



REFLETINDO SOBRE A PRÁTICA DO JORNALISMO NA WEB¹

Lílian Bartira²

Carmen Carvalho³

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

Resumo: O artigo traz uma abordagem crítica e reflexiva acerca do jornalismo produzido na internet. Também apresenta suas implicações para o cumprimento de sua função social, tendo a busca pelo “tempo real” como uma tendência agravante para a consolidação de conteúdos redundantes e fragmentados. A pesquisa objetiva provocar uma discussão quanto à superficialidade do conteúdo na web. Por meio da análise de conteúdo das notícias do jornal on line Último Segundo, a pesquisa aponta, como resultado, o efetivo declínio da qualidade dos textos jornalísticos em detrimento da quantidade e da ansiedade em dar a informação em primeira mão.

Palavras- Chave: Jornalismo On line; “Tempo real”; Fragmentação.

1. As primeiras notícias digitalizadas

(Breve histórico do jornalismo on line brasileiro)

No Brasil, os jornais brasileiros entraram na rede a partir de iniciativas isoladas como as do Grupo o Estado de S. Paulo. “A expansão do jornalismo digital no Brasil deu-se a partir do êxito de versões similares de revistas e jornais norte-americanos e ingleses, em meados de 1995” (Moherdau, 2000:23).

O primeiro jornal a fazer uma cobertura virtual completa foi o Jornal do Brasil, em 28 de maio de 1995. Logo após, outras grandes empresas jornalísticas do país também aderiram à versão web: Folha de S. Paulo, O Globo, O Estado de Minas, Zero Hora, Diário de Pernambuco e o Diário do Nordeste. Nesse primeiro momento, os jornais utilizavam a

1 Trabalho apresentado no III Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação.

2 Graduada em Jornalismo pelo curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). E-mail: lilianbartira@yahoo.com.br

3 Formada em Jornalismo pela Universidade Federal de Roraima (UFRR), mestre em Ciência da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), professora da disciplina Oficina de Jornalismo Impresso do curso de Comunicação/Jornalismo da UESB. E-mail: carmencarvalho@yahoo.com.br



transposição da versão impressa para digital. Entretanto, com o número crescente de leitores no universo on line, os jornais perceberam a necessidade de veicular um conteúdo personalizado, explorando os recursos multimidiáticos e a potencialidade da rede.

Em 1996, o Universo Online trouxe o Brasil Online, primeiro jornal em “tempo real” em língua portuguesa da América Latina, com informações de agências de notícias e material produzido em sua redação.

Somente em 2000, surge o primeiro jornal digital nascido numa concepção hipermidiática, dentro da internet e para a internet, o Último Segundo. Pertencente ao portal IG, provedor de acesso grátis. O jornal, além de possuir uma equipe jornalística, utilizava também de informações obtidas por meio de agências de notícias para atender a demanda de um jornal em “tempo real”.

1.1 Configurações do Jornalismo Pontocom

Diferente dos outros veículos de comunicação, a internet possibilitou ao jornalismo a convergência de outras mídias. No jornalismo da web⁴ pode-se verificar a presença de fotos e textos (típicos do impresso), vídeos (TV), podcasting (espécie de rádio na internet). Recursos encontrados num mesmo jornal, aliados à capacidade de interferência do leitor e a uma velocidade comparável somente às agências de notícias.

A internet criou um desenvolvimento progressivo para o jornalismo, influenciando diretamente nos processos de produção, edição e disseminação de informações, alterando assim, significativamente, a relação do meio com seu público. As potencialidades da rede são inúmeras, transformando os noticiários através de características como: hipertextualidade, interatividade, multimidialidade, personalização, memória e atualização contínua; e dessa forma, construindo modelos narrativos para o ambiente digital.

Para Marcos Palácios (1999), as cinco primeiras características apontadas acima determinam de forma direta o conteúdo on line. Pollyana Ferrari e J.B. Pinho também convergem para essas potencialidades. A atualização contínua também foi acrescentada aqui

4 Para este trabalho utilizaremos também como sinônimo para jornalismo na web, jornalismo on line, webjornalismo e jornalismo digital.



também como parte dessas características por ser um recurso bastante explorado no jornalismo da internet. Embasado aqui nas idéias de Paul Virilio.

É importante verificar que tais potencialidades não se traduzem necessariamente com todos os seus formatos em todos os jornais disponíveis na rede, quer por razões técnicas, financeiras, ou mesmo pelo perfil do público, alguns jornais acabam elegendo apenas algumas das características para construção de suas narrativas. Vejamos como estas se configuram:

a) **Hipertextualidade:** Possibilidade de ligar outros textos e elementos de informação (referências, notas, gráficos...) através de *links* (ou elos, que representa o papel da conjunção na frase, juntando duas idéias separadas) permitindo assim uma leitura não-linear. De acordo com Marcos Palácios (1999), a leitura dos hipertextos deixa claro que cada leitor, ao estabelecer sua leitura, situa também uma determinada "linearidade" específica, provisória, provavelmente única. Significando que, uma segunda ou terceira leituras do mesmo texto podem levar a "linearidades" totalmente diferentes, a depender dos *links* que sejam relacionados e das opções de leitura escolhida.

b) **Interatividade:** a nova mídia possibilitou uma relação interativa que acabou por romper o distanciamento verticalizado da combinação emissor-receptor dos outros veículos. O único veículo análogo à internet, que desde seu surgimento já evocava sinais de interação, é o rádio, com suas inserções ao vivo (via telefone). O ambiente da rede proporciona a postagens de comentários nas matérias, conversas com jornalistas e editores por meio de *chats*, e-mails, enfim, uma interatividade sem precedentes. “Assim o conteúdo on-line que não ofereça um padrão mínimo de interação tem pouco valor para o usuário e inibe a compreensão da mensagem” (Pinho, 2003: 54).

c) **Multimedialidade:** Um discurso narrativo na web se constrói e se auto-complementa pelas inúmeras possibilidades de agregar elementos a uma única notícia. “Além do texto, é possível utilizar áudio, gráficos, vídeos, *links* etc.” (Ferrari, 2004: 48). A multimedialidade é uma nova possibilidade de explorar sob várias formas um acontecimento ou notícia.



c) Personalização: Também caracterizado como customização do conteúdo, consiste numa opção a mais oferecida ao leitor para configurar assuntos jornalísticos direcionados aos interesses individuais. Uma ferramenta bastante utilizada pelos jornais digitais brasileiros é o *newsletter*. “Aliada à versatilidade própria do e-mail, a facilidade de produção é o fator que deve tornar a distribuição de *newsletter* por correio eletrônico um recurso cada vez mais disseminado” (Pinho, 2003:67). O sistema permite ao usuário receber em seu e-mail um boletim com as principais notícias relacionadas à sua editoria favorita.

d) Memória: comparando com outras mídias tradicionais, o jornal da web possui muito mais viabilidade técnica e econômica para manter tal recurso, permitindo o que Palácios (2003) aponta como memória coletiva. A possibilidade de recuperação de informações passadas pode ajudar na contextualização de outras notícias, além de propiciar ao leitor edições anteriores para consultas. Podendo ser assim recuperada tanto pelo produtor ou jornalista, quanto pelo usuário, por meio de mecanismos de busca e datas.

d) Atualização contínua: a disponibilidade de informação 24 horas por dia acelera o ritmo das produções e, por conseguinte, das atualizações, permitindo um acompanhamento contínuo em torno dos acontecimentos, que em grande parte são inseridos na rede à medida que vão se desenvolvendo. A imagem ou o próprio simbolismo que o jornalismo on line carrega em si sugere a possibilidade de oferta de informações novas a cada momento. “A realidade da informação encontra-se totalmente contida em sua velocidade de propagação” (Virilio, 1996:122).

2. O jornalismo e a internet

A internet tem provocado mudanças estruturais no jornalismo com a larga distribuição de informações para a sociedade em rede. Submetidas à lei do mercado, as empresas de conteúdo estão tomando conta da internet, distribuindo não mais notícias e reportagens, práticas do jornalismo, mas informações contínuas, cujo valor está na atualidade, e sua validade, no ponteiro dos segundos.



O jornalismo constitui-se uma atividade extremamente relevante, seu caráter de responsabilidade social, busca intensa pela verdade, missão de mediar e esclarecer a sociedade acerca dos acontecimentos revela a complexidade da profissão e nos propõe uma reflexão das novas tendências e transformações às quais o jornalismo foi submetido. “Se a tarefa é dar ‘a verdade sobre os fatos’, impõe-se a explicitação do sentido político do jornalismo, o que implica o reconhecimento dessa atividade como um campo de luta” (Moretzsohn, 2002:179).

Dentro desse contexto, o jornalista é remetido a uma série de valores, transfigurado na voz da comunidade, com a missão de defender os valores democráticos e, principalmente, o direito à informação. Herdados do ideal iluminista, princípios como: objetividade, liberdade de imprensa, verdade e imparcialidade sempre se fizeram presente pelo menos no campo mítico.

De acordo com Manuel Carlos Chaparro (1994: 23), “o jornalismo é o elo que, nos processos sociais, cria e mantém as mediações viabilizadoras do direito à informação”. Ou seja, a responsabilidade da mediação expõe o vínculo ético que deve orientar a moral das ações da atividade e do próprio profissional, compreendendo a sociedade como a principal fonte das razões éticas do jornalismo.

Sedimentada nas funções de investigar, apurar, propor um conflito dos dois lados do acontecimento, oficializar o texto por meio das fontes, discutir, informar, e por fim, gerar emancipação e senso crítico no leitor, o jornalismo foi aos poucos perdendo suas características.

Com a aceleração do seu ritmo produtivo, a imprensa norte-americana assume sua feição industrial, convertendo a notícia em mercadoria e assegurando o jornalismo informativo como categoria hegemônica disseminada por todo o mundo.

Com a chegada da pós-modernidade, esse fator se tornou ainda mais agravante a partir da dominação e disseminação das máquinas de imagens. A superficialidade dos conteúdos e a busca intensa pelo tempo real trouxeram mudanças ainda mais drásticas ao fazer jornalístico. É como se não existisse mais um padrão histórico e o jornalismo reflexivo fosse um elemento obsoleto.

“Atualmente, a questão é saber até que ponto os meios de comunicação poderão se comprometer com este “novo espetacular” nascido da urgência das técnicas de tempo real, que de agora em



diante infiltra todo o conjunto da comunicação de massa, tanto no Oriente como no Ocidente, abrangendo indiscriminadamente desde informações de ordem política, econômica, social ou jurídica” (Virilio, 1996: 14).

Quando a rede começa a ser reconhecida e utilizada também como suporte midiático, os jornais a percebem como mais um veículo de larga disseminação e profusão de notícias, aliados principalmente às grandes companhias publicitárias e à lógica capitalista solidificada do novo advento. De que forma? O mercado financeiro necessita de informações imediatas para o sucesso de suas transações e investimentos, quase dois terços dos dados atualmente armazenados no mundo representam informações econômicas, comerciais ou financeiras com características estratégicas. As empresas de conteúdo da internet apropriaram-se desse contexto, colocando-se como o melhor canal para atender a essa demanda. Nesse momento, o jornalismo sofre ainda mais rupturas.

“Opera-se aí uma alteração significativa: ‘jornalismo’ passa a se chamar ‘conteúdo’, palavra que define agora o que os repórteres devem produzir para se adaptar a todos os veículos da empresa” (Moretzsohn, 2002:138).

A grande mutação nos paradigmas do jornalismo digital deve-se, principalmente, à ideologia mercadológica liberal da internet. Não apenas da razão do mercado, mas do simulacro e do simbolismo intrínsecos na notícia como moeda de troca. O valor de uso se constitui veículo material do valor cambial, subvertendo o papel da comunicação, alterando o sentido de qualidade das informações.

“O jornalismo on line se dirige aos usuários que atribuem à notícia um valor monetário imediato. Para esse leitor, em geral assinante de um serviço on line, exclusivo, a informação não tem valor de uso, tem valor exclusivo de troca, é uma commodity ou matéria-prima de um processo decisório na esfera das aplicações financeiras, que por sua vez é sua fonte de lucros” (Kucinski, 2004:97)

Em seu livro *Jornalismo Digital*, a jornalista Pollyana Ferrari chega a comparar os leitores da internet a consumidores no shopping center: “o consumidor vai ao cinema, faz um lanche e durante o passeio pelos corredores acaba consumindo algo mais”. Diante da



multiplicidade de funções que um site pode oferecer, a afirmação da autora reitera o que se pode verificar facilmente ao acessar uma página na web.

“Como grandes shopping centers, os sites oferecem diversão, lazer e uma infinidade de serviços. Se fizermos uma analogia com a organização dos corredores dos shoppings, iremos perceber que os portais também estão divididos em âncoras e canais, como nos grandes centros comerciais onde existem praças de alimentação, as redes varejistas, as alamedas de serviços com sapataria, chaveiro, lavanderia e as lojas genéricas” (2004:19).

Uma das características facilmente percebidas não somente na internet, mas nos demais veículos de comunicação, é que as notícias tendem em cair no senso comum. O número restrito de fontes diretas faz com que grande parte dos portais apresenta as mesmas manchetes e as mesmas notícias, diferenciando apenas a embalagem das mesmas. Ferrari (2004) utiliza o jargão “empacotamento” para demonstrar como se desenvolve o trabalho nas redações.

“Empacotar significa receber um material produzido, na maioria das vezes, por uma agência de notícias conveniada, e mudar o título, a abertura, transformar alguns parágrafos em outra matéria pra ser usada como link correlato, adicionar foto ou vídeo, e por aí afora” (2004: 44).

A função jornalística foi reduzida a uma simples reprodução de “noticiaria”, acrescentada de elementos multimidiáticos e traduzida numa linguagem acessível e aceita pelo público na web, deixando para trás a produção de reportagens, o uso constante de fontes, a investigação e a própria presença do repórter no lugar do acontecimento.

As potencialidades obtidas pelo jornalismo na internet poderiam suficientemente fazer deste o jornalismo mais completo de todas as mídias. Entretanto, critérios como velocidade e instantaneidade têm reduzido a qualidade e a capacidade de caracterizá-lo como um jornalismo socialmente responsável, como veremos a seguir.



2.1.1 Pulverização do tempo

Diante das potencialidades oferecidas pela internet, a velocidade de propagação e disseminação de informações tem sido um fator preponderante para o jornalismo produzido na rede. A busca intensa pelo tempo real se constituiu um elemento diferenciador para os portais e mais um motivo acelerador da concorrência. Urgência essa que foi alvo de estudo do filósofo francês Paul Virilio. A Dromologia (dromos = corrida), definida como o estudo da velocidade, portanto, a lógica da corrida. Uma corrida estimulada pela aceleração. Uma aceleração que implica correr e não chegar a lugar nenhum.

A cultura dromológica significa não permanecer no lugar de origem e tampouco ir a algum lugar, é de fato estar em aceleração contínua. “Difícil retorno à comunicação e ao logos em cultura depressiva em que, com a aceleração tecnológica, a partida e a chegada – o nascimento e a morte se confundem ao extremo” (Virilio, 1996:83).

Virilio ainda coloca a velocidade não como um fenômeno, mas a relação entre fenômenos até chegar a uma conclusão para o conceito de informação nesse contexto tecnológico: “A realidade da informação encontra-se totalmente contida em sua velocidade de propagação. E só tem valor pela rapidez de sua difusão, ou melhor, a velocidade é a própria informação!” (*idem, idem*: 122).

Contudo, essa imposição de tempo real reiterada com o surgimento das tecnologias telemáticas possibilita a interligação do mundo com informações contínuas, mas, isso não se dá de forma aleatória e espontânea. Esse fluxo informacional opera com a lógica do mercado econômico, pois seu público-alvo são, principalmente, especuladores e instituições financeiras.

Similar às agências de notícias, o jornalismo na internet tem sido uma extensão desse tipo de serviço. Notícias curtas e enviadas continuamente para suprir necessidades de um público que necessita de informações de todo o mundo a todo o tempo, para a eficácia de suas especulações e possíveis movimentos bruscos de capital.

A busca pelo imediato, pelo tempo real, produz uma ordem insensível de degradação e um desequilíbrio crescente das informações diretas e indiretas, uma efemeridade sem igual, que acaba por gerar uma nova era de simulacros, superficialidade. Uma era imagética, instantânea e representativa.



“Não há estoque, não há perenidade, há somente fluxo. Se este aspecto movediço tem algo de sedutor no que diz respeito a uma certa moda atual de velocidade, do aleatório, do contingente, compreende-se os problemas que isto coloca do ponto de vista de uma definição de cultura” (Wolton, 2003: 148).

Na tela do computador, a sociedade se vê diante de um mundo infinito de informações, onde tudo se revela numa imediatez de transmissões instantâneas, abolindo noções de tempo e espaço, fazendo da velocidade uma grandeza primitiva capaz de superar limites geográficos e temporais.

2.1.2 Quantidade x qualidade

No jornalismo on line, a instantaneidade das notícias segue uma ordem ditada pelo conceito-fetiche do “tempo real”. Fator que leva os portais a primarem pelo fluxo constante e a constituírem tal possibilidade até mesmo como *slogan* de *marketing*. “Esse ‘pensar automatizado’, perfeitamente coerente com o objetivo de ‘alimentar o sistema’, está associado à própria lógica das tecnologias digitais, que reduzem as seqüências de zero a um.⁵” (Moretzsohn, 2002:166).

A consolidação da notícia como mercadoria é ainda mais acentuada no jornalismo da internet, tendo em vista a supervalorização da quantidade sobreposta à qualidade e apuração das mesmas. A estrutura industrial do webjornalismo está montada a vender muito mais a ideologia da velocidade do que o próprio conteúdo, trazendo determinadas implicações à qualidade das notícias, dentre elas, a fragmentação e os riscos de imprecisão.

A fragmentação, sob o ponto de vista de que as notícias são enviadas ao jornal à medida que vão se desenrolando, sendo sacrificadas em nome da velocidade e da suposta precisão. O curto espaço de tempo para apuração e investigação dos fatos nos noticiários on line implica em eventuais e possíveis veiculações equivocadas. A fragmentação da informação, uma característica do processo de produção da notícia, é levada ao extremo no jornalismo on

5 Seqüências de zero a um são combinações binárias de dois dígitos 0 e 1 que representam a informação digital. A menor unidade de informação que um computador pode armazenar é este binômio **0** (negativo) ou **1** (positivo). Este tipo de informação pode ser denominado como Código Binário ou Bit (do inglês **Binary Digit**), que é a Linguagem de Máquina usada pelos computadores. Para cada informação, o computador utiliza diversos 0 e 1 seguidos (0011010101001011) que serão decodificados e entendidos pelo computador.



line. “É um jornalismo que não espera o resultado da batalha. Informa a cada troca de tiros” (Kucinsk, 2004: 98).

A falta de profundidade nas matérias é também um fator agravante em se tratando do conteúdo on line. A idéia do hipertexto e o uso de *links* é um recurso com um potencial diferenciador na questão da contextualização e da profundidade, no entanto, grande parte dos portais, submetidos à ditadura da velocidade, utilizam muito pouco deste recurso. A quantidade de notícias é realmente o que interessa às empresas jornalísticas da web e não o seu conteúdo. O leitor se vê bombardeado pela imensa quantidade de informação, tornando-se, às vezes, até mesmo alheio a elas.

“O leitor nem sequer consegue assimilar tanta informação. Essa busca incansável pela quantidade de notícias soa mais como competição de egos entre concorrentes do que como manifestação de respeito pelo internauta” (Ferrari, 2004: 50).

A qualidade em detrimento da quantidade tem feito do jornalismo informativo uma fábrica de notícias factuais que não tem despertado a interpretação do leitor, não tem trazido as devidas contextualizações e tem deixado de lado o verdadeiro sentido político do jornalismo, informar com veracidade o que de fato seria de interesse público. A superficialidade e a rapidez das atualizações têm transformado o leitor em consumidor ‘fast food’, pois já não interessa a qualidade do produto, mas a velocidade na obtenção do mesmo.

“O leitor de um portal não fica muito tempo lendo as informações presentes na home-page, o que podemos comprovar pelo tempo médio gasto navegando na porta de entrada da web, cerca de seis minutos, segundo a Media Metrix, em maio de 2002” (*idem*, 2004: 63).

Verifica-se que a sobreposição da quantidade de informações tem trazido implicações negativas e desfavoráveis ao sentido primário do jornalismo. Qualidade de informação é um princípio básico, visto que a grande quantidade de informações apenas narcotiza e condiciona a reflexão do público à superficialidade de conteúdos.



2.1.3 Conhecendo o Último Segundo

No começo de 2000, surgiram os provedores de serviço de acesso gratuito no Brasil, uma novidade que movimentou o setor de informática e comunicação, contribuindo para a democratização do acesso e da mesma forma levando pequenos portais à extinção. Os bancos **Bradesco** e **Unibanco** foram os primeiros a lançar essa proposta de gratuidade para seus clientes, seguidos pelo **BR Free**, de Minas Gerais, que também inovou no serviço oferecido aos internautas do estado.

Dentro desse contexto, surge o Último Segundo como o produto mais importante do portal **IG** (inicialmente a sigla significava Internet gratuita, hoje: Internet Group), o primeiro grande portal de acesso gratuito do país lançado em 10 de janeiro de 2000. Bancado pelo AGP Investimento e pelo Opportunity, ambos fundos de investimento - com recursos da ordem de US\$ 120 milhões para custos em tecnologia, conteúdo e publicidade - tinha como objetivo apenas promover acesso gratuito à Rede. Mas com a chegada do jornalista Matinas Suzuki, em outubro de 1999, a equipe que planejava o lançamento do primeiro grande portal de acesso gratuito à Internet, incorporou ao projeto a idéia de oferecer juntamente conteúdo e acessibilidade.

3. Pesquisa

O jornal Último Segundo foi escolhido como fonte de análise e pesquisa, realizada em 17 de abril de 2007, num tempo limitado em oito horas de captura das matérias (11h às 19h). A editoria 'Brasil', escolhida como alvo da análise se deu pela variedade de temas abordados pelo setor: política, policial, entretenimento e religião, na ausência de seções específicas para tais. As técnicas utilizadas se estenderam à observação direta intensiva e a extensiva a partir da análise de conteúdo.

3.1 Análise



No jornalismo on line, uma das características mais comuns e perceptíveis é fragmentação das notícias. Notícias que vão se sendo publicadas à medida que vão se desenrolando e dessa forma muito mais suscetíveis a erros e equívocos. A busca pela instantaneidade tem provocado também uma redundância de notícias que na tentativa de alimentar o fluxo contínuo acaba por repetir informações e conteúdos de outras matérias. Durante a análise, um fato se mostrou extremamente relevante a ser citado: O caso da “Operação Furacão”.

Dez matérias foram publicadas a cerca da máfia que resultou na prisão de 25 pessoas envolvidas com jogos eletrônicos (caça-níqueis) e sentenças. Das dez, cinco são de agências de notícias e quatro de correspondentes do IG.

Matérias	Horário
1. Advogado de Anísio da Beija Flor considera “fantasia” acusação de fraude no carnaval	11: 25
2. PF oferece delação premiada a presos da Operação Hurricane	11: 52
3. Tarso diz que vai “avaliar” reclamação da OAB sobre PF	13: 48
4. Desde dezembro Polícia Federal já desencadeou quatro operações contra máfia dos jogos no Rio	15: 02
5. Greve pode interromper depoimentos da Operação Furacão	16: 11
6. OAB cobra amplo direito de defesa a presos da 'Furacão'	16: 16
7. PF cancela quatro depoimentos e ouve apenas um acusado da Operação Furacão	16: 59
8. PF cancela todos os depoimentos da Operação Furacão	18: 12
9. Policiais federais fazem amanhã paralisação de 24 horas	18: 56



10. Genro nega ‘vício’ em ação da PF na Operação Furacão

18: 56

A primeira trata da prisão de Anísio da Beija-Flor pela operação furacão e explica todo o processo do esquema dos jogos, corrupção e tráfico de influência. A segunda traz informações acerca da coleta de depoimentos dos últimos cinco presos da operação, na decisão do STF com relação a manutenção da prisão temporária dos acusados, das escutas telefônicas que colocam em dúvida o título da campeã do carnaval do Rio de Janeiro e da chegada dos veículos apreendidos na operação em Brasília.

As informações trazidas pela terceira matéria dizem respeito à avaliação que o ministro da Justiça faz sobre as reclamações do suposto cerceamento da atuação dos advogados de defesa em operações da Polícia Federal. A quarta relata outras grandes operações contra a máfia de jogos ilegais, dentre elas a “Operação Gladiador” e a “Ouro de Tolo em 2006”.

A quinta matéria traz a informação adicional da possível greve da PF na quarta-feira, dia 18 de abril. No entanto, o restante da matéria traz as mesmas informações contidas na primeira e segunda. A diferença está só no primeiro e segundo parágrafo que traz o adicional acerca da greve. O restante do corpo do texto é uma cópia fiel das anteriores.

A sexta trata da cobrança referente à segunda matéria, portanto, constitui-se como a continuação da mesma. A sétima apresenta a novidade do cancelamento de quatro depoimentos no primeiro parágrafo e repete o mesmo conteúdo da primeira, segunda e quarta matéria.

A oitava traz como manchete o cancelamento de todos os depoimentos e mais uma vez anexo à novidade vem o mesmo texto presente nas matérias anteriores. As últimas duas notícias sobre a operação trazem informações novas e conteúdos específicos.

Das dez matérias, quatro apresentaram praticamente o mesmo texto, com informações diferenciadas apenas nos primeiros parágrafos.

A fragmentação apresenta-se, principalmente, em três notícias: a primeira quando diz que a greve pode interromper os depoimentos, outra afirmando o cancelamento de quatro depoimentos e a coleta de informações de um dos acusados. Por fim, uma matéria trazendo o cancelamento de todos os depoimentos. “No jornalismo on line as informações são enviadas



continuamente, aos pedaços, ao mesmo tempo em que os fatos estão acontecendo (Kucinski, 2004:98). Ou seja, à medida que a PF tomava as decisões, estas iam sendo divulgadas.

O noticiário em fluxo contínuo impede que o leitor tenha uma dimensão total do fato. O desfecho final das notícias sobre a “Operação Hurricane” foi o cancelamento de todos os depoimentos por conta da paralisação da Polícia Federal no dia seguinte. Mas o leitor que pegou apenas uma das dez informações que saíram no período da tarde, de certa forma, continuou desinformado. Pois, a perda da temporalidade jornalística fez com que este obtivesse apenas a informação de uma decisão momentânea acerca do assunto publicado. Exemplo: o cancelamento de quatro depoimentos.

O caráter imediato dos eventos e suas publicações exigem do usuário um acompanhamento também contínuo. Pois, uma informação sobrepõe a outra, com anulação de fatos, complementos, assim como o cotidiano que não pára em função do tempo. Criando assim, uma espécie de estigma de atualização sacrificando o conteúdo jornalístico com retalhos de textos.

Considerações finais

A redundância de conteúdo e a fragmentação das notícias foram suficientes para demonstrar o quanto o conteúdo jornalístico tem sido sacrificado em nome da velocidade e da ditadura do “tempo real”.

O jornalismo on line tem o respaldo de um ambiente favorável a um conteúdo qualificado, contextualizado. Mas a ansiedade em dar a informação em primeira mão, ao ritmo dos ponteiros dos segundos, tem trazido danos à qualidade noticiosa.

É importante destacar também que diversos meios de comunicação transmitindo, quase que em tempo real, notícias e informações, todo o tempo, bombardeiam o telespectador, que acaba por desencadear o que Paul Virilio chama de súbita perda de memória. O fluxo intenso não permite que o indivíduo assimile o que lhe foi transmitido no passado próximo, não abrindo um tempo suficiente para a interpretação e reflexão. Ou seja, o conhecimento não atinge sua fase última, as informações permanecem num nível amplamente superficial.

“Perda da narrativa do trajeto, e, portanto, da possibilidade de uma interpretação qualquer, perda agravada ainda por uma súbita perda de



memória, ou antes, do desenvolvimento de uma memória ‘imediate’ paradoxal, ligada à potência total da imagem” (Virilio, 1993: 108)

Grandes avanços e mudanças ainda serão necessários para que o jornalismo elaborado para rede atinja a tão esperada maturidade. Na era da informação, o próprio sistema técnico é assumido como valor, não está havendo dessa forma uma separação entre potencialidade (característica preponderante nas novas tecnologias) e realidade. “A máquina existe para comunicar, e quanto mais comunica, menos informa” (Moretzsohn, 2002:177). O jornalismo, como atividade mediadora da sociedade, perde seu sentido diante da incapacidade de estimular análise e reflexão.

Referências bibliográficas

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo**. São Paulo: Summus, 1994.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: UNESP, 2004.

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

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

PALACIOS, Marcos Silva. **Hipertexto, Fechamento e o uso do conceito de não linearidade discursiva**.

Disponível

em:

http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999_palacios_hipertexto_naolinearidade.pdf

Acesso: 03/03/2007.

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

VIRILIO, Paul. **O espaço Crítico e as perspectivas do tempo real**. São Paulo: 34, 1993.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto alegre: Sulina, 2003.

