz respeito a erros de pontuação, acentuação e sinais gráficos, em um total de 454 lapsos, ou 58% da amostra. São apontadas 156 falhas de digitação, perfazendo índice de 20%. Os equívocos de ortografia, concordância e gramática ocorrem 94 vezes, o que representa índice de 12%. Já os problemas de empastelamento, repetição e ausência de palavras são em número de 56, ou 7% do total. Quanto à grafia de nomes próprios, houve 22 casos, ou 3% da amostra.

No que diz respeito aos problemas de pontuação, acentuação e sinais gráficos, há casos como a frase escrita da seguinte forma: “Depois pergunta, *de cada presidenciável*, se ele tem o atributo” (dia 02, 10h15). O correto é “a cada presidenciável”. Em outro momento, estava escrito “*dese*”, no lugar de “desse” (dia 04, 00h02). Mais adiante, uma matéria afirma que Lula estava acompanhado do “presidente nacional do partido, e de *sua mulher Marisa*” (dia 04, 01h55). Observe-se que a falta vírgulas antes e depois do nome da agora primeira-dama, além de tornar a sentença ambígua, sugere que Lula tenha mais de uma mulher. O mesmo ocorreu com Ciro Gomes, que, segundo a matéria, estava acompanhado “*pela mulher Patrícia*” (dia 03, 21h43). O caso se agrava ainda mais se considerarmos que a atual e a ex-mulher de Ciro Gomes chamam-se Patrícia.

Em uma mesma matéria, a ausência de duas vírgulas dá a entender que havia outro candidato, além de Ciro Gomes, na disputa da presidência pela Frente Trabalhista. O terceiro, também ausência de vírgula, torna confusa a localização do colégio Santo Inácio, onde Ciro Gomes votaria momentos depois (dia 06, 13h24). Há desde prosaicos “*brasileiros*” escritos em caixa alta (dia 07, 03h04) até “não decidiu *em quem* vai apoiar no segundo turno” (dia 07, 08h08) e “*infra estrutura*” (dia 02, 22h42) sem hífen. Há, ainda, falhas na pontuação como “(...) 8,80% dos votos, No Ceará tem (...)” (dia 07, 03h29).

Destaca-se em segundo lugar a incidência de lapsos envolvendo digitação de palavras na categoria Cobertura Cotidiana, como na matéria que se refere à votação de Serra no Estado de Tocantins: “34m,52%” (dia 07, 03h29). Outros exemplos: “EM novembro” e “o mercado deve *voltara* ficar nervoso” (ambos do dia 07, 7h45). O mesmo pode ser dito em relação a “(...) desferir ataque à *vida pessoal ao* petista (...)” (Dia 02, 07h12) e à notícia que estava toda em negrito e possuía um final de TAG⁵⁰ junto à assinatura da matéria: “CAMILO TOSCANO,*/b>*” (dia 04, 11h25). Em outro momento, uma pesquisa havia sido “*duvulgada*” (dia 06, 10h10).

Existem muitas frases truncadas na amostra. “Em primeiro lugar, *nosso programa de governo do PSB* tem objetivo de *sanear* as *ctas* da *previdência* *mas* garantir os direitos adquiridos (...)” (dia 02, 22h27). O redator também escreveu que, dos 15 anos que passou na escola [referia-se a Ciro Gomes], muitos deles “*forma* na escola pública” (dia 02h22h38). Há dois “*diferença*” em nota do dia 02 (23h46) e “*cordenares*” (dia 06, 10h34), em vez de “coordenadores”. Um último exemplo de erros envolvendo digitação na

⁵⁰ Código da linguagem HTML.

categoria Cobertura Cotidiana: “*voltara*”, no lugar de “voltar a” (dia 07, 07h45).

Quando o assunto é ortografia, concordância e regência, podemos citar as frases “Arruda disse que *o destino* colocou o tucano em *sua caminho*” (dia 06, 12h41) e “(...) Garotinho disse que *a cobrança era absurdo* (...)” (dia 04, 00h02). Rosinha Garotinho é apontada como “*candidato* ao governo do Rio” (dia 03, 21h43) e “a corrida presidencial mostra *um* taxa de 4% de indecisos” (dia 06, 10h10).

Novos casos dessa natureza: “(...) uma equipe *de analista* de pesquisas (...)” (dia 02, 20h54). Há um problema evidente de concordância nesta construção, o mesmo podendo ser dito em relação a “(...) margem de erro de *1,8 pontos* (...)” (dia 02, 18h41). A primeira frase de um parágrafo inicia por “O *céu* deste 6 de outubro *apontam* para duas (...)” (dia 06, 07h47). Por fim, uma matéria se inicia com a seguinte construção: “As *propostas* do PSDB e do PT para a área de energia *não deve* agradar (...)” (dia 04, 00h19).

Dos lapsos que se referem a empastelamento, repetição e ausência de palavras na categoria Cobertura Cotidiana, podemos citar a frase “Segundo os tucanos, os boatos que circularam ontem dando conta *que de* o comitê de Serra (...)” (dia 02, 07h12). Os equívocos não incidem de forma isolada nas matérias. Ocorrem às vezes de forma repetida em uma mesma notícia: “De acordo *Datafolha*” e, mais adiante, “*Segundo com o Datafolha*” (dia 04, 04h24).

Um problema dessa natureza localiza-se no título de uma matéria: “Ciro faz caminhada *com em* Copacabana no Rio” (dia 05, 16h12). Outro acontece no interior do texto “Sorridente, Ciro cumprimentou e *abraços*

alguns” (dia 06, 14h22). Uma frase abrindo o parágrafo foi construída da seguinte forma: “A ordem dada para a militância do partido é *andar de bairro*, batendo de porta em porta (...)” (dia 06, 10h34). Um outro exemplo, dessa vez abrindo a matéria: “*Os presidenciável Zé Maria (PSTU) votou* nesta manhã (...) (dia 06, 14h42).

Dentre os problemas envolvendo grafia de nomes próprios na categoria Cobertura Cotidiana, podemos salientar, em primeiro lugar, o recorrente “*Luis*” Inácio Lula da Silva (dia 02, 7h40). Mas também há casos em que o sobrenome de José Serra virou “*Serre*” (dia 04, 09h) e a matéria transcrita do USA Today errando a grafia do nome de uma empresa: “*Ford Motor*” (dia 05, 08h21). O nome do jornal El País é grafado sem o acento agudo (dia 06, 07h52), provocando mudança de sentido na oração.

Na abertura de um parágrafo, o primeiro nome de Ciro Gomes é transformado em “*Crio*” (dia 04, 00h37). Brasil surge no meio de uma frase como “*brasil*” (dia 04, 00h24); o time de futebol do São Caetano é grafado como “*Sáo Caetano*” (dia 03, 20h25) e o último nome de Fernando Henrique Cardoso transforma-se em “*Cardioso*” (dia 03, 22h38).

3.2.2 IMPRECISÃO JORNALÍSTICA

Ainda que a incidência de equívocos classificados como problemas de imprecisão jornalística não ocorra quantitativamente na mesma proporção que os tidos como ruídos de linguagem, eles são qualitativamente relevantes, porque afetam de forma mais contundente a credibilidade da informação.

3.2.2.1 IMPRECISÃO JORNALÍSTICA - ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Um erro grave de informação, envolvendo incoerência entre título e texto na categoria Últimas Notícias, mas que também pode ser interpretado como erro no título, envolve o ex-presidente Fernando Collor de Mello: “Collor dá voto a Lula e levanta suspeita sobre pesquisa do Ibope” (dia 06, 12h13). O texto traz uma informação completamente distinta: “(...) [Collor] afirmou que seu voto para presidente foi para Ciro Gomes”.

Dois casos envolvendo imprecisão jornalística ocorrem em uma nota de seis linhas (dia 06, 10h53). A primeira linha afirma que José Serra acabara de votar “na escola da zona Oeste de São Paulo”. Não é preciso conhecer São Paulo para se inferir que a Zona Oeste da cidade possui mais do que uma escola e que cada uma delas tem um nome e um endereço, informações que não constam na matéria. O erro foi classificado como inconsistência no próprio texto.

Um pouco adiante, na última frase, estava escrito *ipsis literis*: “Serra levou menos de dois minutos para registrar o número *do seis* candidatos e saiu da urna sorridente fazendo o sinal da vitória”. Candidatos, ainda que propensos a exotismos de toda a ordem, não costumam sair de dentro das urnas, muito menos sorrindo. Usualmente eles se restringem a registrar seus votos e a tecer comentários os mais diversos.

O dois problemas - escola e a saída sorridente da urna - voltam a se repetir às 11h01 do mesmo dia e são acrescidos de mais uma incoerência: além de insinuar que Patrícia Pilar não era a única mulher de Ciro Gomes, pois seu nome não estava isolado por vírgulas, a matéria diz que o candidato a havia acompanhado na “seção eleitoral no Rio de Janeiro”. É o mesmo

problema da escola de Serra: o Rio de Janeiro, evidentemente, a exemplo dos demais municípios, tem mais de uma seção eleitoral.

3.2.2.2 IMPRECISÃO JORNALÍSTICA - COBERTURA COTIDIANA

Os problemas voltam a se repetir com intensidade semelhante nas matérias de Cobertura Cotidiana. Antes disso, porém e ainda que o objeto de nossa análise não incluía capas (ou tela inicial), é importante salientar que também neste campo os erros se verificam. Às 16h09 de 2 de outubro, por exemplo, a capa do caderno Eleições 2002 do UOL trazia a seguinte manchete: "Em MG, Garotinho diz que brasileiros terão 'surpresa'". A chamada era acompanhada de um texto de seis linhas e de uma foto do então candidato Anthony Garotinho. A legenda da foto, no entanto, anunciava: "*Luiz Inácio Lula da Silva (PT) faz último comício em São Paulo, na região do ABCD*". Trata-se de um erro grave de edição.

Em dado momento, quando 82,5% do resultado da apuração estava encerrado, uma matéria afirma no título: "Em *cinco estados*, Lula venceria no primeiro turno (dia 07, 03h14). A matéria continha uma informação diferente: "Em *quatro estados* brasileiros a petista garantiria a vitória no primeiro turno". Não há como o leitor identificar a informação correta.

Foi cometido um outro erro grave de informação envolvendo o candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, quando este se refere à prefeita paulista, Marta Suplicy. A frase em questão: "Teve que reestruturar parte do sistema de transporte de São Paulo, *que estava vendido*" (dia 02, 23h04). Trata-se de um erro flagrante de informação, na medida em que a frota não

havia sido vendida e que a discussão em questão dizia respeito à falta de conservação da mesma.

Uma notícia possui este título: "Assediado por batalhão de jornalistas e eleitores, Lula vota e evita dar entrevistas; veja vídeo" (dia 06, 14h04). Não havia qualquer link para o vídeo prometido, em um evidente problema de edição. Neste mesmo dia, mais um erro grave de informação: a matéria informava que José Alencar, vice de Lula, era do PT, em vez de pertencer ao PL.

Erros de informação, além de problemáticos, podem ser cômicos. A afirmação constata-se quando um dos coordenadores do programa eleitoral de Lula, Antonio Palocci, discorre acerca da estratégia eleitoral de seu partido no segundo turno. O texto: "Não faremos ataques pessoais a Lula (...)" (dia 06, 02h20). Os eleitores do PT devem ter ficado mais aliviados ao saber que o PT não atacaria o próprio PT durante o segundo turno.

Outros dois problemas sérios são encontrados em matéria informando que "o *candidato a presidente do PSB*, Anthony Garotinho (...)" (dia 07, 09h59) e em outra que, ao falar de Serra, afirma que "o *candidato a presidente do governo*" (dia 07, 10h32). Nesse mesmo dia, a matéria salienta que determinado valor do imposto estava "*imbutido*" no preço da gasolina", quando o correto é "embutido" (dia 07, 09h54).

As imprecisões também ocorrem no âmbito dos títulos: "Advogado de Serra pode tentar retardar a veiculação" (dia 02, 07h06). Para saber que veiculação os advogados estavam tentando retardar era necessário ler a matéria. Trata-se de um problema complicado, uma vez que, quando o assunto é texto em Internet, dado à natureza do suporte, a leitura recai

basicamente sobre os títulos, ficando os textos complementares relegados a um segundo plano. Admitindo esta premissa, quem leu apenas o título ficou sem saber do que efetivamente se tratava a matéria em questão.

Um exemplo de incoerência entre texto e título pode ser observado na matéria cujo título afirma que “Ordem do PT é ‘*pé no chão até o fim*’, diz Dirceu” (dia 02, 18h15). O texto, em seu primeiro parágrafo, transcreve citação atribuída a José Dirceu, então presidente nacional do PT: “(...) a ordem do partido até a apuração do último voto das eleições é de ‘*manter os pés no chão e sem salto alto*’. ‘Temos que continuar trabalhando como se estivéssemos perdendo a eleição. Ninguém ainda ganhou nada. Vamos esperar até o último voto’, disse”. Note-se que, comparando a citação do título com a da notícia, existe uma apropriação equivocada de fala de Dirceu, já que a expressão “*até o fim*” não consta na matéria.

Mais problemas de imprecisão jornalística: um texto abria dizendo que José Serra daria continuidade ao processo de reforma agrária iniciado por Fernando Henrique Cardoso, tendo dito que “primeiro é preciso cuidar da produtividade, pois basta dar terra” (dia 03, 22h48). A matéria não deixa claro se o candidato defendia o simples repasse de terras ou se ele entendia que era necessária também estrutura para que a mesma se tornasse produtiva, em consonância com a tônica do debate. Contudo, analisando-se o conteúdo das notícias veiculadas no corpus a esse respeito, pode-se inferir que o candidato em questão defendia uma postura contrária ao simples repasse de terras.

Um novo problema verificado diz respeito a dados incoerentes em relação a outros textos próximos no tempo. Em uma citação literal, Lula

afirma que “Primeiro, há uma categoria que, mesmo que cobrar R\$ 30, não poderá pagar. A pessoa está desempregada. Para essas, é tarefa garantir moradia. Está na Constituição, na Declaração dos Direitos Humanos. Em uma segunda categoria, se a pessoa não pode pagar porque está desempregada, ela deixa de pagar e paga no final” (dia 02, 23h49). Momentos depois, às 23h51, a mesma citação aparece em outra matéria, mas de forma diferente: *“Não adianta cobrar R\$ 30 por mês de uma pessoa que não pode pagar. Para essas pessoas, o governo tem de garantir moradia de graça, tá na Constituição. Para a outra parte tem que rolar a dívida”*. Em algum momento houve erro na apropriação da fala do candidato.

Voltamos a encontrar erro flagrante de informação no texto referente ao debate presidencial ocorrido na noite do dia 03 de outubro. Na madrugada do dia seguinte, a matéria abre dizendo que “A média de audiência do debate de *hoje* entre os quatro candidatos à presidência (...)” (dia 04, 01h26). A confusão temporal muito provavelmente se justifica porque a notícia havia sido gerada nas primeiras horas da madrugada do dia 04 de outubro.

Uma matéria intitulada “Direito de resposta na TV não terá imagem de Serra” (dia 05, 14h35), que tanto pode ser classificada de ambígua como contendo dados incoerentes dentro do próprio texto, dá conta que José Serra ganhara duas inserções de 30 segundos no programa de Ciro Gomes por ter sido atacado por este. Segundo o texto, “As inserções foram concedidas pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) como direito de resposta por acusações feitas contra o tucano no programa do presidencial *Ciro Gomes*, *que* teria sido chamado, entre outras coisas, de candidato dos poderosos e acusado de usar o

poder de forma corrupta”. O pronome relativo “que” após a vírgula dá a entender que o acusado foi Ciro Gomes, e não José Serra.

Encontramos nova incidência de ambigüidade logo no primeiro parágrafo de uma matéria segundo a qual o “(...) candidato à presidência da Frente Trabalhista, Ciro Gomes” (dia 05, 16h22), quando a candidatura pleiteada era à presidência da República.

Mais problemas envolvendo imprecisão jornalística, agora a 06 de outubro. Às 10h24, a atriz Patrícia Pilar é apontada como a “*namorada*” (dia 06, 10h24) de Ciro Gomes. Em todas as matérias anteriores a este horário, e mesmo nas veiculadas posteriormente, ela é descrita como “a mulher” do candidato em questão. No horário das 14h54, a matéria informava que “Ciro acompanhou Patrícia até o local de votação na Gávea, no Rio”, sem contudo especificar que local era esse. No horário das 12h02, está escrito que o metalúrgico e candidato a deputado federal Vicente Paulo da Silva, o Vicentinho, “falou com jornalistas após acompanhar Lula em seu carro na volta da votação”. Ficamos sem saber se o carro em questão era o de Lula ou do próprio Vicentinho.

Deparamo-nos mais algumas vezes erros que seriam hilários, se não fossem preocupantes, dada a dimensão de suas conseqüências. O adjetivo hilário diz respeito ao cometido na frase “A única restrição do *parido*, segundo Palocci_...” (dia 07, 15h38). O preocupante fica por conta de duas matérias distantes 15 minutos uma da outra, a primeira às 13h26 e a segunda às 13h41. Na primeira, o risco-país havia subido 3,21% e era de 2.023 pontos. Na segunda, havia subido 2,50% e era de 2.009 pontos. Erros envolvendo

cotações e índices financeiros costumam ter conseqüência alarmantes em tempos de capital volátil.

3.3 IMPRECISÃO E VELOCIDADE

3.3.1 QUANTO AO FLUXO DE MATÉRIAS

Para estudar a relação entre o fluxo de informações disponibilizadas no site UOL Eleições 2002 e a incidência de erros encontrados nas matérias, dividimos os blocos de informações em três turnos: das 0h às 12h, das 12h às 19h e das 19h às 24h. Doravante, os três momentos serão referidos como primeiro, segundo e terceiro turnos. Tanto a categoria Últimas Notícias como a Cobertura Cotidiana foram observadas individualmente quanto ao número de matérias lançadas à rede em cada turno, subdivididas em blocos de uma hora cada, e à quantidade de lapsos encontrados em cada um destes momentos. A partir desta etapa da pesquisa a análise será realizada dia a dia. A opção se justifica porque entendemos que, dessa forma, teremos melhores condições de analisar os momentos em que os erros incidem mais contundentemente e sua relação com os eventos mais importantes do período escolhido para o estudo. Os percentuais da quantidade de matérias e erros verificados a cada dia referem-se sempre à soma geral.

3.3.1.1 FLUXO DE MATÉRIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS

No dia 02, há 16 matérias, ou 9,6% do total. São em número de 42 os lapsos nesse dia, ou 7%. No dia 03 existem 29 matérias, perfazendo índice de 17,3%. Os erros são em número de 101, ou 16,5% da amostra. No dia 04, são

em número de 21 as matérias (12,6%), contendo 117 (19%) erros os mais diversos. No dia seguinte, são encontrados novamente 21 textos, ou 12,6%. O número de lapsos é 45, ou 7,4%. No dia da votação do primeiro turno, existem 50 matérias disponíveis, o que representa percentual de 30%. A quantidade de erros nesse dia é 169, ou 28%. No último dia da análise do corpus, vamos encontrar 30 matérias (18%) com 136 erros (22,1%). Em suma, nos seis dias da análise a distribuição dos erros se deu deste modo: 7%, 16,5%, 19%, 7,4%, 28% e 22,1%.

A maior incidência de equívocos no dia 02 de outubro se verifica no segundo turno, total de 23 falhas. Há nove matérias nesse período. No terceiro turno, observa-se uma redução na quantidade de matérias. São em número de sete. O número de erros diminui para 19.

O primeiro turno do dia 03 se apresenta com apenas uma matéria. Há seis erros nela. No turno seguinte, o número de equívocos começa a se elevar, subindo para 46 em dez matérias analisadas. A incidência de erros volta a se elevar o terceiro turno. Em 18 matérias, nos deparamos com um total de 49 falhas.

No dia 04, observa-se que a lógica se inverte: há mais matérias e erros no primeiro e segundo turnos. São em número de 11 as matérias no primeiro turno e 64 os lapsos catalogados. A quantidade de erros diminui um pouco no segundo turno, apesar de um número levemente inferior de matérias ter sido lançado ao site: há dez textos para 53 erros. Nenhuma matéria da categoria Últimas Notícias foi lançada no terceiro turno do dia 04.

É a partir do dia 05, véspera da eleição, que se verifica uma tendência que predominará até o final da cobertura nessa categoria de análise: os erros

tendem a crescer a partir das 0h e atingem seu pico no final do segundo turno do dia, voltando a se reduzir somente a partir das 19h. No primeiro turno, há um texto com cinco lapsos. O aumento no fluxo observado no segundo turno ocorreu tanto em relação às matérias, total de 13, como no número de erros, em número de 30. O ritmo reduz-se consideravelmente no horário das 19 às 24 horas. Neste momento da pesquisa, encontram-se catalogados dez problemas em sete matérias.

Os resultados verificados no dia 06 de outubro são os seguintes: no primeiro turno, havia 40 erros em 18 matérias. No turno seguinte, há 102 lapsos de toda a ordem em 27 textos analisados, enquanto que, no terceiro, há 27 problemas em cinco notas.

Ainda na categoria Últimas Notícias, porém no dia 07 de outubro, como observado anteriormente, os índices matem-se elevados até o horário das 19 horas. No primeiro turno, existem 13 textos com 58 erros. O número de matérias se manteve inalterado no segundo turno (12), o mesmo em relação ao número de erros (57). No turno seguinte, o último da tabulação nessa categoria, se apresenta com cinco matérias contendo 21 lapsos.

3.3.1.2 FLUXO DE MATÉRIAS - COBERTURA COTIDIANA

Quando a análise observa as matérias categoria Cobertura Cotidiana e as compara com as de Últimas Notícias, é também a partir do dia 03 de outubro que começa a se verificar uma mudança de comportamento na relação entre o fluxo de matérias lançadas à rede e a incidência de erros. A relação entre número de matérias e erros tabulados possui lógica semelhante, ainda que com uma ligeira variação: a 03 de outubro, o aumento no número

de notícias e lapsos ocorre a partir das 19h nesta categoria. Na categoria Últimas Notícias, a elevação ocorre já a partir do início do segundo turno, ou 12h.

Ainda que, no dia 03, as duas categorias tenham seu pico no terceiro turno, há uma inversão no primeiro e segundo turnos: há mais erros e matérias no segundo turno da categoria Últimas Notícias, o contrário do que ocorre na categoria Cobertura Cotidiana. Do dia 04 ao dia 07, a tendência é o quadro manter-se estável na categoria Cobertura Cotidiana, com momentos de pico incidindo nos dois primeiros turnos (0h/12h; 12h/19h).

A 02 de outubro, encontramos 36 matérias, ou 12% dos textos nesta categoria. Há 116 erros, ou 15% do total. No dia 03 de outubro, existem 52 matérias, ou 17% do total. São 192 os lapsos nesse dia, ou índice de 24%. No dia 04, são 57 matérias (19%) com 108 erros (14%). No dia 05, foram disponibilizadas 34 matérias, o que representa índice de 11% sobre o total. São em número de 117 os erros, ou 15%. A 06, encontramos 59 textos (19%) com 125 erros (16%) do total. No dia 07, por fim, há 63 matérias (21%) e 124 equívocos (16%) os mais diversos. Seqüencialmente, os erros ficam assim distribuídos ao longo dos seis dias: 15%, 24%, 14%, 15%, 16% e 16%.

Quanto à distribuição de erros e matérias por turno, há 21 textos no primeiro turno do dia 02 com 69 erros; oito notícias com 35 lapsos no segundo turno e, finalmente, sete textos com 12 equívocos no terceiro turno.

O primeiro turno do dia 03 contabiliza 34 erros em 14 matérias, contra quatro equívocos em número idêntico de informações verificadas no segundo turno. O pico se dá no terceiro turno, quando localizamos 154 erros em 34 matérias.

No dia 04, o fluxo começa a se acelerar consideravelmente no intervalo entre uma matéria e outra a partir do primeiro turno, quando vamos encontrar 46 matérias com 76 erros. Com isso, os textos tomam para si características de Últimas Notícias no que tange à quantidade de matérias disponibilizadas aos leitores e ao intervalo de veiculação entre uma e outra matéria.

Isso se verifica no período compreendido entre 1h e 2h, quando há oito matérias. A menor distância entre ambas é de um segundo (01h05/01h06) e a maior, de 23 minutos (01h32/01h55). Há casos, como as duas matérias disponibilizadas entre 6h e 7h, em que há simultaneidade de horários: foram geradas às 06h01. No próximo bloco, os intervalos são de quatro a 38 minutos. No segundo turno do dia 04, existem cinco matérias com 17 erros. No terceiro turno, são 15 erros para seis matérias.

O primeiro turno do dia 05 é composto por 24 matérias e 87 erros. No segundo turno existem nove matérias e 29 erros. Já no terceiro existe apenas uma matéria e um erro. Os intervalos entre uma matéria e outra são semelhantes aos do bloco anterior, em especial nos horários entre 7h, 8h e 9h. Nesse momento, a menor distância entre duas matérias é de três minutos (7h18/7h21) e a maior, de 13 minutos (7h45/7h58).

O fluxo aumenta proporcionalmente nos três turnos do dia 06 de outubro: são 85 erros em 30 matérias no primeiro turno. Há 37 lapsos em 18 matérias do segundo e, finalmente, três erros em 11 matérias no terceiro turno do dia 06. Em momentos como o situado entre 10h e 11h, o menor espaço de tempo entre as matérias é de dois segundos (10h34/10h36) e o maior de 11 minutos (10h58/10h52).

Constata-se o seguinte fluxo a 07 de outubro: no primeiro turno, existem 39 textos com 77 erros. No turno seguinte, são 19 matérias com 42 erros. O terceiro turno do dia 07 é composto por cinco matérias e cinco equívocos. Entre 08h/09h, há textos com horários idênticos (08h08), com um minuto entre um e outro (08h12/08h13; 08h17/08h18) e com dois minutos (08h42/08h44/08h46).

Comparando-se a evolução dos erros nas categorias Últimas Notícias e Cobertura Cotidiana, podemos observar que a variação percentual possui lógica semelhante nas duas categorias. Os índices de erros tendem a se elevar nos dias 03 e 04 de outubro (16,5% e 19% na Últimas Notícias e 24% e 14%), quando do debate entre os candidatos e sua repercussão. No dia 05, a incidência de equívocos mostra-se com índice de 7,4% na Últimas Notícias e 15% na Cobertura Cotidiana e tende a se elevar novamente no dia 06, quando da eleição do primeiro turno (28% e 16%), e no dia 07 (22,1% e 16%), quando de sua repercussão. Equivale a dizer que o aumento na frequência dos erros aparentemente está relacionado com aumento no fluxo de informações, o que pode ser comprovado com a comparação das variações percentuais nos momentos indicados, ambos com maior fluxo de notícias.

3.4 QUANTO À ORIGEM

3.4.1 ORIGEM - ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Na categoria Últimas Notícias, as matérias não são muito diversificadas quanto à sua origem. A maior incidência é de textos da Reuters, com um total de 94 casos. Representa 56,3% das 167 matérias observadas. As notícias cuja origem são o JB Online perfazem total de 40 textos, ou 24% da mostra na

categoria Últimas Notícias. Matérias geradas por Da Redação são em número de 19, o que perfaz índice de **11,4%**. As demais incidências têm origem na Folha Online, BBC Brasil e AFP.

É possível constatar uma relação entre erro e origem. Na categoria Últimas Notícias, a 02 de outubro, 38 dos 42 lapsos (**7%**) encontrados nas 16 notícias (**9,6%**) disponibilizadas estavam localizados em matérias da Reuters. Os demais equívocos estavam distribuídos em textos do JB Online, Da Redação e BBC Brasil.

Um dia depois, a 03 de outubro, o quadro é semelhante, mas nota-se um equilíbrio entre os erros encontrados no material da Reuters e no fornecido pelo JB Online: dos 101 lapsos existentes (**16,5%**), 34 incidem sobre dez matérias da Reuters e 34 sobre o material fornecido pelo JB Online. O restante tem origem em Da Redação e há uma matéria sem procedência com oito equívocos.

Das 117 falhas (**19%**) encontradas nas 21 notícias (**12,1%**) analisadas no dia 04 de outubro, 90 erros têm sua origem em 14 matérias da Reuters. O JB Online surge em segundo com 18 erros em cinco matérias. Os demais problemas incidem sobre textos da AFP e BBC Brasil.

No dia 05 de outubro, vamos encontrar novamente a Reuters como origem da maior parte dos 45 (**7,4%**) erros localizados na tabulação, em um total de 31 casos em 11 matérias. Os demais problemas dividem-se em notícias com origem no JB Online, AFP, BBC Brasil e Da Redação. Há três matérias (JB Online, AFP e Reuters) sem incidência de erros.

Quando chegou o dia da eleição, localizamos 169 falhas (**28%**) nas 50 notícias (**30%**) veiculadas no site. Nas 22 matérias da Reuters, há 87

incidências. Representa **51,5%** do total de erros encontrados nesse dia. As com origem Da Redação contabilizam 57 ruídos e problemas de informação os mais diversos em apenas nove matérias. As notícias do JB Online redundam em 39 erros. Os demais problemas encontrados foram divididos entre matérias originárias da AFP e BBC Brasil.

A 07 de outubro, por fim, nos deparamos com 136 falhas (**22,1%**) em 30 informações (**18%**). Total de 27 notícias têm sua origem na agência Reuters, somando 11 problemas. As demais falhas dividem-se em textos cuja origem tenha sido o JB Online e Da Redação.

Como podemos observar, a maioria dos erros encontrados na categoria Últimas Notícias têm sua origem em matérias da agência Reuters: somam 291 lapsos. Representa **48%** do total de 610 equívocos nesta categoria. A incidência de erros também foi relevante, quando comparada à sua origem, em relação às matérias do JB Online, em um total de 91 problemas, o que perfaz índice de **15%**.

3.4.2 ORIGEM - COBERTURA COTIDIANA

Nota-se algo parecido em relação ao material de Cobertura Cotidiana. A maior parte das matérias disponibilizadas no site nesta categoria corresponde a textos com origem na Folha Online, em um total de 153 incidências. Representa percentual de **50,8%** dos 301 textos estudados.

Logo em seguida vêm as matérias geradas a partir da Folha de São Paulo. Essas somam 88 incidências, ou **29,2%**. As com origem Da Redação são em número de 24 (**8%**), enquanto que as demais têm origem na Agência Folha,

UOL News, Exame, BBC Brasil, Reuters, AFP, USA Today, Financial Times, Le Monde Diplomatic e El País.

No primeiro dia de tabulação das notícias de Cobertura Cotidiana, localizamos total de 116 (15%) erros em 36 matérias (12%). As maiores incidências de equívocos ocorreram nas matérias com origem na Folha Online, total de 13 matérias com 41 erros. A segunda maior incidência ficou para o material aproveitado pelo jornal Folha de São Paulo, total de 16 matérias com 39 equívocos. As demais falhas estão localizadas em matérias da BBC Brasil e no noticiário com origem na Agência Folha.

Todas as matérias da Folha de São Paulo veiculadas no dia 02 de outubro nesta categoria foram lançadas à rede no primeiro turno da análise. As da Folha Online incidem a partir do segundo turno e se estendem até o final do dia. O fluxo de material disponibilizado ocorre com alguma intensidade nesse dia nos blocos das 7h às 8h, quando o intervalo médio entre uma matéria e outra é de dois minutos; e no seguinte, quando o hiato atinge até nove minutos entre um texto e outro.

A predominância de matérias com origem na Folha de São Paulo volta a se repetir no primeiro turno do dia 03 de outubro, quando 14 notícias são disponibilizadas. Até às 8 horas, das 12 matérias veiculadas, apenas duas, às 8h31 e 8h32, têm outra procedência: El País. A partir das 10h, no entanto, e até o final do dia, o noticiário começa a ser abastecido com fontes como a Reuters, BBC Brasil, Da Redação e Folha Online. A essa última cabe a hegemonia de matérias (25 incidências, com total de 55 erros), seguida de material procedente Da Redação. No último caso, são 93 erros em 11 matérias.

Os textos com origem na Folha Online começam a permear novamente o site com mais intensidade a partir do segundo turno do dia 03. Depois do terceiro turno, à exceção da matéria veiculada às 20h11 (Folha de São Paulo), todos os textos têm origem na Folha Online e Da Redação. Note-se que o dia 03 coincide com o debate entre os presidentiáveis, quando a cobertura foi marcada pela descrição literal das falas dos candidatos.

A observação talvez justifique tanto o fluxo de matérias (no bloco das 23 às 24 horas a diferença entre uma e outra é normalmente de um minuto) quanto à quantidade de lapsos apontados (neste mesmo bloco foram detectados 109 erros). Outro aspecto importante é que a maioria das matérias deste período são curtas, normalmente com apenas um parágrafo de extensão.

A tendência de os blocos de notícias serem uniformes na categoria Cobertura Cotidiana quanto à sua origem segue no dia 04 de outubro, quando localizamos 57 textos (19%) com 108 erros (14%). No primeiro turno, predomina a incidência de matérias com origem na Folha de São Paulo e Folha Online. Se das 0h à 01h há 15 matérias com procedência ou na Folha Online ou Da Redação, no bloco da 01h às 02h todas as matérias são originárias da Folha Online. A menor distância entre uma e outra é de um minuto (01h05/01h06) e a maior é de 23 minutos (01h32/01h55).

O mesmo fenômeno se verifica nos quatro blocos compreendidos entre as 02h e 08h. O que muda é a origem. As 13 matérias são da Folha de São Paulo. No segundo e terceiro turnos, observa-se uma diluição quanto à origem e fluxo das matérias lançadas à rede.

Das cinco matérias distribuídas em intervalos superiores a uma hora (16h22/18h22), três são da Folha Online. As outras duas são da Exame e El País. Das 19h às 22h, nos deparamos com matérias da Reuters, da Folha Online, Folha de São Paulo e Agência Folha.

A tendência observada anteriormente, segundo a qual os primeiros blocos do turno da manhã tendem a ser preenchidos por notícias de uma única fonte, volta a se verificar no dia 05 de outubro. Há 34 matérias (11,29%) nesse dia, com um total de 117 erros (15%) nesta categoria. Todos os textos que alimentam o site nos dois blocos existentes das 04 às 08 horas desse dia são originários da Folha de São Paulo. Das 9h até o final do primeiro turno, a origem passa a incluir outras fontes de jornais impressos como Financial Times, USA Today, El País e The New York Times, além da Folha de São Paulo. A menor distância entre uma e outra é de dois minutos e a maior é de 1h24 (8h41/9h25). Essa característica se manterá uniforme nos demais turnos do dia 05.

Nas 59 matérias (19%) analisadas a 06 de outubro, encontramos 125 erros (16%). Nos três primeiros blocos do primeiro turno - 3h/4h, 4h/5h e 6h/7h - predominam textos da Folha de São Paulo, em um total de oito. Apenas uma (06h05) tem origem na Agência Folha. Das 7 às 12 horas, muda somente a fonte da informação. A predominância fica por conta da Folha Online. Ao longo do dia, são disponibilizadas 40 matérias desta natureza, em um total de 78 erros. As demais são matérias da Folha de São Paulo e Da Redação. Entre as 10 e 11 horas, todas as dez notícias veiculadas são da Folha Online, com intervalos de três a seis minutos entre uma e outra. As origens de

menor incidência no dia 06 são BBC Brasil, AFP, Reuters, Agência Folha, Da Rdeação e Folha de São Paulo.

Sobre o dia 07 de outubro, há um total de 63 notícias (21%) com 124 erros (16%). A maior parte do material tem origem na Folha Online, com 43 textos, seguido pela Folha de São Paulo, com 17 notícias. As demais dividem-se entre Agência Folha, UOL News e Exame.

Com base nessas observações, podemos inferir, a exemplo do que se verificou na categoria Últimas Notícias, que há uma relação entre a incidência de erros e a origem das matérias. Os erros parecem incidir com mais frequência nos blocos em que há no máximo duas fontes, nesse caso Folha de São Paulo e Folha Online. É o que ocorre, por exemplo, no dia 04 de outubro. Vamos encontrar 76 problemas (70% do total verificado naquele dia) somente no primeiro turno, quando predominam matérias com originárias da Folha de São Paulo e Folha Online. No segundo e terceiro turnos, diminui a quantidade de matérias (cinco e seis, respectivamente) e a origem torna-se mais diversificada. Os erros são em número de 17 (16%) no segundo turno e 15 erros (14%) no terceiro.

3.5 REDUNDÂNCIA

O trabalho de cobertura no site UOL Eleições 2002 também foi marcado pela adaptação de matérias, parcial ou integralmente, fenômeno aqui entendido como elemento de redundância, tanto nas matérias de Últimas Notícias como nas de Cobertura Cotidiana. Vale recordar que a redundância foi admitida como primária quando toda a matéria se repete; secundária

quando ocorre a repetição de títulos e/ou textos e, finalmente, terciária quando se verifica a adaptação parcial dos textos.

É interessante observar como as matérias veiculadas no site UOL Eleições 2002 no período de análise tendem a ser reaproveitadas. Esse movimento pode ser observado a partir do primeiro dia da tabulação dos dados de ambas as categorias e incide principalmente nos momentos próximos (antes e depois) ao debate do dia 03 e da eleição do dia 06. Vejamos alguns exemplos:

3.5.1 REDUNDÂNCIA - ÚLTIMAS NOTÍCIAS

No dia 02 de outubro. A matéria das 19h16, sobre os percentuais de votação de Lula e Serra segundo o instituto Datafolha, foi repetida parcialmente no site novamente às 19h49. Elas eram idênticas até o quinto parágrafo, caracterizando um caso de redundância terciária. O segundo texto foi acrescido de mais três parágrafos e da assinatura do redator. Ambas voltaram a ser idênticas no último parágrafo. As duas eram notícias longas e com origem na Reuters. O mesmo se verificou na matéria das 19h56: repetiu-se às 20h48, com acréscimo de dois parágrafos. Novamente Reuters e longa.

Observamos um novo exemplo de redundância terciária em uma matéria especulando sobre a realização do segundo turno (dia 03, 16h26). Na primeira vez em que ela é veiculada (16h26), apresenta-se com 11 parágrafos. Na versão seguinte (20h25) ela ganha um intertítulo, mais sete parágrafos e a assinatura do repórter.

Uma matéria curta, com origem Da Redação (dia 03, 20h59), repete trechos da notícia veiculada em horário anterior (13h40). Nesse caso, verifica-

se apenas a subtração dos dois últimos parágrafos do texto original. A matéria veiculada às 07h56 do dia 03 é idêntica à das 23h48 do dia 02, em um caso configurado como de redundância primária. Mais tarde, no horário das 18h37, há um texto que volta a se repetir uma hora mais tarde (19h33) com duas alterações: nessa, há um parágrafo a mais no final e a assinatura de quem a redigiu.

No dia 05, a matéria das 14h53 foi lançada no site com um problema de digitação no título, sete parágrafos e sem assinatura. Mais tarde, às 16h57, o mesmo texto voltou à tela do site, desta vez com dez parágrafos, assinatura e a correção no título. O informativo da Reuters aparece uma vez mais às 17h04 e em uma quarta oportunidade às 16h16, dessa vez com 16 parágrafos e novamente sem assinatura. Ainda no dia 05, o mesmo conteúdo aparece duas vezes em matérias veiculadas com intervalo de um minuto entre uma e outra: a primeira às 21h55 e a segunda às 21h56.

A 06 de outubro, dia da eleição, matéria idêntica e com a mesma origem é publicada duas vezes com intervalo de quatro minutos entre uma e outra: a primeira às 16h26 e a segunda às 16h30. Observe-se que, das 50 matérias veiculadas nesse dia, apenas 12 são longas e não mais que 16 delas são assinadas.

Às 09h48 do dia 07 de outubro, há uma matéria igual à veiculada uma hora antes (08h33), sobre as projeções da campanha ao segundo turno. Ainda nesse dia, o mesmo texto (homologação do primeiro turno pelo TSE) repete-se com intervalo de três minutos entre um e outro, com uma pequena alteração no título de uma delas. A notícia original foi lançada à rede às 22h37, enquanto a segunda às 22h40. No segundo caso, estava escrito em caixa alta a

palavra “Atualiza” na matéria das 22h37, ainda que as demais informações existentes em ambas fossem as mesmas.

3.5.2 REDUNDÂNCIA - COBERTURA COTIDIANA

No caso da categoria Cobertura Cotidiana, podemos citar o exemplo do dia 02 de outubro: a matéria veiculada às 03h48 é repetida na íntegra e sem alterações às 10h15. O texto das 19h56, sobre uma declaração de José Dirceu, então presidente do PT, é veiculada novamente às 20h48 desse mesmo dia.

A 03 de outubro, a matéria das 07h57 é lançada no site com um problema no título: “Garotinho *diz seria* oposição (...)”. Na seqüência, e registrando o mesmo horário anterior, o texto é repetido, dessa vez com o título correto, caracterizando um caso de redundância secundária. Ao corrigir a informação, o responsável pela edição do site não retirou a matéria que estava errada.

Não foi constatado nenhum caso de redundância no dia 04 de outubro.

No dia 06, três matérias são repetidas com adaptações parciais nos textos: às 15h08, 17h11 e 17h16. Todas as alterações ocorreram no primeiro parágrafo do texto. Em um outro momento do dia em que a eleição foi realizada, a mesma matéria, curta, da Folha Online, é divulgada às 17h41 e às 17h44. A única diferença entre uma e outra diz respeito à última linha do texto. Se, na primeira, encontramos “*As informações são da Agência Brasil*”, na segunda vamos nos deparar com a seguinte construção: “*Com informações da Agência Brasil*”. De resto, são idênticas e voltam a se repetir às 17h54.

No dia 07, por fim, encontramos apenas uma matéria (“Campanha do 2º turno será ainda mais acirrada”), da Reuters, repetida três vezes na íntegra,

inclusive com os mesmos erros: às 08h33, às 09h41 e às 09h48. É um exemplo de que, ainda que haja a oportunidade de corrigir os erros, ela não é aproveitada.

No que diz respeito à incidência de redundância no corpus da pesquisa, pode-se inferir que existe uma relação entre a origem das matérias e o seu reaproveitamento. A amostra sugere que o reaproveitamento de matérias ocorre principalmente quando elas têm uma mesma fonte.

Ainda que o senso comum atribua esta tendência ao processo que, em webjornalismo, tende a culminar com a consolidação das notícias⁵¹, os exemplos sugerem que a adaptação e repetição dos textos obedece a uma lógica diversa. Essa seria mais de acordo com a necessidade de o site manter-se constantemente atualizado em número de informações do que necessariamente ao aprimoramento do material disponibilizado aos leitores.

Observe-se que a redundância incide com frequência na categoria Últimas Notícias, quando a maioria das notícias têm origem na agência Reuters. Ao se observar o material repetido em parte ou integralmente na categoria Cobertura Cotidiana, chega-se à mesma conclusão: são readaptados mais frequentemente os textos da Folha de São Paulo e os da Folha Online. Corroborar para isso o fato de a análise do corpus não ter observado esse fenômeno com tanta frequência envolvendo matérias de fontes distintas umas das outras.

Outra observação se faz necessária, desta vez quando ao fluxo de matérias. Acreditamos que o índice e erros catalogados na pesquisa, incluindo

⁵¹ Diferentemente do que ocorre com os jornais impressos, onde as notícias são publicadas somente depois de prontas, em webjornalismo a tendência é as informações serem lançadas em partes à rede para somente depois, no final do período em questão, serem consideradas como consolidadas.

os problemas de imprecisão jornalística, não estão relacionados necessariamente com o perfil da categoria em questão - Últimas Notícias ou Cobertura Cotidiana -, mas antes com o período de cobertura a que dizem respeito.

Há mais lapsos tanto em relação à categoria Últimas Notícias como em relação à categoria Cobertura Cotidiana nos dias 03, 04, 06 e 07 de outubro. Nos dois primeiros casos - 03 e 04 -, coincidem com a cobertura do debate realizado entre os presidentiáveis (dia 03) e sua repercussão (04), enquanto que, nos demais, coincidem com a do primeiro turno e sua repercussão.

No que diz respeito aos problemas envolvendo imprecisão jornalística, a maior parte dos lapsos considerados graves, alguns deles elencados nesta dissertação, ocorreram nos dias 02 e 03, o mesmo se verificando nos dias 06 e 07.

Quanto aos ruídos de linguagem, grande parte dos erros do dia 03 (154, ou **80%** dos registrados na data) ocorrem entre 19h/24h na categoria Últimas Notícias, portanto durante a transmissão do debate. Na categoria Cobertura Cotidiana são 49 lapsos, ou **48,5%** do total de 101 verificados nesse dia. Os percentuais continuam elevados na manhã do dia 04 de outubro: na categoria Últimas Notícias são 64 erros (**55%** do total de 117 nessa data), e na categoria Cobertura Cotidiana observam-se 76 falhas (**70%** do total de 108 na manhã desse dia).

Observação semelhante pode ser feita no dia em que a votação do primeiro turno foi realizada, mas com uma variação: nas duas categorias o fluxo é maior no intervalo entre 0h e 19h do dia 06. Na categoria Últimas Notícias, são 142 erros nesse intervalo, ou **84%** de todos os 169 lapsos

anotados pela tabulação. Na categoria Cobertura Cotidiana, temos nesse período do dia incidência de **98%** dos 125 problemas verificados na data em ambas as categorias. Os números são altos novamente entre 0h e 19h do dia seguinte, quando da repercussão do pleito: nesse momento encontram-se **43%** de todos os 136 erros do dia na categoria Últimas Notícias e **62%** dos 124 equívocos na categoria Cobertura Cotidiana.

Estas observações sugerem que se erra, e muito, quando o assunto envolve o binômio jornalismo e velocidade: são 1.392 erros em 468 matérias nas categorias Últimas Notícias (**44%**) e Cobertura Cotidiana (**56%**) e esses equívocos tendem a se tornar mais frequentes em situações de fluxo mais intenso de notícias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao discorrer sobre a relação entre velocidade e credibilidade, em especial sobre os webjornais, o jornalista Leão Serva sustenta que é muito cedo para afirmar que a velocidade do suporte Internet é a responsável pela crise de credibilidade por que passa o jornalismo, principalmente devido aos erros e imprecisões que se verificam nas notícias veiculadas neste formato. Serva afirma que a chegada de suportes anteriores à Web, caso da televisão e do rádio, provocou o mesmo tipo de reação que agora é verificado.

Como das vezes anteriores, o problema residiria novamente na falta de compreensão do meio em questão:

A diferença essencial da internet sobre os meios convencionais, mormente o jornal impresso, está na forma de publicação das notícias, não na apuração. Ou seja, a velocidade percebida dos veículos de internet sobre os meios mais antigos (especialmente os impressos) não é uma velocidade de apuração e construção da notícia, mas principalmente uma velocidade superior de publicação, das formas de tornar pública a notícia apurada pelo jornalista (SERVA, 2002, On-line).

Acreditamos que as palavras de Serva não estão de todo equivocadas, na medida em que a velocidade de veiculação e a versatilidade são alguns dos grandes diferenciais do webjornalismo em relação a outros formatos. Mas cremos que ele erra quando desvincula o processo de produção, que classifica

como de “apuração” das notícias, de sua efetiva disponibilização, como se o tempo de um não dissesse respeito ao momento de outro. Seria insensato pensar em uma velocidade final, aqui entendida como de veiculação, isolada da inicial, neste caso a de produção. Pode ter ocorrido desta forma em 1995, quando os primeiros jornais a migrarem para a Internet eram meras cópias de seus pares analógicos, neste caso os impressos.

A pesquisa cuja etapa se encerra neste momento⁵², a julgar principalmente pelos resultados observados na análise empírica realizada no terceiro capítulo, sugere que fazer webjornalismo passou a ser bem mais do que a mera utilização de notícias inicialmente produzidas para veículos analógicos, ainda que esta regra siga valendo em muitos sites, incluindo entre estes alguns momentos do UOL Eleições 2002. Mas também parece tornar claro que o problema da imprecisão está diretamente relacionado com o aumento da velocidade de produção. A afirmação se sustenta a partir de alguns indícios revelados pela análise do corpus.

O primeiro deles diz respeito às fontes utilizadas para a alimentação do noticiário, em número de 15, incluindo jornais impressos como Folha de São Paulo, El País e USA Today. Observada a origem das matérias veiculadas entre 02 e 07 de outubro, é possível constatar que um número muito reduzido tem origem em Da Redação. A desproporção mostra que existe um descompasso entre a capacidade de produção de matérias no site, que sabemos pertencer a um dos maiores grupos de comunicação do país, e a possibilidade de veiculação do material informativo.

⁵² Entendemos que há muito, ainda, a ser dito quando o assunto é refletir sobre a relação entre velocidade e jornalismo, por isso não entendemos esta dissertação como de caráter conclusivo, mas antes como um momento específico da pesquisa sobre o tema.

Outra evidência, também relacionada com a origem das matérias, ainda que indiretamente, diz respeito à capacidade de edição dos textos fornecidos pelas fontes que alimentaram o UOL Eleições 2002. Mesmo considerando a possibilidade de eventuais contratos comerciais exigirem qualidade no produto fornecido, a quantidade de equívocos encontrada tanto em Últimas Notícias quanto em Cobertura Cotidiana é muito significativa.

Equivale a dizer que, ainda que haja a preocupação de evitar e corrigir erros, a tarefa torna-se particularmente difícil face à demanda de notícias disponibilizadas no período em questão. Assim, no caso específico da categoria Últimas Notícias, alimentada em grande número por textos da agência Reuters - cujo zelo pela qualidade da informação e credibilidade é conhecido -, foram localizados 610 problemas de toda ordem em 167 matérias ao longo dos seis dias de análise. Apenas 11 notícias disponibilizadas no período não possuíam problema algum.

No caso das correções, novamente a pressa de veiculação demonstra ser um empecilho por pelo menos dois motivos: em primeiro lugar, porque o suporte não disponibiliza, por exemplo, a existência de uma seção "Erramos", a exemplo do que ocorre em jornais como a Folha de São Paulo. Em havendo erros - e eles existem - e admitindo a sua correção, o leitor dificilmente saberá se aquele texto que está diante de seus olhos está correto ou não. A única garantia de que se está diante de algo "verdadeiro" é subjetiva: tendemos a acreditar que aquilo está certo porque existe uma carga discursiva inerente ao jornalismo que nos impele neste sentido. O raciocínio, construído ao longo de décadas de evolução, impele o leitor a acreditar que, em princípio, o que é jornalístico é verdadeiro, independente do suporte.

No caso de ruídos de informação, como frases e palavras truncadas, o problema dos erros dificulta a leitura, causa desconforto e acaba minando, aos poucos, a credibilidade do veículo junto ao leitor, ainda que seus efeitos não sejam tão nocivos em um primeiro momento. Não devemos desconsiderar, porém, que o jornalismo é, entre os modos contemporâneos de narrativa, um dos grandes difusores da língua. Não é exagero, assim, exigir que uma das preocupações de um jornalismo exercido com responsabilidade necessariamente seja o manejo correto da língua.

Se o problema disser respeito a erro grave de informação - como filiar ao PT um candidato a vice-presidente que na verdade concorre pelo PL -, estaremos diante de algo cuja dimensão é ainda mais difícil de mensurar.

Observe-se que, durante todo o período da análise, não encontramos no site uma referência explícita a erros cometidos. Quando versões corretas da informação foram lançadas à rede, não houve qualquer menção ao erro anterior.

Diante do que observamos, somos levados a acreditar que o jornalismo se encontra diante de um momento particularmente importante. Ao longo de décadas, com o intuito principalmente de abranger o maior número possível de leitores e com isso ampliar conquistas de ordem econômica e política, o jornalismo desenvolveu mecanismos que se tornaram paradigmáticos tanto para se proteger de pressões externas como para atingir seus objetivos. Entre esses mecanismos, estão conceitos como a objetividade, espinha dorsal da credibilidade. Há muito a lógica que vincula a objetividade e a precisão à capacidade de revelar o real é aceita como legítima. O aumento progressivo da velocidade de produção foi decisivo nesse sentido.

Ocorre que, ao possibilitar a existência de tantos erros, sejam eles graves ou não, ruídos ou imprecisões, a velocidade acaba por gerar um ambiente em que o jornalismo relega a segundo plano exatamente aquilo que vinha alimentando a sua credibilidade: o rigor na informação. E o webjornalismo parece ser a face mais visível deste arriscado movimento.

BIBLIOGRAFIA

ADGHIRNI, Zélia Leal; NUNES RIBEIRO, Gilson de Souza. **Jornalismo On-line e identidade profissional do jornalista**. In: Revista da Comunicação e Espaço Público: Brasília, UNB, 2001.

ADGHIRNI, Zélia Leal. **Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos?** In: XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001, Campo Grande. *Anais*. Campo Grande. INTERCOM, 2001. CD-Room.

ALBERT, P.; TERROU, F. **História da imprensa** São Paulo: Martin Fontes, 1990.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la Noticia**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1993.

AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Sagra - D.C. Luzzatto Editores, 1996.

ÁVILA, Everton Gonçalves de. **A era informacional. Velocidade, tempo e informação na construção da subjetividade contemporânea**. Porto Alegre: UFRGS, 1999. Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1999.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BAUDRILLARD, Jean. **Tela total. Mito-ironias da era do virtual e da imagem**. Porto Alegre: Sulina, 1997.

BENIGER, James. In SMITH, M. R. e MARX, L. (eds). **Historia y Determinismo Tecnológico**. Madri: Alianza Editorial, 1996.

BERGANZA, Rosa. **O contributo da Escola de Chicago para o jornalismo contemporâneo: as reflexões de Robert E. Park sobre a notícia**. In: TRAQUINA, Nelson (org). Lisboa: Relógio D'água, 2000.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Da ciência ao mercado, a informação em tempo real**. Tese de doutorado. UnB, dezembro de 1999.

BREED, Warren. **Controlo social na redacção: uma análise funcional**. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo, questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993.

BRETON, Philippe. **O culto da internet**. Traduzido por Samy Leal Adghirni e Hicham Chaouni. Paris: Éditions La Découverte, 2000. Tradução de: *Le culte de l'Internet - une menace pour le lien social?*

BUCCI, Carlos Eugênio. **Coluna de Eugênio Bucci, Jb On-line**. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/>>. Acesso em: 09 de dezembro de 2001.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CAMARGO, Antônio Carlos de. **O Desafio da Informação no Marketing da Comunicação**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1983.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**. 3ª ed. São Paulo: Edusp, 2000.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar: mundialização e fragmentação. Fim de século e globalização**. In: SANTOS, Milton et al (orgs). 4ª ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Volume 1. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CAUDURO, Flávio Vinícius. O Digital na Comunicação. In: LEVACOV, Marília et al. **Tendências na Comunicação**. Porto Alegre: L&PM, 1998.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 1995.

CINEL, Fabrizia Bocaccio. **Portais de Conteúdo Jornalístico na Internet sob o olhar da Complexidade**. Porto Alegre: PUC, 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2002.

COSTA, Edson. **A estrutura da informação no site do jornal O Estado de São Paulo. Estudo da linguagem e de seus processos editoriais**. São Paulo: ECA-USP, 2001. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2002.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1989.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**. São Paulo: Summus, 1986.

DIZARD JR., Wilson. **A Nova Mídia: a comunicação de massa na era da informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FORBES, R.J. Power to 1850. In: SINGER, C. (org). **A history of Technology: the Industrial Revolution, 1750-1850**. V. 4. Oxford: Oxford University Press, 1958.

FRAGA DA SILVA, Dinorá; Fragoso, Suely. (orgs.) **Comunicação na Cibercultura**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

FRANÇA, Vera. Do telégrafo à rede. In: **Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas**. São Paulo: Hacker, 2002.

FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas técnicas para o trabalho científico que todo mundo pode saber, inclusive você: explicitação das normas da ABNT**. 2ª ed. Porto Alegre: s.n., 2002.

GARCIA, Mario R. **Redesigning print for the web**. Indianapólis: Hayden Books, 1997.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GUERRA, Josenildo Luiz. **Ensaio sobre o Jornalismo: um contraponto ao ceticismo em relação à tese da mediação jornalística**. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/josenildo.html>>. Acesso em: <11 de fevereiro de 2002>.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural na esfera pública: investigação quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: ED&A Editora, 2000.

HAMILTON, Fernando Arteché. **Caiu na rede é notícia: uma análise sociológica do Webjornalismo**. Tese de mestrado. Disponível em: <<http://cehcom.univali.br/monitordemidia>>. Acesso em: 17 de dezembro de 2002.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2000.

HENN, Ronaldo. **Os fluxos da notícia**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

HOHLFELDT, Antonio. **Objetividade: categoria jornalística mitificada**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/hohlfeldt.html>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2002.

HILTENG, John L. **Os desafios da comunicação: problemas éticos**. Florianópolis: UFSC, 1990.

HOBBSAWM, Eric J. **A era do capital: 1848-1875**. São Paulo: Paz e Terra, 1977.

IANNI, Octavio. **A era do globalismo**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

IANNI, Octavio. **A sociedade global**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

KILIAN, Crawford. **Writing for the web**. Vancouver: Self-Counsel Press, 2001.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo**: Norte e Sul. São Paulo: Edusp, 2001.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 1985.

LAGE, Nilson. **A estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1998.

LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos. **Janelas do ciber espaço**: comunicação e cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2001.

LEMOS, André. **Cibercultura**: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LEVACOV, Marília. Do Analógico ao Digital: A Comunicação e a Informação no Final do Milênio. In: LEVACOV, Marília et. al. **Tendências na Comunicação**. Porto Alegre: L&PM, 1998.

LÈVY, Pierre. **O que é o virtual?**, São Paulo: Editora 34, 1996.

LÈVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1997.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. Lisboa: Relógio D'água, s/d.

LYOTARD, Jean-François. **La posmodernidad (explicada a los niños)**. 6ª ed. Barcelona: Gedisa, 1996.

LYOTARD, Jean-Françoise. **O pós-moderno**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.

McLUHAN, Marshal. **A galáxia Gutenberg**. São Paulo: Edusp, 1972.

MANNARINO, Marcus Vinicius Rodrigues. **O Papel do Webjornal**: veículo de

comunicação e sistema de informação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

MANNARINO, Marcus Vinicius Rodrigues. **O que é escrever textos para a web.** Disponível em: <http://www.marcusmannarino.jor.br/mannarino/formulas.html>>. Acesso em: 5 de fevereiro de 2002.

MANTA, André. **Guia do jornalismo na internet**, 1997. Disponível em: <<http://facom.ufba/pesq/cyber/manta/Guia/>>. Acesso em 16 de julho de 2001.

MANUAL DE REDAÇÃO. Folha de São Paulo. 3ª ed. São Paulo : Publifolha, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo fin-de-siècle**. São Paulo: Página Aberta, 1993.

MARCONDES FILHO, Ciro (cord.). **Pensar - pulsar**: cultura comunicacional, tecnologia, velocidade. São Paulo: Edições NTC, 1996.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação & Jornalismo**: a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2000.

MARTINI, Stella. **Periodismo, noticia y noticiabilidad**. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2000.

MATTA, Fernando Reyes (org.). **A informação na nova ordem internacional**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

MATTELART, Armand. **A invenção da comunicação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação**. Bauru: Edusc, 2000.

MATTELART, Armand. **História da utopia planetária**: da sociedade profética à sociedade global. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. **Conhecimento Jornalístico**. Florianópolis: UFSC, 1992.

MESQUITA, Renata. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/info/aberto/infonews/022002/22022002-19.shl>> Acesso em: 22 de fevereiro de 2002.

MEYER, Philip. **A ética no jornalismo: Um guia para estudantes, profissionais e leitores.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

MEYER, Philip. **The new precision journalism.** Indianapolis: Indiana University Press, 1991.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo On-line e os espaços do leitor: um estudo de caso do NetEstado.** Porto Alegre: UFRGS, 1998. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1988.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual.** Salvador: UFBA, 2003. Tese (Doutorado em Comunicação), Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea, Universidade Federal da Bahia, 2003.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web: produção e edição de notícias on-line.** São Paulo: Senac, 2000.

MOHERDAUI, Luciana. **Entrevista com Luciana Moherdauí.** Disponível em: <<http://www.ig.com.br/home/igler/artigos/0,,358,00.html>>. Acesso em: 17 de abril de 2003.

MORAES, Dênis (org.). **Globalização, Mídia e Cultura Contemporânea.** Campo Grande: Letra Livre, 1997.

MORETZSOHN, Sylvia. **A velocidade como fetiche: o discurso jornalístico na era do "tempo real".** Gragoatá: UFF, 2000. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Comunicação, Imagem e Informação. Universidade Federal Fluminense, 2000.

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

MORETZSOHN, Sylvia. **"Profissionalismo" e "objetividade": o jornalismo na contramão da política.** Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-profissionalismo-jornalismo.html>>. Acesso em 08 de junho de 2003.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Crise nos paradigmas do jornalismo.** Disponível em: <http://www.observatoriodeimprensa.com.br/artigos/da210820022p.htm>. Acesso em: 21 de agosto de 2002.

MORIN, Edgar. Da necessidade de um pensamento complexo. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado (orgs.). **Para navegar no século 21: Tecnologias do imaginário e cibercultura**. Porto Alegre: Edipucrs/Sulina, 2003.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ORTIZ, Renato. **Cultura e Modernidade**. Editora Brasiliense: São Paulo, 1991.

OUTING, Steve. **Muitos sites de jornais na Web merecem más notas**. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/internet/colunas/parem/pare3001.htm>>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2002.

OUTING, Steve. **Imprensa dos Estados Unidos continua a caminhar para a WEB**. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/mundodigital/colunas/parem/par0611.htm>>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2002.

PAILLET, Marc. **Jornalismo: o quarto poder**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

PARENTE, André. **Imagem-máquina: A era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre : Edipucrs, 2003.

PIMENTA, Marcelo. **O Digital na Comunicação**. PIMENTA, Marcelo et al. **Tendências na Comunicação**. Porto Alegre: L&PM, 1999.

PRADO, Ana. Uma notícia a cada 90 segundos: estudo de caso de um jornal on-line. **Pauta geral, revista de jornalismo**. Salvador: Calandra, 2002.

PRADO, Ana. [SANTOS, Ana Lúcia Prado Reis dos]. **Informação fast-food. Um estudo de caso do jornal "Último segundo" do Portal IG**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/santos-prado-ana-fast-food.pdf>>. Acesso em: 17 de junho de 2003.

PRADO, José Luiz Aidar (org.) **Crítica das práticas midiáticas**. São Paulo: Hacker, 2000.

QUADROS, Cláudia Irene de. Uma breve visão histórica do jornalismo on-line. In: HOHLFELDT, Antonio; BARBOSA, Marialva (org.). **Jornalismo no século XXI: a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

RANDALL, David. **El periodista universal**. Madri: Siglo Veintiuno, 1999.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: pensando o texto para a mídia digital**. São Paulo: Berkeley, 2000.

RICH, Carole. **Redação Jornalística para a Web: um estudo para o Instituto Poynter de Estudos da Mídia**, 1998. Disponível em: <http://members.aol.com/crich13/poynterstudy.html>. Acesso em: 21 março de 2002.

RIZZINI, Carlos. **O jornalismo antes da tipografia**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1997.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo : Hackers Editores, 2001.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico científico informacional**. São Paulo: Unictec, 1997

SANTOS, Milton. **Território e Sociedade**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001. Entrevista com Milton Santos concedida a Odete Seabra, Mônica de Carvalho e José Corrêa Leita.

SCHMUHL, Robert. **As responsabilidades do jornalismo: a questão da ética no País de maior liberdade de expressão**. Rio de Janeiro: Nórdica, 1984.

SELKER, Ted. **Web diminui concentração, diz MIT**. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/info/aberto/infonews/022002/22022002-19.shl>>. Acesso em: 22 de fevereiro de 2002.

SERRA, Paulo. **O princípio da credibilidade na selecção da informação mediática**. Recife : Anais do 12º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. COMPÓS, 2003.

SERVA, Leão. **Internet: velocidade e credibilidade da notícia**. Disponível em: <<http://www.facasper.com.br/jo/anuario/2001/>> Acesso em: 22 de dezembro de 2002.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 20. ed. São Paulo: Cortez, 1996

SILVA, Luiz Martins. **A imprensa, danos morais e indenizações**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/silva.html#_ftn4>. Acesso em: 9 de junho de 2003.

SILVA, Jaqueline de Paiva e. **A Broadcast, o mercado financeiro e a cobertura de economia da grande imprensa**. Brasília: UnB, 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, 2002.

SIMONE, José Fernando; MONTEIRO, Mariana. **Jornalismo on-line: o futuro da informação**. Rio de Janeiro: WebMeio Edições, 2001.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

SQUIRRA, Sebastião. O jornalismo do futuro. **Revista Comunicação e Sociedade**. Nº 28. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 1997.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. 4ª ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRIVINHO, Eugênio. Epistemologia em ruínas: a implosão da Teoria da Comunicação na experiência do ciberespaço. In: MARTINS, Francisco Menezes et. al. **Para navegar no século XXI - tecnologias do imaginário e cibercultura**. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 1999.

TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"**. Lisboa: Vega, 1993.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**. Lisboa: Relógio D'água, 2000.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993.

VIRILIO, Paul. **Velocidade e Política**. São Paulo: Estação Liberdade, 1977.

VIRILIO, Paul. O resto do tempo. In: MARTINS, Francisco Menezes et. al. **Para navegar no século XXI - tecnologias do imaginário e cibercultura** . Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2000.

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

VIRILIO, Paul. **A bomba informática**. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.

VIRILIO, Paul. **Estratégia da Decepção**. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.

WOLTON, Dominique. **Sobreviver a internet: converciones com Oliver Jay**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1987.