



**Virginia Pradelina da Silveira Fonseca (UFRGS)**

**O jornalismo na era da sociedade em rede:  
máxima informação e ilusão de realidade<sup>1</sup>**

**Resumo**

O presente artigo tem o objetivo de refletir sobre algumas das transformações por que vem passando o jornalismo de uma maneira geral, particularmente o jornalismo da mídia impressa, na medida em que se introduzem com maior intensidade nas empresas de indústria cultural as novas tecnologias da informação e a lógica capitalista transnacional. Para isso, a partir do conceito de sociedade em rede, de Manuel Castells, procura-se resgatar o contexto sócio-econômico-político em que se operam essas transformações que, por sua vez, poderão estar a promover uma nova concepção do papel do jornalismo e do jornalista na sociedade da era do Tempo Real.

**Palavras-chave**

Jornalismo – Tecnologias - Informação

## Introdução

A transição para o século XXI revela-nos mais claramente uma configuração social em emergência – a sociedade em rede, ou sociedade informacional, conforme definição de Castells, (2000). Tal configuração resulta, segundo o autor, da combinação de dois fatores que passam a atuar simultanea e complementarmente sobre as sociedades nas últimas décadas do século XX: a revolução das tecnologias da informação a partir dos anos 70 e a reestruturação do capitalismo, a partir dos anos 80. Ambos os fenômenos são de âmbito mundial e atingem, com maior ou menor intensidade, todos os países, independentemente de suas características singulares.

Dentre as muitas transformações que a nova configuração social vem provocando nos mais diversos setores da vida em sociedade, podemos observar uma verdadeira revolução no campo dos meios de comunicação de massa. Em razão disso, nosso objetivo neste estudo é refletir sobre as transformações que vêm se operando no jornalismo e nas empresas jornalísticas, determinadas pela convergência tecnológica e financeira que caracteriza o momento atual das empresas que editam os principais órgãos de informação do Brasil.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Para a consecução desse objetivo, através de pesquisa bibliográfica com finalidade exploratória, procurar-se-á definir e caracterizar o novo cenário de atuação das empresas jornalísticas – a sociedade em rede -, relacionar algumas das transformações por que passa o jornalismo contemporâneo, especialmente com o advento da rede mundial de computadores (Internet) e, por fim, refletir sobre o papel do jornalismo e dos jornalistas nessa nova ordem social.

Essas reflexões justificam-se pelo fato de os meios de comunicação se constituírem, contemporaneamente, um dos principais instrumentos de construção da imagem da realidade social. Ao recortar essa realidade, atualizá-la e apresentá-la ao público com foro de verdade, quaisquer mudanças que ocorram no processo de captação, produção e difusão de notícias, por exemplo, tem implicações sobre a percepção do público acerca dessa realidade. A tendência atual, de transformação dos acontecimentos-notícia - ou seja, do que é factual e matéria-prima do jornalismo - em espetáculo, em show, na mesma medida em que o ficcional se parece cada vez mais com a realidade, coloca-nos diante de um cenário em que essa realidade apreendida pelos olhos da mídia descortina-se em limites muito difusos. A perspectiva de análise em que se desenvolvem estas reflexões circunscreve-se, pois, ao âmbito da hipótese que, em oposição à “Teoria do Espelho”<sup>1</sup>, acredita que a mídia não reflete a realidade, mas a (re)constrói.

#### A configuração social emergente

Dentre os muitos acontecimentos de importância histórica que a humanidade está vivenciando nesta transição para o século XXI, identifica-se a emergência mundial de uma nova estrutura social a que Manuel Castells, geógrafo urbano de nacionalidade espanhola, ao concluir exaustiva pesquisa sobre a dinâmica econômica e social da contemporaneidade, chama de sociedade informacional, ou pós-industrial, ou ainda “sociedade em rede” (Castells, 2000).

---

<sup>1</sup> Teoria jornalística que sustenta a hipótese de que as notícias são o que são porque a realidade assim as determina. O jornalismo, assim, é visto como o espelho da realidade. (Traquina, 2001).

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Essa nova configuração social resulta, conforme sua análise, da articulação de dois fatores fundamentais: de uma revolução nas tecnologias da informação, o que permite remodelar a base material da sociedade em ritmo acelerado; e a reestruturação do capitalismo, o que permite flexibilidade de gerenciamento, descentralização das empresas, fortalecimento do capital em relação ao trabalho, intervenção estatal para desregular os mercados de forma seletiva e o aumento da concorrência econômica, entre outras características.

A revolução das tecnologias da informação, sistema tecnológico em que todas as sociedades estariam imersas nos anos 90, nasceu, segundo o autor, na década de 70, nos Estados Unidos (na Califórnia, mais precisamente no Vale do Silício), período em que todas as tecnologias básicas de informação, embora baseadas em conhecimentos já existentes, representaram um salto qualitativo na difusão maciça da tecnologia em aplicações comerciais e civis, devido à sua facilidade de acesso, baixo custo e maior qualidade.

Por outro lado, na década de 80, o capitalismo passa por um processo substancial de reestruturação organizacional e econômica no qual as novas tecnologias da informação exerceram um papel fundamental e decisivo. Segundo Castells (2000), o movimento empresarial que conduziu à desregulamentação e à liberalização da década de 80 foi decisivo para reorganizar o crescimento das telecomunicações. Enquanto isso, a disponibilidade de novas redes de telecomunicações e de sistemas de informações preparou terreno para a integração global dos mercados financeiros e a articulação segmentada da produção e do comércio mundial. A disponibilidade de novas tecnologias, constituídas como um sistema na década de 70, serviu de base para a reestruturação socioeconômica dos anos 80. E a utilização dessas tecnologias na década de 80 condicionou em grande parte, salienta o autor, seus usos e trajetórias na década de 90.

Em razão disso, Castells sustenta a hipótese do surgimento de uma nova configuração social, que ele vai chamar de sociedade em rede, um processo que não pode ser entendido, na sua avaliação, sem a interação entre essas duas tendências relativamente autônomas: o desenvolvimento das novas tecnologias da informação e a tentativa da



antiga sociedade de se reaparelhar com o uso do poder da tecnologia do poder. Assim ele descreve a sociedade em rede:

Rede é um conjunto de nós interconectados. Nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta. Concretamente, o que um nó é depende do tipo de redes concretas de que falamos. São mercados de bolsas de valores e suas centrais de serviços auxiliares avançados na rede dos fluxos financeiros globais. São conselhos nacionais de ministros e comissários europeus da rede política que governa a União Européia. São campos de coca e de papoula, laboratórios clandestinos, pistas de aterrissagem secretas, gangues de rua e instituições financeiras para lavagem de dinheiro, na rede de tráfico de drogas que invade as economias, sociedades e Estados no mundo inteiro. São sistemas de televisão, estúdios de entretenimento, meios de computação gráfica, equipes para cobertura jornalística e equipamentos móveis gerando, transmitindo e recebendo sinais na rede global da nova mídia no âmago da expressão cultural e da opinião pública, na era da informação. (Castells, 2000, p. 498)

**O paradigma da tecnologia da informação apresenta características que lhe são particulares. Segundo Castells (2000), a primeira característica é que a informação é sua matéria-prima: são tecnologias para agir sobre a informação. A segunda característica identificada por ele se refere à penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias. Como a informação é uma parte integral de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente moldados pelo novo meio tecnológico.**

**A terceira característica refere-se à *lógica* de redes em qualquer sistema ou conjunto de relações. A morfologia da rede parece estar bem adaptada à crescente complexidade de interação e aos modelos imprevisíveis do desenvolvimento derivado do poder criativo dessa interação. A rede agora pode ser implementada materialmente em todos os tipos de processos e organizações graças a recentes tecnologias da informação.**

**A quarta característica refere-se ao *sistema* de redes. O paradigma da tecnologia da informação é baseado na flexibilidade. Não apenas os processos são reversíveis, mas organizações e instituições podem ser modificadas e até mesmo alteradas pela reorganização de seus componentes. O que distingue a configuração do novo paradigma tecnológico é sua capacidade de reconfiguração. As redes são**



**criadas não apenas para comunicar, mas para ganhar posições, para melhorar a comunicação.**

**Uma quinta característica da revolução tecnológica é a crescente convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado, no qual trajetórias tecnológicas antigas ficam literalmente impossíveis de se distinguir em separado. Assim, a microeletrônica, as telecomunicações, a optoeletrônica e os computadores são todos integrados nos sistemas de informação. A convergência tecnológica transforma-se em uma interdependência crescente entre as revoluções em biologia e microeletrônica. Avanços decisivos em pesquisas biológicas, como a identificação de genes humanos e segmentos do DNA, só conseguem seguir adiante por causa do grande poder da informática. O atual processo de convergência entre diferentes campos tecnológicos no paradigma da informação resulta de sua lógica compartilhada na geração da informação.**

**Castells (2000) observa, ainda, que o fator histórico mais decisivo para a aceleração, encaminhamento e formação do paradigma da tecnologia da informação e para a indução das suas conseqüentes formas sociais “foi/é o processo de reestruturação capitalista, empreendido desde os anos 80, de modo que o novo sistema econômico e tecnológico pode ser caracterizado como *capitalismo informacional*.” (Castells, 2000, p.36). O autor alerta ainda para o fato de que, embora a reestruturação do capitalismo e a difusão do informacionalismo fossem processos inseparáveis em escala global, as sociedades agiram/reagiram a esses processos de formas diferentes, conforme a especificidade de sua história, cultura e instituições. Segundo ele, Japão, Espanha, China, Estados Unidos e Brasil são e serão sociedades informacionais, porque os principais processos de geração de conhecimentos, produtividade econômica, poder político/militar e a comunicação via mídia já estão profundamente transformados pelo paradigma informacional e conectados às redes globais de riqueza, poder e símbolos que funcionam sob essa lógica. Portanto, todas as sociedades são afetadas pelo capitalismo e pelo informacionalismo, e muitas delas já são informacionais, embora de tipos**



**diferentes, em diferentes cenários e com expressões culturais/institucionais específicas.**

## **2 Empresas jornalísticas: “usinas de informação” na rede**

**A sociedade em rede provoca mudanças nas empresas editoras de jornais. A necessidade de atrair grande volume de capitais para investir na estrutura de mega-empresendimentos vem transformando o perfil das empresas da mídia tradicional. Coerente com a lógica do capitalismo mundial, o novo capital das empresas é transnacional e de distintas origens: tanto pode vir da chamada nova economia quanto do mercado financeiro ou de qualquer outro setor interessado na obtenção de lucros, a quem não interessa a natureza do negócio. O novo perfil do capitalismo mundial, aliado às novas tecnologias da informação, leva as empresas de comunicação a um duplo processo de convergência: tecnológica e financeira.**

**Ao analisar os impactos do processo de globalização nas indústrias culturais latino-americanas, particularmente no âmbito da indústria da televisão no Brasil e na Argentina, Santos (1999), em pesquisa sobre a aquisição da Companhia Riograndense de Telecomunicações (CRT) pela Rede Brasil Sul (RBS), companhia telefônica e empresa de comunicação, respectivamente (organizações tradicionais no estado do Rio Grande do Sul), chama a atenção para o processo de convergência característico dessa fase de expansão e reestruturação mundial do capitalismo.**

**A pesquisadora analisa a questão local compreendendo tratar-se de um processo de convergência de dupla natureza. De um lado, a convergência tecnológica, necessária à expansão dos negócios de uma e outra organização – uma que produz conteúdos (RBS) e a outra (CRT) que passa a ser necessária para transportar esses conteúdos para além dos limites geográficos até então circunscritos ao estado sulino. Essa convergência não se restringe à questão tecnológica e passa a significar também a convergência de capitais. Isso quer dizer que o capital das novas organizações de comunicação não se origina mais apenas nas empresas tradicionais do ramo, mas nos mais diversos setores da economia,**



**fundamentalmente do mercado financeiro, o grande e estratégico setor, por excelência, da fase mais recente do capitalismo internacional. O que se verifica é um movimento constante de direcionamento, de fluxo dos investimentos de qualquer área, da tradicional ou da nova economia, para aqueles segmentos de mercado que apresentam melhores perspectivas de expansão e rentabilidade.**

**O case analisado por Santos (1999) é um entre tantos com características semelhantes ocorridos na América Latina no final dos anos 80 e ao longo da década de 90, especialmente depois que Argentina e Chile, antes do Brasil, promoveram a chamada abertura das suas economias e, para melhor integrá-las ao mercado mundial, procederam a uma série de reformas institucionais visando a estabelecer um novo tipo de regulamentação para os sistemas de comunicações. Essas reformas, que se consubstanciaram até mesmo em mudanças nas constituições dos respectivos países, como foi o caso do Brasil, certamente foram contingências impostas pelo processo de reestruturação capitalista, de forma a flexibilizar e a facilitar os interesses do capital internacional em áreas mantidas até então, na maior parte dos casos, como monopólios de estado.**

**A propósito, Jambeiro (2000) diz que, nos dias atuais, os estados nacionais estão sob crescente pressão para re-regulamentar as indústrias culturais de maneira mais flexível, seguindo a onda mundial de desregulamentação das atividades econômicas.**

**O autor também compartilha da certeza de que essa situação já atingiu praticamente todas as regiões do mundo. Segundo ele, na medida em que a expansão internacional do capitalismo atingiu mortalmente o chamado “socialismo real”, os grupos econômicos que vinham pressionando os governos nacionais pela desregulamentação e pela privatização da indústria das comunicações fortaleceram-se e passaram a atuar mais agressivamente. “Privatização, conglomeração e transnacionalização do negócio das comunicações tornaram-se tendências aparentemente incontroláveis. Em conseqüência, a economia política dos *mídia* e da cultura de massa passou a sofrer dramáticas mudanças,**



particularmente com relação à composição do capital, estratégias de ampliação de mercados e controle das empresas do setor” (Jambeiro, 2000. p.20).

O caso brasileiro, por ser recente, ainda está presente na memória de todos. A CRT foi a primeira companhia telefônica do País a ser privatizada e, dentro desse espírito de convergência tecnológica e financeira, foi adquirida, num primeiro momento, por uma empresa que até então atuava tradicionalmente no ramo das indústrias culturais (rádio, tv e jornal), mas que se encontrava numa fase de expansão dos negócios e via na privatização das telecomunicações um momento oportuno para a consecução desse objetivo. Os investimentos em tv a cabo e numa companhia de linhas telefônicas que viabilizasse um provedor de acesso à Internet faziam parte de uma estratégia de crescimento. A venda da estatal, por sua vez, só foi possível pela anterior flexibilização da legislação brasileira, quando o Congresso Nacional, através de emenda à Constituição de 1988, autorizou a quebra do monopólio das telecomunicações. E o negócio viabilizou-se através de uma associação da empresa gaúcha com um grupo empresarial espanhol. Depois da experiência pioneira do Rio Grande do Sul, todas as demais companhias telefônicas do Brasil, incluindo-se a Embratel, foram privatizadas e adquiridas por grupos econômicos cujo capital tem as mais diversas origens.

Mais recentemente, no final do ano legislativo de 2001, o Congresso Nacional brasileiro começou a votar nova alteração na Constituição de 1988, desta vez para permitir a entrada de capital estrangeiro na composição acionária das empresas de comunicação. A permissão, quando e se aprovada, será certamente um novo marco histórico no desenvolvimento da indústria jornalística, comparável em importância e significado ao que ocorreu na década de 70, com a consolidação da indústria cultural no Brasil. O fato apenas confirma a tese de que as empresas de comunicação brasileiras vivenciam plenamente a era da sociedade em rede, caminhando aceleradamente para as fusões e associações com grupos internacionais, processo que Castells já havia identificado.

**Há muito poucos países no mundo, com exceção da China, Cingapura e o mundo islâmico fundamentalista, em que a estrutura institucional**



**e comercial da mídia não tenha passado por mudanças drásticas entre meados da década de 80 e meados dos anos 90. (...) Os jornais concentraram-se em grandes consórcios, muitas vezes com o apoio de grupos financeiros. E, além disso, a mídia passou a ser global, contando com capital, talentos, tecnologia e envolvimento de grandes empresas em todo o mundo, fora do alcance dos Estados-Nação. (Castells, 200, p.299).**

**As transformações na composição e na estrutura das empresas jornalísticas transformam igualmente a natureza dos jornais. De meio de comunicação de massa destinado ao aprofundamento das informações de atualidade, à análise, ao comentário, eles vão se transformando gradativamente em produtos fragmentados em muitos cadernos, suplementos e seções voltados para públicos específicos, cujos conteúdos de relevo são a prestação de serviços e o entretenimento. Os jornais estão se transformando em “usinas de informação”, um modelo em que prevalece a quantidade e a atualidade em detrimento da contextualização.**

**A idéia de jornal como “usina de informação”, conforme Brandão, citada por Adghirni (2001), está associada ao declínio do conceito de notícia em favor do conceito de informação, termo largamente adotado no jornalismo econômico e nos sistemas *on line* e em tempo real. Segundo a autora, a expressão ‘informação’ traduz uma concepção e um modo de fazer jornalismo totalmente voltado para o mercado e às necessidades do ‘cliente’ ou do ‘usuário’ (novas denominações do leitor de notícias).**

**No entanto, a prevalência do Tempo Real, que permite a atualização das informações ao ritmo da Internet, e a adaptação das empresas a esse ritmo, semelhante ao de uma usina, conforme Adghirni (2001), é um processo não exatamente recente, mas que remete a cerca de duas décadas. Conforme a autora, o processo resulta da influência de professores da Universidade de Navarra, Espanha, contratados pelos principais jornais do Brasil, na década de 80, para consultoria. Esses professores teriam introduzido a noção de jornal como “usina de informação”. De acordo com essa concepção, os jornais são “informadutos”, canais de informação que irrigam o tecido social de forma semelhante aos gasodutos e oleodutos, que abastecem as cidades de energia.**



**Por essa perspectiva, as empresas jornalísticas devem se transformar em usina de informação, produzindo produtos para atender a demanda dos mais diversos públicos. A partir daí, conclui Adghirni, as empresas que já tinham se consolidado como indústria cultural passaram a oferecer serviços especializados, tipo agências de notícias, alimentando com informação não apenas o próprio jornal, mas também seus clientes externos.**

**Como antecipamos na introdução, nosso objetivo neste trabalho, depois de descrever algumas das características de um novo cenário mundial em emergência, é discorrer sobre algumas das transformações que, em função das características da nova ordem social, vêm se operando no jornalismo brasileiro. E refletir sobre essas transformações que contêm implicações sobre as rotinas de produção, sobre a regulamentação do trabalho, sobre competência técnico-profissional e sobre o próprio conceito de jornalismo. Em consequência, sobre o papel do jornalista na sociedade.**

### 3 As transformações no jornalismo

**Por conta das transformações impostas pela reestruturação mundial do capitalismo e da revolução no campo das tecnologias da informação, as empresas jornalísticas, assim como os todos os demais segmentos da economia, tiveram de se estruturar de forma a atuar num mercado não mais restrito às fronteiras do Estado Nacional, mas de dimensões globais. As novas tecnologias são decisivas para o rompimento dessas fronteiras. E os anos 90 foram marcados pelo desenvolvimento sem precedentes das comunicações *on line*.**

**A propósito, Bastos (2000) diz que o crescimento da Internet e dos serviços comerciais *on line*, assim como a crescente capacidade das telecomunicações e a velocidade dos *modems* e dos computadores pessoais, fizeram com que as empresas do ramo do jornalismo vissem na Internet uma nova oportunidade para veicularem seus conteúdos, tirando partido das potencialidades da publicação eletrônica na rede mundial de computadores. Isso significa que a Internet começava a ser percebida como um meio dotado de certas qualidades sem paralelo**



**em relação às mídias tradicionais. “Não apenas é personalizada como também imediata, interativa e atractiva, enquanto a maioria dos jornais não o são. Mesmo os jornais continuam a ser publicados apenas uma vez por dia, baseados em informações largamente recolhidas no dia anterior e só actualizada no dia seguinte”. (Bastos, 2000, p.106).**

**Além disso, conforme o autor, fatores econômicos tiveram peso preponderante no investimento na nova mídia, uma vez que os jornais em geral enfrentam uma generalizada estagnação. Uma estagnação não verificada no Brasil, onde as empresas jornalísticas vêm experimentando período de crescimento nos últimos anos. Dados do Relatório de Atividades da Associação Nacional dos Jornais, citados por Adghirni (2001), referentes ao período 1998-2000, revelam que as tiragens dos jornais brasileiros aumentaram 69,43% desde 1990. O mercado publicitário vem acompanhando esse crescimento e os investimentos, também.**

**As mudanças que se operam a partir da segunda metade da década de 90, significam, numa avaliação preliminar, um segundo momento no processo de subordinação da mensagem jornalística à lógica do capital. O primeiro momento seria, conforme a tese de Taschner (1992), o que introduz a lógica da indústria cultural, fenômeno que se desencadeia na imprensa brasileira a partir da década de 70. Mas esse não é o foco de nossa atenção por ora.**

**A fase atual de reestruturação das empresas, assim como na fase anterior (a da introdução da lógica da indústria cultural), leva a transformações no jornalismo, a mudanças paradigmáticas que demandam uma reflexão mais criteriosa em razão das implicações éticas que carregam consigo.**

**Como ponto de inflexão, o advento da rede mundial de computadores é central para refletirmos sobre as mudanças que vêm ocorrendo no jornalismo nos últimos anos. Porque é a introdução dos recursos possibilitados pelas novas tecnologias da informação que vão provocar uma verdadeira revolução no processo de produção, difusão, circulação e consumo das informações de atualidade, a matéria-prima dos jornais e dos jornalistas.**



Conforme Bastos (2000), a presença de versões eletrônicas dos jornais tradicionais (de papel) na Internet acentuou-se particularmente entre os anos de 1994 e 1997. No Brasil, conforme Adghirni (2001), o primeiro periódico a ingressar na Web foi o Jornal do Brasil, com uma reprodução da edição impressa. A partir da experiência do JB, todos os demais passaram a ter edições *on line*. Gradativamente, as versões eletrônicas foram se descolando das versões em papel e adquirindo autonomia. Nesse curto espaço de tempo, contado a partir de 1995, uma verdadeira revolução vem se operando, com alterações profundas nas rotinas de produção e no próprio estatuto do jornalismo enquanto instituição.

### 3.1 As rotinas impostas pelo Tempo Real

Para entender as mudanças nas rotinas de produção dos jornalistas em geral é preciso levar em conta a idéia de Tempo Real (TR), que se impõe com a necessidade de permanente atualização das matérias disponibilizadas *on line*. O caráter multimídia dessas publicações faz com que os jornalistas tenham de produzir informações para veiculação simultânea em vários suportes (rádio, tv, jornal e internet).

A atualização constante (com periodicidade marcada por minutos e até segundos), obsessão entre os concorrentes, faz com que a nova mídia jornalística se pareça cada vez mais com as agências de notícias. Estas – as notícias - vão sendo construídas aos poucos, com o acréscimo de informações à medida que a apuração avança, consolidando-se apenas no final do dia. A consequência mais imediata desse tipo de produção é a ausência da análise, da interpretação, além da pouca preocupação com o contexto em que se geram os eventos-notícia.

O conceito de Tempo Real no jornalismo brasileiro, segundo Adghirni (2001) surgiu com a Agência Broadcast, do grupo O Estado de São Paulo, que, em 1991, passou a produzir informações econômicas e financeiras para uma carteira de clientes especiais. A idéia, segundo a autora, teria sido inspirada na experiência da agência britânica Reuters. Nesse tipo de informação, o fundamental é a atualização, medida em minutos e até em segundos.



A autora observa que a “febre” do “tempo real” tem suas origens na instabilidade econômica do país, quando os agentes econômicos precisavam ser informados rapidamente sobre o que se passava na área financeira para tomar decisões. Por outro lado, a própria equipe econômica do governo servia-se das agências de notícias para testar a receptividade desses agentes sobre algumas medidas a serem adotadas. Esse quadro se desenha no início da década de 90. Com a popularização da Internet e a criação do sistema www, praticamente todos os jornais brasileiros passam a ter edições *on line* e a medir forças quanto à capacidade de atualizar mais rapidamente as informações.

Adghirni (2001) sustenta que esse modelo de jornalismo transforma as rotinas de produção, na medida em que tanto repórteres quanto fontes passam a alimentar os *sites* de notícias em fluxo contínuo. Em 2001, segundo a autora, a média de atualização das notícias no Brasil era de quatro minutos.

Entre as conseqüências mais imediatas que se podem apontar desse modelo está a submissão dos jornalistas ao que a autora define como “rotinas infernais” e a uma precarização da atividade profissional: longas jornadas de trabalho (de 12h ou mais), concorrência obsessiva pela atualização (múltiplos horários de fechamento) e renúncia ao papel de mediador, de intérprete da realidade, que tradicionalmente define a função do jornalista. Para completar esse quadro, os profissionais precisam enfrentar o desafio de novas competências técnicas e a concorrência com profissionais de outras áreas numa área até então legalmente regulamentada e privativa de jornalistas.

Sobre a estrutura e as novas competências, Bastos (2000) diz que a forma de organizar uma redação digital é uma das questões ainda indefinidas com que se deparam os jornais eletrônicos ao encontrarem um lugar durável no ciberespaço. O número adicional de jornalistas para a edição eletrônica ainda é incerto, assim como o nível de conhecimentos e experiência que devem ter. “(...) As empresas vêm-se confrontadas com a necessidade de conferir um estatuto profissional próprio a editores cuja tarefa é converter as notícias do jornal impresso para o



formato *on line*, e a pesquisadores de informação, que são mais documentalistas mas por vezes menos que repórteres”, explica. (Bastos, 2000, p.111).

Ainda quanto às novas competências, o autor observa que o perfil do novo jornalista ainda não está totalmente definido. Mas identifica a emergência de “um homem de sete instrumentos”. Citando Bardoel, lembra que ao novo jornalista cabe a tarefa de explorar e desenvolver serviços informativos relevantes e rentáveis. Para isso, necessita de conhecimentos relacionados à tecnologia e à computação gráfica e, de igual modo, deverá dominar as ferramentas necessárias à apresentação de informação compacta e seqüencial através de menus e “árvores de pesquisa”. Dessa forma, completa, “jornalismo e marketing terão mais a ver um com o outro do que aquilo que muitos vigilantes da imprensa desejariam.” (Bastos, 2000, p.129).

O “tempo real” do jornalismo é a expressão do “tempo comprimido” da sociedade em rede de que fala Castells (2000). No seu estudo sobre a configuração social que serve de *locus* para o tipo de jornalismo que estamos a analisar, o autor sustenta que o tempo em vigor na nova estrutural é um tempo como fonte de valor. É a mistura de tempos para criar um universo eterno, um tempo intemporal. Essa transformação do tempo não diz respeito a todos os processos, agrupamentos sociais e territórios das sociedades, embora afete todo o planeta, mas é a forma dominante emergente do tempo social da sociedade em rede. O mundo do jornalismo e dos jornalistas submetidos à pressão do “tempo real”, certamente, está incluído entre os setores sociais que constituem um dos nós dessa sociedade em rede que o pesquisador procura desvendar. Até porque, nesse novo conceito de tempo encontram-se também as explicações para a flexibilidade das jornadas de trabalho e para a constituição de empresas-rede e todas as suas novas contingências.

Na medida em que o tempo de atualização das informações torna-se mais importante que o aprofundamento e a contextualização dos acontecimentos-notícia, deparamo-nos, nesse novo modelo de jornalismo, com a primazia absoluta da informação em si, uma informação direta da fonte (banco de dados, instituições,



organizações não-jornalísticas, etc.), sem intermediários, até o “usuário”, ou “consumidor”. O trabalho do repórter ou do editor do jornal *on line* restringe-se, muitas vezes, ao ato mecânico do “copiar-colar”, sem a etapa prévia de levantamento, apuração e cruzamento das informações junto às fontes, confrontando os mais diferentes pontos de vista. O texto jornalístico reduz-se a um despacho telegráfico, curto, objetivo, informativo e desprovido de qualquer interferência do autor. A informação, aliás, confunde-se com a prestação de serviços (previsão do tempo, índices das bolsas, cotações do mercado financeiro, condições do trânsito, programação cultural, prazos para pagamentos de impostos, etc.). E os jornais parecem-se cada vez mais com uma “usina de informações”.

### 3.2 Jornalista: de mediador a produtor de conteúdos

Esse novo cenário, resultante da tripla combinação de fatores como reestruturação do capitalismo, novas tecnologias da informação e conceitos pós-modernos como o da transparência, certamente estão a produzir mudanças fundamentais na própria concepção de jornalismo e, conseqüentemente, sobre o papel a ser desempenhado na estrutura social.

Tradicionalmente, à medida que se foi constituindo historicamente, que sua atividade foi adquirindo um estatuto profissional, um conceito, a representação do jornalista na sociedade é a de um mediador, um intérprete da realidade. Muitos o incluem até na categoria de intelectuais, porque, conforme Kunczik (1997), a categoria dos intelectuais, em sentido restrito, inclui os membros das profissões que se preocupam com a produção dos valores intelectuais independentes, como os jornalistas, poetas, escritores, pintores, músicos, atores, diretores, homens de letras, editores, humoristas, etc.

A condição de mediador, segundo Langenbucher, citado por Kunczik (1997), seria o principal papel do jornalista numa sociedade democrática, cuja tarefa seria a de facilitador da mútua comunicação entre os diferentes grupos da sociedade.

Esse papel intelectual de mediador no processo de interlocução entre os mais diversos grupos sociais é que vem sendo alterado no campo jornalístico da era da



**sociedade informacional. As novas rotinas de trabalho, a precarização profissional e as novas competências técnicas que lhe são exigidas, estão levando os jornalistas a renunciar a essa condição para se transformar em meros “produtores de conteúdos”.**

**A definição do jornalista como “produtor de conteúdos” vem sem formulada por Adghirni na tentativa de identificar o perfil do profissional que está se constituindo na realidade do novo jornalismo. “Assim como a Internet aboliu as fronteiras do tempo e do espaço, o novo mercado de produção de notícias quer abolir a figura do jornalista. Ele se chama agora ‘operador de internet’ ou ‘produtor de conteúdos’ (...).” (Adghirni, 2001, p. 53). Crítica quanto a esse perfil, a pesquisadora observa ainda que, por conta desse novo papel – o de mero produtor de conteúdos -, o mercado de trabalho, legalmente estabelecido e regulamentado, vem sendo invadido por profissionais não-jornalistas. Essa é uma realidade observável, segundo a autora, principalmente nos *sites* independentes ou alternativos, que se abastecem de informação nos *sites* jornalísticos de empresas consolidadas. Neste caso, o que vale é o “copiar-colar”, a pirataria, o sugar trabalho de profissionais sem pagar direito autoral ou de reprodução.**

**Essa transformação do jornalista-mediador em mero produtor de conteúdos, além de denunciar a renúncia à condição de intelectual, que tradicionalmente exercia na sociedade, também contribui para a precarização profissional. Marcondes Filho reconhece essa precarização e também a atribui ao processo de informatização da atividade:**

**O trabalho aumentou, o contingente foi reduzido, as responsabilidades se tornaram mais individuais. Aos poucos a mística do *contrapoder* se esvai. Chantageado pelo desemprego, os jornalistas de posição intermediária na empresa e os precários (frilas, repórteres-redatores, focas) perdem rapidamente de vista o fascínio da profissão. Mas não só eles: mesmo tarimbados jornalistas de informação política e geral estão reconhecendo o recuo de seu prestígio: primeiro a tv tem de noticiar para despertar interesse na notícia, depois é que eles podem aspirar a serem lidos. (Marcondes Filho, 2000, p. 58).**



**Complementando, o autor diz ainda que o fato de o escândalo Mônica Lewinski ter surgido na Internet pela ação de um não-jornalista reforça a tese de que “qualquer um” pode exercer a profissão, já que as especializações, as análises e os comentários estão em declínio.**

**Para combater essa visão de que “qualquer um” pode, Adghirni lembra que o produtor de conteúdos não-jornalista não poderá jamais substituir o jornalista, porque eles não jogam no mesmo campo. Segundo observa, os produtores de conteúdo se alimentam de matérias requentadas, de *flashes* que copiam de outros *sites* ou portais, de informação de segunda ou de terceira mão, sem jamais se deslocar pessoalmente ou se comunicar diretamente por telefone com a fonte ou as fontes de informação. O produtor de conteúdo trabalha, assim, com fatos brutos, *news*, sem comentário nem exercício de estilo.**

**Um jornalista, ao contrário, seja ele da Internet ou da mídia tradicional, não se contenta em difundir uma notícia. Ele a decompõe, coloca-a em perspectiva, compara-a a outros fatos da atualidade. O essencial do trabalho do jornalista permanece o mesmo: coletar a informação e divulgá-la da maneira mais justa, mais honesta e mais responsável possível dando ao leitor os fatos contextualizados e ponderados. (Adghirni, 2001, p. 55).**

**É por isso que a autora, crítica quanto à tendência atual que privilegia a informação, acredita que o jornalista, apesar de tudo, estará sempre presente, na rede e que a concorrência dos produtores de conteúdos amadores permanecerá marginal. “Os consumidores de informação precisam de referência para acompanhar a atualidade. Eles precisam ter confiança em uma marca, um nome, um título, para não precisar checar a informação que recebem. Checar informação antes de publicar é trabalho de jornalista.” (Adghirni, 2001, p. 55).**

4 Novo mito: mais informação, mais realidade

**Sobre esse jornalismo herdeiro do culto à Internet, Bretton (2000) diz que o modelo obedece à ideologia da transparência. O culto à rede mundial de computadores, segundo o autor, parte de uma visão de mundo em que prevalece a idéia de que a realidade, a verdade, encontra-se na informação. Nessa perspectiva,**

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



**enxergar a informação por trás da aparência das coisas e dos seres é ver a realidade. Assim, a informação é, concomitantemente, aquilo que se utiliza concretamente quando se comunica e o objetivo final a ser alcançado. Isso constitui, na sua avaliação, uma crença, uma nova religiosidade que almeja a construção de uma nova sociedade – a sociedade mundial da informação -, um mundo transparente a si próprio, que reduz a violência e representa o ideal derradeiro de civilização. A noção de transparência é, portanto, essencial.**

**Do ponto de vista filosófico, a desqualificação dos jornalistas como mediadores, como intérpretes da realidade atual, é coerente com o ideal de transparência e de livre circulação das informações na mídia. Esse ideal de transparência, conforme Bretton, implica que se diminuam e sejam enfim suspensos quaisquer obstáculos que significam os jornais e os jornalistas para a clareza dos fatos. Mais que ganhar prêmios, o que interessa mesmo, nessa visão, é acrescentar um número cada vez maior de conexões em seus *sites* de Internet. “O objetivo, conforme os cânones da nova religiosidade, é ‘favorecer a interatividade’.” (Bretton, 2000, p. 9). O autor acredita que, dessa forma, nesse novo modelo de jornalismo, o jornalista como mediador é chamado a desaparecer, porque o desenvolvimento das técnicas de vigilância do espaço público permite a cada um ver o real diretamente, sem intermediários.**

**A ideologia da transparência de que fala Bretton não é a mesma fundadora do mito da transparência que se constrói a partir da Revolução Francesa (1789), evento histórico do qual o jornalismo seria filho legítimo. “(...) A Revolução Francesa, símbolo da queda de regimes monárquicos e poder aristocrático, foi também, ao mesmo tempo, a conquista do direito à informação” (Marcondes Filho, 2000, p.10). O ideal de transparência da ideologia das Luzes é o que vai permitir aos jornalistas, de 1789 até a metade do século XIX, “procurar, explorar, vasculhar, virar de pernas para o ar, até mesmo profanar, no interesse da notícia” (Marcondes Filho, 2000, p. 11).**

**Apesar de compreender o conceito de transparência no jornalismo de forma distinta, provavelmente por partir de diferente perspectiva histórica como critério**



para a análise, Marcondes Filho (2000) parece compartilhar da crítica de Bretton. Segundo ele, a partir dos anos 80, com a introdução da informatização em todos os campos da sociedade, termina a chamada Era da Modernidade, em que o humanismo era o valor principal e a luta por uma utopia social ocupava o centro dos confrontos políticos. Os tempos que se seguem, conforme o autor, não apresentam mais o confronto estrutural entre capitalismo e socialismo e, em seu lugar, instala-se o regime econômico-social do neoliberalismo. Nesse quadro, acredita que a ideologia da transparência é o único horizonte possível para a imprensa.

(...) O que importa hoje, em termos de jornalismo, é ‘ver claramente a realidade, o sentido’, isto é: bom é tudo aquilo que é diáfano, translúcido, visível; todos os espaços, territórios, processos que se deixam ver. Na origem está a idéia do panóptico, de Bentham, um sistema de vigilância das instituições presidiárias, em que cada preso seria observado permanentemente. O mesmo princípio encontra-se na ficção *1984*, de George Orwell. (Marcondes Filho, 2000, p. 112).

Ainda conforme o autor acima referido, as transformações - ou descaracterização, ou decadência - da atividade jornalística estão relacionadas com a crise da cultura ocidental, porque o jornalismo é a expressão física de um espírito e reflete a aventura da modernidade, é a síntese do espírito moderno. Em razão disso, seu processo de desintegração, ou de enfraquecimento, é um sintoma de mudança dos tempos e dos espíritos. Marcondes Filho acredita que estamos mudando para um época semelhante àquilo que Nietzsche definia como época fraca, decadente, niilista.

Por conta da “ideologia da transparência” que prevalece no jornalismo destes novos tempos, final do século XX e princípio do século XXI, transformada de seu sentido original, moderno, ou do mito de que quanto maior a quantidade de informações, mais próxima a verdade, é que o jornalismo está perdendo a noção dos limites entre a ficção e a realidade. As notícias (ou informações), fiéis a essa perspectiva e subordinadas aos interesses comerciais das empresas, tendem a ser construídas da forma mais atraente para o “usuário da informação”. A característica de “interesse público” é substituída pela de “interesse do público”.



**Assim se constroem ou se destroem reputações, invadem-se vidas privadas e se mercantilizam ao extremo a violência e a miséria. A realidade social, de onde o jornalismo extrai os acontecimentos e, mediante determinados critérios de seleção, transforma em notícia, é vendida ao “consumidor” (leitor, telespectador, ouvinte, internauta) carregada do que ela tem de espetacular, de inusitado, construindo-se uma representação da realidade igualmente espetacular, semelhante à ficção. Uma realidade que só ganhará esse estatuto, entretanto, na medida em que for reproduzida, reconstruída, legitimada pela mídia. Se não for reconhecida e apreendida pela mídia, não terá adquirido a condição de real e passará ao rol dos acontecimentos sem significado, sem existência relevante.**

Os jornais, por sua vez, deixam de ser um importante instrumento de constituição de uma opinião forjada na esfera pública para se restringir à condição de mais um produto no mercado de bens para consumo simbólico. Marcondes Filho (2000) complementa a crítica argumentando que a ideologia da transparência é a resposta atualizada do jornalismo aos novos tempos de “visibilidade total”. Não importa mais a concepção política, a ideologia, as idéias. Tudo é neutralizado pela informação gratuita, volumosa, massacrante, na qual cada um pode falar o que quiser, sem prejudicar ninguém. “Nessa cruzada pela ‘limpeza dos obstáculos à verificação’, a bandeira do jornalismo – sua última – é pela conformidade de todos ao regime da transparência, pelo fim do segredo e da alteridade”. (Marcondes Filho, 2000, p. 112). Confirma-se, assim, para essa perspectiva, que a verdade está na informação, obtida de preferência em seu estado bruto, sem intermediários, sem interpretações. E se, nos dias atuais, prevalece o paradigma da máxima informação, da mesma forma vivencia-se uma ilusão da realidade, quando se acredita que só é real aquilo que os meios de comunicação, particularmente os jornais, nos afiançam tratar-se da verdade.

Conclusão

**Nosso objetivo no presente trabalho, como antecipado na sua introdução, foi fazer uma primeira reflexão, ainda exploratória, sobre o novo modelo de**



**jornalismo que parece estar se configurando neste início de século XXI. Para isso, primeiramente procuramos compreender as transformações que vêm ocorrendo nas sociedades contemporâneas, em escala global, para se ter uma idéia do cenário em que estão operando as empresas de comunicação. Para isso optamos pela extensa pesquisa empreendida por cerca de 12 anos por Manuel Castells, um investigador respeitável entre os tantos cientistas sociais que vem se ocupando dos problemas e fenômenos próprios do seu tempo. A escolha, no presente trabalho, recai sobre o autor espanhol pela extensão de sua obra “A era da informação: economia, sociedade e cultura”, que, a despeito das críticas que tenha recebido desde o seu lançamento, já pode ser considerada clássica e possuidora de méritos até então atribuídos somente a autores do porte de um Max Weber. Contribuiu também para essa escolha a compreensão de Castells de que a sociedade emergente nesta transição de séculos é caracterizada pela transformação dos conceitos de tempo e de espaço. Na sociedade informacional, o espaço de localidades, territorializado, vem sendo substituído pelo espaço de fluxos. Fluxos de informação dentro de redes formadas por empresários, companhias e instituições das indústrias da informação (Sinclair, 2000). Por outro lado, com relação ao tempo, este também se transforma de maneira a configurar-se comprimido, cristalizado, expressão dos segundos que nos separam da idéia de tempo real, uma variável de cada vez maior importância no jornalismo, uma atividade social em si mesma integralmente voltada para a informação. Uma compressão que torna real e literal a popular expressão “tempo é dinheiro” na era do capitalismo globalizado..**

**Descrito esse cenário, procuramos identificar as transformações no jornalismo, nas suas rotinas, na sua regulamentação e nos seus conceitos fundamentais. O procedimento metódico que adotamos para isso foi a pesquisa bibliográfica.**

**Cabe ressaltar que, neste primeiro esforço de reflexão, está-se falando em transformações no jornalismo de forma genérica, tendo como ponto de inflexão as mudanças introduzidas pelas novas tecnologias de informação (particularmente a Internet) e as novas condições econômicas, sociais e políticas determinadas pelo modo de produção em vigor – a globalização capitalista. Não se desconhece,**



entretanto, que essas transformações adquirem caráter distinto conforme a natureza do meio que se esteja a analisar. No presente trabalho, não se afirma que essas mudanças sejam comuns e da mesma natureza a todas as mídias tradicionais. Referimos tão somente algumas mudanças que o conceito de Tempo Real introduzem no jornalismo em geral e que certamente geram implicações nas rotinas de produção também do jornalismo impresso, nosso objeto empírico de pesquisa. Suas implicações no jornalismo de rádio ou de televisão necessitariam de estudos específicos, atentos às suas particularidades.

Pretendeu-se também refletir sobre o papel dos jornalistas nessa nova sociedade, concluindo-se que estes passam por um momento de crise, de indefinições e de perfil difuso, o que nos faz acreditar que estão se transformando em profissionais cuja principal qualidade passa a ser a competência técnica para lidar com computadores e sistemas de informação. Essas novas competências, por si só, não podem ser valoradas negativamente, a não ser quando significam renúncia à condição intelectual da profissão.

Por fim, critica-se a tendência à valorização da máxima informação e o mito de transparência que a acompanha, por criar a ilusão de que quanto maior a quantidade de informação, maior será a probabilidade de se conhecer, de se chegar à verdade. Da mesma forma, critica-se a tendência à espetacularização dos acontecimentos-notícia, cuja transmissão ao vivo do ataque ao World Trade Center, em Nova York, no dia 11 de setembro de 2001, é um modelo e um exemplo de concretização da idéia do Tempo Real em todas as mídias. O mundo inteiro tomava conhecimento do atentado terrorista no instante mesmo em que ele ocorria, sem que houvesse tempo para qualquer circunstanciamento, explicação, interpretação, contextualização. O trabalho da imprensa limitava-se a descrever o que as câmeras captavam, enquanto a audiência mundial a tudo assistia com interesse semelhante ao que dispensa ao programa Big Brother, ou ao desfecho da novela das oito. Muitos chegaram a acreditar que se tratava de mais um “filme catástrofe”, tão ao gosto de Hollywood. O fato, no nosso entendimento, evidencia o quanto a vida real, (re)construída pelos meios de comunicação, tem sido



apreendida, ou representada, como ficção. E essa distorção, ainda que involuntária, produz o efeito de reconstruir para o público dependente da mídia para conhecer, para saber, para tomar conhecimentos dos fatos, dos eventos-notícia, uma imagem da realidade social igualmente distorcida, fragmentada, descontextualizada. Com isso, o jornalismo torna-se menos uma forma de conhecimento e mais um espetáculo entre os tantos difundidos diariamente pela mídia, renunciando à sua condição histórica de síntese do espírito moderno, guiado pela razão.

**BIBLIOGRAFIA:**

**ADGHIRNI, Zélia Leal; RIBEIRO, Gileno de Souza Nunes. Jornalismo *Online* e identidade profissional do jornalista. Revista Comunicação e Espaço Público. Brasília: Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Ano IV. Vol Nº 1, janeiro a julho de 2001.**

**ADGHIRNI, Zélia Leal. Informação Online: jornalista ou produtor de conteúdos? Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa do Jornalismo, seção temática Jornalismo**

**Digital, na XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom-2001).**

**BASTOS, Helder. Jornalismo Electronico: Internet e reconfiguração de práticas nas redações. Coimbra: Minerva, 2000.**

**BRETON, Philippe. Le culte de l'Internet. Paris: La Découverte, 2000. Tradução do capítulo 4 – Un univers de croyances – por Samy Leal Adghirni e Hicham.**

**CAPPARELLI, Sérgio *et al.* Enfim, sós: a nova televisão no Cone Sul. Porto Alegre: LP&M/CNPq, 1999.**

**CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 4ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.**

\_\_\_\_\_. O poder da identidade. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

**IANNI, Octávio. Teorias da Globalização. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.**

**JAMBEIRO, O. A regulamentação da TV no Mercosul, em tempos de convergência tecnológica, política e econômica. In: Regulando a TV: uma visão comparativa do Mercosul. Salvador: Edufba, 2000 (19-49).**

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

**KUNCZIK, Michael. Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul. São Paulo: Edusp, 1997.**

**SANTOS, Suzy. RBS: convergência das teles e da tv a cabo. In: CAPPARELLI, Sérgio *et al.* Enfim, sós: a nova televisão no Cone Sul. Porto Alegre: LP&M/CNPq, 1999 (125-165).**

**SINCLAIR, John. Televisión: comunicación global e regionalización. Barcelona: Gedisa Editorial, 2000.**



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

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

**TASCHNER, Gisela.** Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.