

Velocidade versus Qualidade da Informação no Jornalismo Online: Caso Paula Oliveira¹

Elen Sallaberry Pinto²
Raquel da Cunha Recuero³

Centro de Educação e Comunicação da Universidade Católica de Pelotas

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar as modificações na produção noticiosa com o advento da Web (Lévy, 2003; Palacios, 2003; e Mielniczuck, 2003). Parte-se do pressuposto que, com o surgimento do jornalismo online, as cobranças com relação à velocidade aumentaram vertiginosamente e acabaram por suplantarem as preocupações com a qualidade da informação publicada (Moretzsohn, 2002). Prova disso é a frequência com que são divulgadas informações falsas ou incorretas. Com a análise da cobertura online do Caso Paula Oliveira, pelos jornais Folha Online e BBC Brasil, pretende-se verificar quais aspectos do jornalismo vem sendo deixados de lado em nome da instantaneidade do furo.

Palavras-chave

Notícia; velocidade da informação; jornalismo online

Introdução

A influência da Internet mudou parâmetros com relação à velocidade da informação. Se era aceitável, em outras épocas, descobrir sobre um fato no dia seguinte, hoje essa limitação é inquietante. O público quer saber tudo e rapidamente. O devir da informática deixa crer que vai o mundo correr mais depressa, ainda que não queira saber de onde vem e para onde vai (Lévy, 1993).

A preocupação desse artigo é a de demonstrar o quanto essa busca pela informação veloz pode comprometer a qualidade do que é divulgado. Para tanto, foi escolhido para estudo um erro que causou grande comoção e impacto social no país: o caso do suposto espancamento de uma brasileira, Paula Oliveira, na Suíça. A notícia surgiu na internet e tomou proporções enormes, provocando, inclusive, declarações governamentais.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Acadêmica do 7º semestre de Comunicação Social habilitação Jornalismo da Universidade Católica de Pelotas. elen.sallaberry@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo do Centro de Educação e Comunicação da Universidade Católica de Pelotas. raquel@pontomidia.com.br



Para efeito de comparação, foram selecionadas três coberturas do acontecimento, a do Blog do Noblat, por ter funcionado como pauta para os outros veículos, a do site Folha Online, por possuir maior número de matérias dedicadas à cobertura e a da BBC Brasil, por ser a mais cética com relação ao fato. A análise levou em conta a quantidade de informação publicada, a velocidade com que os dados foram divulgados, o número de fontes consultadas e os recursos estilísticos utilizados para dar visibilidade ao assunto ou para proteger o webjornal. Além disso, foram estabelecidas relações entre esses aspectos.

A hipótese aqui levantada supõe que na intenção de contentar os leitores ávidos por novidades, sites jornalísticos se apressam em divulgar notícias no instante em que elas ocorrem sem se preocupar com a verificação de sua veracidade. O resultado é que a etapa de aplicação de critérios jornalísticos se torna cada vez mais resumida ou postergada para depois da publicação. A relevância do tema é eminente, pois é essencial que os veículos consigam reestruturar suas técnicas de produção noticiosa a fim de manter o que lhes resta em termos de credibilidade.

1 Notícia e noticiabilidade

Ponto fundamental para o estudo de jornalismo, o conceito de notícia vem sendo estudado por diversos teóricos de acordo com seus paradigmas. Autores voltados ao estruturalismo, como Nilson Lage (2002), definem a notícia de forma prática.

Do ponto de vista da estrutura, a notícia se define, no jornalismo moderno, como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante (LAGE, 2002, p12).

Ou seja, a estrutura da notícia é lógica, seguindo sempre do *lead* – parte mais importante - para o restante do assunto, em uma estrutura de pirâmide invertida. Já o critério de importância ou interesse envolvido em sua produção é ideológico e atende a fatores psicológicos, comportamentos de mercado e oportunidade, de acordo com a visão de cada jornalista. Elcias Lustosa (1996) ressalta que a notícia não é uma reprodução do fato, mas um relato do que se passou. Além disso, o autor destaca o aspecto comercial da produção noticiosa, que transforma informações de interesse coletivo em produto de consumo.



O construcionismo⁴, apresentado por Nelson Traquina (2005), vai além ao interpretar a notícia como o resultado de um processo de produção definido como a percepção, a seleção e a transformação de uma matéria-prima, principalmente os acontecimentos, num produto. Dessa forma, essa visão aposta na subjetividade do jornalista ao abordar o fato de acordo com seus critérios de percepção e seleção e no poder que a informação publicada tem na construção da realidade social.

O teórico português Jorge Pedro Sousa (1999) tem um conceito mais complexo para o que seria uma notícia. Ele leva em consideração, além da produção de sentido realizada durante sua construção, a parcela que fica a cargo do receptor quando a recebe. Além disso, Sousa atenta para o papel de transformação social das informações noticiadas.

Temos assim, em todos os conceitos, que a notícia parte de um fato, mas que não o representa por inteiro. Isso porque, em seu processo de produção, ela é investida de valores subjetivos do indivíduo que a constrói, tornando-se apenas um relato. A função social do jornalismo fica clara nos discursos de Traquina (2000) e Sousa (1999). Na presente análise considera-se que as diversas acepções estão corretas, pois são verificáveis na prática. No entanto, o estudo se concentra na importância da valorização dos impactos sociais da notícia.

2 O advento da web e o jornalismo

Um dos principais conceitos de jornalismo diz que o mesmo é a transmissão de informação, de um ponto a outro, com exatidão, penetração e rapidez, numa forma que sirva à verdade e torne aquilo que é certo evidente (BOND, 1962). Essa definição inclui em sua essência a existência de um suporte que leve as informações à população, pois, sem distribuição a notícia não teria o poder de servir à verdade nem de torná-la pública.

A World Wide Web é um modo de organização da informação e dos arquivos que utiliza como base de funcionamento a Internet (PINHO, 2003). Seu sistema constitui o mais novo meio de transmissão de dados entre as pessoas e, graças a seu poder de comunicação, foi rapidamente apropriado para usos jornalísticos. É importante

⁴ A teoria construcionista compreende a notícia como construção social da realidade. Esse paradigma surge no início da década de 70 e tem como pressuposto que a notícia, à medida que “presentifica” o acontecimento a que se remete, também o constrói e, assim, participa do processo de instituição da realidade social.

ressaltar que o meio em si não é preliminarmente superior aos demais suportes telemáticos que o antecederam. Ao contrário, os veículos estão em processo de união, em uma convergência de mídias, e se complementam trazendo uma nova maneira de comunicar (PALACIOS, 2003).

A idéia pertinente a esse aspecto se aproxima bastante do que foi levantado por Lemos (1999) como Incubadora Midiática. Essa idéia coloca-se como entendimento da rede não como um novo tipo de mídia, mas, sim, um fator de geração de novos processos midiáticos (SILVA Jr., 2003, *online*).

Algumas das características da web fizeram com que o jornalismo tivesse seu método de execução e sua abrangência modificada. A principal modificação veio por conta do acesso generalizado à produção de material noticioso permitido pela Internet. Nos dias atuais, todos os que possuem um computador ligado à rede podem ser fontes de notícias a partir de sites, blogs ou mesmo de redes sociais. Palacios (2003) atenta para essa transição de uma lógica de troca de informações de um para todos, chamada lógica de oferta, para uma lógica todos para todos, lógica de demanda.

O estudo do jornalismo que é realizado atualmente na web identifica outras características do suporte incorporadas ao processo de produção de notícias. A Interatividade, a Hipertextualidade, a Instantaneidade, a Multimídia, a Personalização e a Memória são hoje utilizadas para dar maior atratividade às matérias. O receptor, além de obter a informação por meio de texto, pode se servir de vídeos, fotos e áudio, consequência da Multimídia. A Interatividade permite que ele dê sua opinião sobre o que está posto, a Instantaneidade lhe dá a notícia no momento em que ela acontece (PALACIOS, 2003).

No entanto, essas características do jornalismo na web aparecem, majoritariamente, como continuidade e potencialização do que já existia em outras mídias e não, necessariamente, como ruptura com relação ao que foi realizado anteriormente. A única exceção a essa premissa é a característica da memória, isto é, de armazenagem de dados passados na web. Ela inova ao permitir o relacionamento de informações novas com dados antigos e ao tornar ilimitado o volume de texto encontrado nos veículos jornalísticos (PALACIOS, 2003).

Assumindo que a Internet transformou o jornalismo por meio de suas características e que, hoje, é o meio que mais cresce em termos de possibilidades de usos comunicativos, passamos à diferenciação do webjornalismo das demais denominações que relacionam tecnologia e informação. Webjornalismo diz respeito à transmissão de informações noticiosas que utiliza uma parte específica da Internet que é a web. Nessa acepção, o Webjornalismo se diferencia do Jornalismo on-line, que é desenvolvido utilizando quaisquer tecnologias de transmissão de dados em tempo real, e do Jornalismo digital ou multimídia que significa todo e qualquer procedimento jornalístico que implica no tratamento de dados em forma de *bits*, isto é, em formato digital (MIELNICZUCK, 2003).

Para finalizar, pode-se concluir que os fundamentos das notícias online não diferem em nada dos preceitos básicos de noticiabilidade aplicáveis ao jornalismo impresso, radiofônico ou televisivo. Pelo contrário, a semântica dos textos on-line retoma a questão da objetividade e da verdade das notícias e os critérios que levam a sua publicação nos meios digitais também leva em conta o quanto a informação pode interessar ao público (FIDALGO, 2004).

As notícias on-line obedecem no fundo e genericamente aos mesmíssimos critérios da verdade jornalística válidos para imprensa, rádio e televisão. Contudo, [...] as notícias on-line, que podem ser de texto, voz e imagem em movimento, ou seja, notícias multimídia caracterizam-se justamente pela diversidade informativa (FIDALGO, 2004, *online*).

Assim, para que se atinja a qualidade jornalística nos novos suportes é preciso que os processos de produção sejam realizados com base nas teorias da comunicação e, preferencialmente, por profissionais qualificados. Isso porque os métodos e regras para a criação de uma boa matéria ou reportagem continuam os mesmos devendo apenas ser adaptados às características do Webjornalismo, expostas acima. O caso a ser analisado por esse projeto de pesquisa é um exemplo do quão difícil tem sido a adaptação de conceitos de um suporte para outro e um dos objetivos do trabalho é identificar como o jornalismo foi aplicado no meio digital.



3 A notícia como produto na era do tempo real

Dentre das mudanças trazidas pela informática à sociedade, uma das mais marcantes é noção de atualidade, uma vez que o novo torna-se cada vez mais efêmero. De acordo com Lévy (1993), a noção de tempo real não só foi criada pelos informatas como resume o próprio espírito da informática: a condensação no presente, na operação em andamento. A instantaneidade da transmissão de informações, gerada pela internet, trouxe consigo o conceito de notícia em tempo real.

O conhecimento entra, a partir de então, no ritmo do tempo real e passa a ser o centro da chamada “sociedade da informação global”. O seu caráter político dá lugar ao aspecto econômico e o lucro das empresas de comunicação é colocado acima do próprio sentido que a mensagem deveria entregar aos receptores. “O canal é a única coisa que conta. A produção de sentido não importa. A informação está desligada da cultura e da memória. O seu valor é essencialmente determinado pelo tempo” (MATTELART, 2005, *online*).

A “aceleração do tempo” concorda com a própria lógica do capitalismo, que afirma: “tempo é dinheiro”. Essa premissa se estende a todos os aspectos da vida social em um processo que tende a lhes tirar o sentido histórico. Com a imprensa não é diferente, o conceito de “compressão do espaço-temporal” toma conta das redações, trazendo uma nova concepção de informação e jornalismo, que supervaloriza a velocidade (MORETZSOHN, 2002).

É importante salientar, no entanto, que a exigência de velocidade na divulgação da notícia não surgiu com a internet, mas foi potencializada por ela. A “correria” é certamente maior no jornalismo online, porém sempre foi intensa no rádio e na televisão (MORETZSOHN, 2002).

Eu gostaria de responder a essa pergunta lembrando o que tantos autores, em épocas passadas e em outras nem tão distantes assim, disseram a respeito do elogio da tecnologia como propulsora das mudanças sociais, quando de fato essas mudanças têm a ver com a relação de forças que existe na sociedade. Então, magnificada do jeito que é, a web contribui radicalmente para esse processo de fetichização da velocidade. Mas não precisava ser assim: a web abre enormes perspectivas para a comunicação (MORETZSOHN, entrevista *online*, 2009).



Graças às mudanças sociais, a notícia hoje vale mais por sua forma, e pela possibilidade de vendas que ela representa do que pelo interesse público que apresenta em seu conteúdo. Lustosa (1996) chega a afirmar que em um mercado de consumo de notícias, como o que temos, é natural que a forma da matéria tenha maior relevância que seu conteúdo na hora da decisão editorial sobre sua publicação.

No contexto capitalista em que o jornalismo se desenvolveu, a notícia é mercadoria, mesmo que seja como um bem simbólico, uma mercadoria diferenciada. O resultado que chega às mãos do leitor é fruto da lógica de produção de cada noticiário, adequada aos padrões de mercado (MORETZSOHN, 2002). A instantaneidade faz parte desses padrões, uma vez que o jornal online que der a informação em primeira mão será potencialmente o mais lido. A qualidade passa ser, assim, a segunda preocupação dos jornalistas.

Notícias, por definição, exigem agilidade, mas será sempre necessário adotar determinados procedimentos sem os quais os riscos do erro serão enormes. Então a precisão, a apuração e algum tempo para a contextualização adequada para a divulgação de uma determinada notícia teriam de prevalecer em relação à velocidade (MORETZSOHN, entrevista *online*, 2009).

Para efeito da análise faz-se necessário também o estudo das condições de produção que deixam suas marcas em cada reportagem.

4 A velocidade dentro das “fábricas de notícias”

A pressa e a exigência por resultados em “tempo real” mostra seus reflexos dentro das redações. O mesmo número de empregados precisa produzir mais e com maior agilidade para atender a demanda do mercado por velocidade. As escalas de produção se tornam industriais. Nesse contexto jornalistas são comparados a operários e os editores a executivos, verdadeiros capitães da indústria da informação (MEDINA, 1988).

A instantaneidade é, assim, o principal valor de mercado do produto notícia e as redações estariam programadas para obedecer a essa regra de consumo. A chegada da tecnologia parece acelerar o processo. Segundo Medina (1988), a evolução tecnológica apressou o fluxo noticioso, mas esse fluxo não se põe a serviço das demandas sociais.



Pelo contrário, a informatização só tem servido aos interesses econômicos da circulação no mercado.

Esse “pensar automatizado”, perfeitamente coerente como objetivo de “alimentar o sistema”, está associado à própria lógica das tecnologias digitais, que reduzem a informação a seqüências de zero e um. [...] O que significa uma outra alternância em termos de valor: se é veloz, é bom; se é lento, é mau (MORETZSOHN, 2002, p166).

A competição entre os sites e o impacto destes sobre os meios tradicionais contribuem para estimular a política “atire primeiro e pergunte depois”. Em meio a essa pressão, é difícil segurar a notícia que todos estão divulgando, mesmo quando o bom senso recomenda. A verdade não-assumida é que, em muitos casos, os outros veículos não são apenas monitorados, mas tratados como fonte (MORETZSOHN, 2002).

A reprodução imediata e apressada de informações apenas para cobrir aquilo que o resto da mídia também está cobrindo é apontada por Ignácio Ramonet (1999) como “mimetismo midiático”. A facilidade de apenas copiar o que já foi dito e a angústia de não se deixar ser o último a publicar a informação levam a ocorrência frequente dessa imitação entre os veículos de comunicação. O preocupante é que, o fenômeno, quando levado ao extremo, funciona como uma bola-de-neve, pois, quanto mais os meios falam de um assunto mais importante ele parece, exigindo uma cobertura ainda maior.

Dessa forma, a teoria da construção social da realidade toma ainda mais força a medida que os próprios jornalistas, sem qualquer pretensão teórica, percebem esse processo de auto-alimentação da mídia em suas rotinas de produção. As pautas, elaboradas muitas em vezes em função do que outros veículos publicam, formam um círculo vicioso, que faz dos jornais espécies de “fábricas de notícias”. Por outro lado, as condições de trabalho dos jornalistas também os levam a “fabricação” de notícias, uma vez que o repórter é obrigado a agir e pensar automaticamente para que economize tempo e consiga cumprir suas tarefas cotidianas (MORETZSOHN, 2002).

Outro aspecto fundamental da veiculação instantânea de notícias são os riscos crescentes de imprecisão ou falsidade. Os erros são mais passíveis de acontecer no veículo *online* do que no impresso por esse motivo. Pensa-se duas vezes antes de dar um telefonema para checar uma informação porque se sabe que a consequência desse



cuidado será refletida em forma de um vazio de notícias no site (MORETZSOHN, 2002).

É notável a grande influência das rotinas de produção, as quais se apresentam atualmente, no decréscimo da qualidade da informação, especialmente na web. De certa maneira, o fato de a web sofrer mais com essa pressão prova que a exigência de instantaneidade é diretamente proporcional ao acirramento da rotina de trabalho dos jornalistas.

5 O Caso Paula Oliveira

O anúncio de que a velocidade tornou-se prioridade na construção de notícias se dá por meio de erros verificados em coberturas, as chamadas “barrigas”⁵. Esse estudo toma para análise a divulgação online do incidente com a brasileira Paula Oliveira, supostamente atacada na Suíça por ativistas políticos nacionalistas no dia 9 de fevereiro de 2009. O caso foi amplamente noticiado na internet, causando comoção entre a população e até entre órgãos políticos. No entanto, para a elaboração das primeiras reportagens foi levado em consideração apenas o depoimento do pai da vítima, Paulo Oliveira, prática realizada em nome da instantaneidade da informação. Com o curso das investigações descobriu-se, no dia 13 de fevereiro, que a mulher não estava grávida. No dia 17, Paula passou de vítima a suspeita no episódio por ter realizado automutilação e ter obstruído a investigação policial.

A notícia foi publicada primeiramente por Ricardo Noblat, em seu blog vinculado ao jornal O Globo, no dia 11 de fevereiro de 2009, por volta das três horas da tarde. O jornalista se baseou nos dados concedidos por Paulo e em fotos enviadas por ele, que confirmariam a situação. Todavia, as fotos confirmavam apenas a existência dos cortes, na forma da sigla SVP (Partido do Povo Suíço, que defende políticas nacionalistas e anti-imigração), e de hematomas e não a forma como a violência teria sido consumada. Além disso, como prova da gravidez, Noblat utilizou a imagem que mostrava o abdômen saliente. No texto pode-se notar um grau de detalhamento condenável dada a falta de fontes com que a notícia foi produzida.

A advogada Paula Oliveira, 26 anos de idade, funcionária em Zurique, na Suíça, do maior conglomerado econômico da Dinamarca, A P

⁵ Jargão utilizado no meio jornalístico para designar notícias publicadas com erros graves.



Moeller/Maersk, líder mundial em transporte marítimo de contêineres, foi atacada na noite do último domingo por três **skinhead neonazistas**.

Um deles exibia uma **suástica tatuada** atrás da cabeça.

Dois dos agressores a imobilizaram depois de espancá-la e deixá-la seminua. O terceiro **sacou de um estilete** e passou a retalhar várias partes do seu corpo - braços, pernas, barriga e costas.

Paula estava grávida de gêmeos há três meses. **Eram duas meninas**. A agressão a fez abortar (NOBLAT, *online*, grifo nosso).

Em um processo que pode ser considerado de “mimetismo midiático” outros veículos passaram a cobrir o caso. Pegaremos como exemplo dois dos webjornais mais lidos no Brasil e que geraram maior número de republicação, a BBC Brasil e a Folha Online. Os veículos demoraram apenas sete horas para publicar a notícia, às dez e quarenta e cinco e dez e onze, respectivamente. A versão nacional do webjornal inglês diz ter consultado o Itamaraty como fonte, mas os fatos expostos são exatamente iguais aos do Blog do Noblat.

A notícia, entretanto, traz menos detalhamento e utiliza o futuro do pretérito em suas construções verbais para demonstrar a falta de certeza quanto ao que estava dito. Ambos os veículos estabelecem relação direta do fato com o partido nacionalista SVP e com o fenômeno de xenofobia. Acusação que gerou, inclusive, um incidente diplomático entre o Brasil e a Suíça, já que o ministro das relações exteriores fez pronunciamentos repudiando o episódio e o presidente Lula ameaçou levar o caso à ONU.

No momento da agressão, segundo o Itamaraty, ela **estaria** falando ao telefone celular em português com a mãe, o que reforça a hipótese de que o crime **tenha sido** cometido por um grupo xenófobo.

Paula também **teria sido** mutilada com um estilete. Os agressores **teriam usado** o instrumento para fazer inscrições em seu corpo (BBC Brasil, *online*, grifo nosso).

O site da BBC Brasil tirou, sem explicações, a matéria do dia 11 de fevereiro do ar. Em contato com a equipe para esclarecimento não se obteve resposta. Esse foi o único veículo que retirou conteúdo da internet, sendo que o Blog do Noblat e a Folha Online mantiveram intactas as reportagens apenas corrigindo-as com novos textos mais completos.



Uma segunda reportagem sobre o tema foi colocada à disposição na internet, pela Folha Online, no dia 12 de fevereiro, por volta das oito horas da manhã. O webjornal reproduz novamente o discurso de Ricardo Noblat, exagerando nos detalhes e, inclusive, omitindo sua fonte de informação. A profissão e a legalidade de Paula na Suíça são os únicos dados em que o informante, o Itamaraty, é apresentado. A escolha da fonte segue o padrão da BBC Brasil.

A partir das primeiras notícias do caso na imprensa uma série de dados passou a ser lançada na rede, com a esperança de completar o processo jornalístico, abandonado na primeira etapa. O Blog do Noblat continuou oferecendo textos em favor da vítima e de sua família. Foram 47 matérias noticiosas, sendo duas delas destacadas pela cartola “Em primeira mão”. Só em 17 de fevereiro, quando a vítima passou oficialmente a ser considerada suspeita, Noblat reconheceu publicamente o erro, ao postar a crítica de Luis Weis, “Pularam a página do verbete ‘checar’”, produzido para o Observatório da Imprensa.

A Folha Online publicou, depois da reportagem que anunciou o acontecido, 73 novas matérias na cobertura do caso. Dessas, 71 foram disponibilizadas no mês de fevereiro. As publicações posteriores dão sustentação às informações por meio de novas fontes e fazem a “suíte” do episódio, contando seus desdobramentos. Em nenhum momento a Folha admite o erro ou pede desculpas pela falta de apuração, contudo, o webjornal publicou um texto, no dia 25 de fevereiro, intitulado “Saiba mais sobre o caso da brasileira Paula Oliveira na Suíça”, no qual explica todo o caso utilizando as diversas fontes disponíveis.

Na BBC Brasil foram construídas apenas 8 matérias sobre o assunto, descontando a apagada pela equipe. A segunda reportagem, primeira disponível atualmente, possui também a visão do Itamaraty, mas conta com o contraponto da polícia de Zurique e da família Oliveira. Assim, como na Folha todas as publicações foram realizadas no mês de fevereiro e não existe referência ao erro cometido.

5.1 Análise

Vários dos conceitos apresentados parecem ter sido deixados de lado na hora da divulgação da informação. Em primeiro lugar, a função social da notícia como construtora da realidade social não foi avaliada com a devida responsabilidade. Por uma

questão de falta de checagem ou excesso de confiança em uma fonte uma situação de rivalidade entre suíços e brasileiros foi criada em meio à comunidade internacional. Essa foi a principal falha no lançamento do furo pelo jornalista Ricardo Noblat, no que concorda Sylvia Moretzsohn (2009):

O problema, no caso da denúncia dessa moça, foi que o Noblat não verificou com o devido cuidado o que aquelas fotos podiam significar. Como as tomou como comprovação da violência, apesar de evidentes (para mim e tantos outros) indícios em contrário, achou por bem bancar a informação, e se deu mal (MORETZSOHN, entrevista *online*).

A BBC Brasil e a Folha Online tiveram, em tese, mais tempo para avaliar o que foi divulgado. Todavia, nem por isso as informações foram verificadas mais cautelosamente. As rotinas de trabalho apressadas nas chamadas “fábricas de notícias”, como aponta Moretzsohn, e o “mimetismo midiático”, de Ramonet (1999), fizeram com que a simples cópia se tornasse mais atraente aos veículos jornalísticos do que a apuração apropriada.

A atualidade como principal valor da mercadoria informativa se firma no momento em que tanto a Folha quanto a BBC utilizaram a técnica já citada de “atirar primeiro e perguntar depois”. A exigência capitalista de comprimir o espaço temporal e de produzir mais com menos gastos é visível na longa ausência de novas fontes. Essa pobreza na busca de novos enunciadores é justificada por Sylvia Moretzshon (2002).

Devido ao pequeno número de pessoal e pequena disponibilidade de tempo, os jornalistas se mostram ativos apenas na busca de um pequeno número de fontes regulares que anteriormente já tenham se mostrado disponíveis e adequadas (MORETZSHON, 2002, p68).

Em vias de transformar a notícia em um produto mais vendável (MEDINA, 1988; LUSTOSA, 1996) e não perder espaço para os sites concorrentes, os três veículos não hesitaram em dar uma conotação polêmica ao fato, relacionando-o à intolerância racial. A irresponsabilidade abalou a credibilidade da imprensa brasileira perante o mundo, pois muito da intensidade das acusações de xenofobia se deram graças à interpretação errônea e pelos meios de comunicação.

Além disso, os webjornais concentraram seus esforços no caso apenas no mês de fevereiro quando o caso ainda possuía o interesse da “hiperemoção”, ou conforme

conceitua Ramonet (1999), a informação ainda poderia ser reduzida, transformando-se em um espetáculo de massa. Nos meses seguintes os desdobramentos foram esquecidos, uma vez que o público não se interessa tanto por um caso de doença mental quanto por um de violência.

Os sites apostam demasiadamente na característica da instantaneidade da internet (Palacios, 2003) e esquecem de adaptar o texto online à semântica do jornalismo que, de acordo com Fidalgo (2004), é baseada na verdade dos fatos. À medida que a realidade foi ganhando forma, os sites de informação mostraram o quão natural o erro ligado ao fator velocidade está se tornando. Ao não publicar um pedido público de desculpas, os meios de comunicação, Folha Online e BBC Brasil, admitem que consideram sua falha aceitável.

As contradições entre, de um lado, uma estrutura que favorece a precipitação e, de outro, o respeito a regras que exigem um distanciamento para a apuração rigorosa da notícia, é tão antiga quanto a própria constituição da imprensa como atividade industrial. Agora, na era do “tempo real”, essas condições tendem a se agravar, e a se “resolver” pela eliminação de um dos termos do problema - a necessidade de veicular informações corretas -, pois, “qualquer explicação serve” para sustentar a notícia transmitida instantaneamente. (MORETZSHON, 2002, p128).

A qualidade de apuração jornalística com certeza não foi esquecida por completo. Ela aparece nas reportagens posteriores ao clímax do acontecimento, nos dias seguintes. O problema é que ao publicar qualquer informação de forma leviana, mesmo que por curto espaço de tempo, os veículos online põem em cheque a credibilidade do webjornalismo, quiçá a do jornalismo como um todo.

6 Considerações Finais

O caso demonstra didaticamente o quanto a exigência voraz pela notícia em tempo real pode ser prejudicial à qualidade das informações publicadas. No processo de corrida pelo furo, passos básicos para a produção do jornalismo são deixados de lado, como, por exemplo, a checagem das fontes. Em muitos casos, os veículos recorrem a recursos estilísticos, como o uso do futuro do pretérito, para mascarar a falta de certeza que eles mesmos possuem com relação aos dados que estão divulgando.

Erros como o apresentado nesse estudo são facilmente encontrados em coberturas online. Fatalmente, eles abalam a credibilidade do jornalismo na Internet. Em um meio cada vez mais competitivo, como a web, o papel do jornalismo é trazer a notícia na qual o leitor pode confiar. Ao contrário, o que se observa no mercado atual, é que a grande concorrência entre os webjornais faz com que a informação vá ao ar sem checagem e que os internautas regulares – não-jornalistas – têm feito o papel de criticar e selecionar as matérias mais bem apuradas.

No momento em que se discute a decisão do Supremo Tribunal Federal pela desregulamentação do jornalismo, o presente trabalho é um convite à reflexão sobre a verdadeira função da profissão em meio ao grande fluxo de informações que é disponibilizado na web. Se os processos de produção e as rotinas de trabalho executadas hoje impedem a realização do jornalismo socialmente responsável talvez essa seja a hora de rever conceitos sobre esse sistema de elaboração de notícias.

7 Referências

BOND, Fraser. *Introdução ao Jornalismo*. Rio de Janeiro: Agir, 1962.

FIDALGO, António. *Sintaxe e Semântica das Notícias Online*. Covilha, 2004. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=fidalgo-jornalismo-base-dados.html Acesso em: 7 jun 09.

LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 2002.

LÉVY, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LUSTOSA, Elcias. *O Texto da Notícia*. Brasília: Universidade de Brasília, 1996.

MATTELART, Armand. *A globalização da comunicação*. Bauru: Universidade do Sagrado Coração, 2000.

MATTELART, Armand. *Sociedade do Conhecimento e Controle da Informação e da Comunicação*. Salvador, 2005. Disponível em: <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/ArmandMattelartPortugues.pdf>. Acesso em 15 de jun 09.



MEDINA, Cremilda. *Notícia um produto à venda: Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial*. São Paulo: Summus, 1988.

MIELNICZUCK, Luciana. *Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web*. In: PALACIOS, Marcos, MACHADO, Elias (orgs.). *Modelos de Jornalismo Digital*. Calandra: GJOL, 2003

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

PALACIOS, Marcos. *Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória*. In: PALACIOS, Marcos, MACHADO, Elias (orgs.). *Modelos de Jornalismo Digital*. Calandra: GJOL, 2003

PINHO, J. B. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. São Paulo: Summus, 2003.

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

SILVA Jr., José Afonso. *Déjà-vu onipresente: repetição, previsibilidade e homogeneidade nas agências de notícias*. In: PALACIOS, Marcos, MACHADO, Elias (orgs.). *Modelos de Jornalismo Digital*. Calandra: GJOL, 2003

SOUSA, Jorge Pedro. *As notícias e os seus efeitos: as “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos*. Porto, 1999. Disponível em:
http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html. Acesso em: 07 jun 09.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005.

Sites

BBC Brasil – Cobertura caso Paula Oliveira
<http://search.bbc.co.uk/search?uri=%2Fportuguese%2F&go=toolbar&scope=portuguese&q=%22paula+oliveira%22>

Blog do Noblat
<http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>

Folha Online – Cobertura caso Paula Oliveira
<http://search.folha.com.br/search?site=online&q=%22paula+oliveira%22>