



Progressismo, Participação, Precarização e Linguagem em Abordagens Recentes Sobre Jornalismo e Internet¹

Pedro BENEVIDES²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

Um conjunto de dissertações e teses sobre jornalismo *online* recentemente defendidas é analisado para buscar questões comuns e articulações entre problemas. Busca-se o acúmulo de conhecimento a partir das pesquisas empíricas realizadas em diversas áreas, como Letras e Filosofia, além da Comunicação. Quatro grupos de questões são destacados: os ideais implicados na internet; a participação na internet; a relação entre precarização do trabalho, velocidade das notícias e valores jornalísticos; os potenciais e limites da linguagem do jornalismo *online*.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo *online*; interatividade; linguagem.

1. Apresentação

A contribuição que este texto pretende oferecer é a de articular análises realizadas por dissertações e teses recentemente defendidas no Brasil a respeito das relações entre o jornalismo e a internet. O presente artigo é produto de uma pesquisa que se encontra em seus primeiros meses, de modo que visa não mais que apresentar algumas investigações e interrogações.

Foram selecionadas em torno de 60 dissertações e teses tratando da relação entre jornalismo e internet a partir de busca no banco de teses da Capes. A partir da leitura de resumos, um segundo grupo de trabalhos foi reunido e aqueles disponíveis na internet foram analisados abaixo. Trata-se de uma primeira abordagem, exploratória, que deve ser complementada na sequência da pesquisa.

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, email: pbenevides0@yahoo.com.br.



2. Percorrendo análises recentes

2.1. Progressismo redivivo

Uma observação elementar sobre as pesquisas recentemente defendidas aponta que a tendência à apologia da internet está bem presente, ainda que às vezes involuntariamente, e ocupa considerável espaço, podendo ser entendida como uma manifestação específica de crença no progresso. Alguns textos são taxativos:

A análise do modelo de comunicação possibilitado pela rede mundial de computadores nos permite defender a revitalização do projeto habermasiano de uma esfera pública autônoma, edificada por meio da troca pública de opiniões, alimentada por uma racionalidade comunicativa. (Silva, 2008, p. 170)

Uma outra dissertação de filosofia corrobora a idéia de Pierre Lévy de que a cibercultura é herdeira do Iluminismo do séc. XVIII, compondo um novo espaço público, onde ficaria superada a dicotomia entre o público e o privado. Após resgatar a perspectiva habermasiana sobre a emergência e decadência da esfera pública, a autora passa a buscar elementos que a levam a perceber que os “cibercafés são os espaços públicos de debates do mundo contemporâneo” (Martins, 2009, p. 116).

Há textos nos quais comparecem as mazelas da sociedade, para garantir o registro de que nela não vigora a harmonia. Porém, ainda que se coloque o contraponto do aumento da desigualdade social (Martins, 2009, p. 94), permanece a esperança de que uma zona de conexões onde os ideais de autonomia e esclarecimento manteriam sua validade e, ainda, de onde poderia se expandir para aliviar males sociais.

O progresso também pode se traduzir em termos de valores democráticos, ainda que implícitos. Uma dissertação procura se precaver disso. Ela aborda bem a construção da auto-imagem do jornalismo como “juiz da causa pública” (Melo, 2009, p. 26), construção que conta com bons fundamentos, como a entrada do Brasil para o ranking dos 14 países com maior número de assassinatos não resolvidos de jornalistas, segundo o relatório do Comitê para Proteção dos Jornalistas, a serviço da ONU, divulgado em março de 2009 (Melo, 2009, p. 36-7). A participação brasileira neste lamentável grupo poderia atestar o papel da imprensa como destemida na busca da verdade. Além disso, esta dissertação resgata ainda a linhagem heróica dos jornalistas que, de William Howard Russell na Guerra da Criméia até a dupla Bernstein-Woodward



no Watergate, assumiram posições independentes e teriam oferecido suas contribuições à sociedade. Mas tais menções à democracia estão sempre carregadas de certa dúvida. O jornalismo, diz a dissertação, é ambíguo, pois defensor da liberdade e fiel ao lucro (Melo, 2009, p. 29). Porém, ao constatar as ameaças concretas que a queda nas vendas colocam à própria existência da imprensa, a dissertação expõe sua inclinação democrática: “Se o jornalismo desaparecer, o que acontece com a cidadania?” (Melo, 2009, p. 44) É como se a dissertação dissesse que não podemos confiar na imprensa mas que afinal não temos maiores alternativas além de manter a desconfiança. O despedaçamento de utopias e a ascensão mundial de neoliberalismo e fundamentalismo islâmico não poderiam deixar de afetar nossas investigações midiáticas.

A tendência progressista também pode se manifestar pelo etapismo. O raciocínio sobre as mudanças atuais do jornalismo diversas vezes fica fortemente balizado pelos marcos de Pavlik (2005) e de Machado e Palácios (2003), interessantes como referência porém usados como classificação rígida. As gerações ou fases de jornalismo *online* tornam-se parâmetros fixos. A questão sempre presente é se esta variante de jornalismo aproveita ou não todas as potencialidades da internet, segundo critérios progressistas – quanto mais interatividade, hipertextualidade etc. mais avançado é o caso analisado. Ora, esses critérios absolutamente não são os empresariais, embora sejam as grandes empresas de comunicação os objetos das pesquisas aqui analisadas. Se para os pesquisadores acadêmicos, a vitalidade deste jornalismo é diretamente proporcional ao nível de acesso, informação, participação, autonomia etc., para os pensadores de soluções corporativas, esta medida serve como fator para incorporar a participação dos consumidores. Não é à toa que esta escala de avaliação coloca resultados continuamente frustrantes. Não seria o caso de levantar dúvidas quanto à própria escala? Um exemplo desta elaboração. Uma dissertação evoca Pavlik, somado ao Grupo de Pesquisa em Jornalismo *Online*, e afirma as “características do meio” para logo assinalar a previsível decepção: “mas o próprio grupo reconhece que os sites preferem maximizar apenas uma destas características (por exemplo, o www.ultimosegundo.com.br aposta na atualização constante)” (Torquato, 2005, p. 124).

É claro que, dado o consenso construído em torno da falência das grandes narrativas, hoje senso comum universitário, cabe sempre a ressalva em relação a parâmetros de julgamento universalistas ou bitolas classificatórias. Mas ainda que a



reserva compareça como conteúdo, o critério progressista acaba permeando o texto e se manifestando em outros níveis de elaboração. Para ficar na mesma dissertação:

Esta classificação, porém, não tem como função elaborar uma evolução darwiniana da vida na Internet, com a determinação de que os sites que não se adequem estarão condenados a extinção. (Torquato, 2005, p. 125)

Sem querer ser evolucionista, mas sem conseguir se desprender da classificação por etapas ascendentes, o texto canaliza a reflexão para limites de qualificação profissional. Assim, “a grande dificuldade” se relacionada a “um desconhecimento das características do jornalismo *online*. Neste sentido, é necessária uma atualização profissional dos jornalistas” (Torquato, 2005, p. 128). Quando for sanada a lacuna da formação, afirma o autor, um “novo patamar tornará possível falarmos em um jornalismo digital de terceira geração” (Torquato, 2005, p. 128). Outra dissertação, sobre as versões impressa e *online* de O Globo, lamenta o fato de que nenhum dos sites ligados a grandes jornais brasileiros “possuem projetos editoriais específicos para Internet, que permitiriam ao leitor uma experiência imersiva em narrativas repletas de recursos multicódigos e hipertextuais” (Nunes, 2009, p. 90). Não se trata do simples caráter das abordagens praxiológicas, que não seriam aceitáveis em seus próprios termos pois suas implicações vão além de si mesmos. O problema se encontra na tendência progressista que concentra energias em apontar a insuficiência presente em função de horizonte futuro e que perde força para a identificação de problemas atuais referentes aos próprios ideais que orientam nossas investigações. As pesquisas empíricas estão muitas vezes verificando que a prática do jornalismo de internet aproveita mal suas ferramentas, mas essa percepção não retroage criticamente sobre os próprios critérios de avaliação.

2.2. o sentido da participação

As teses e dissertações vêm reunindo materiais relativos a uma variedade de manifestações da chamada interatividade, que carregaria valores como a autonomia e o discernimento. Trata-se de um leque de fenômenos difícil de apreender. Vejamos alguns que os trabalhos recentes nos apresentam.



Uma dissertação sobre agregadores de notícias – especificamente Topix, Digg e Google News – afirma o reposicionamento do leitor num contexto de queda de venda e de credibilidade dos jornais:

o indivíduo adquire, mais do que a liberdade de observar e questionar o mundo ao seu redor, a possibilidade de exercer tal liberdade. A função de vigilante deixa de recair sobre a imprensa. (...) o maior salto qualitativo se apresenta numa maior facilidade para se inserir "links" para outras páginas na rede. Isso estimula a prática do "see for yourself" o que permite uma maior facilidade na certificação da credibilidade das contribuições. (Castelo Branco, 2009, p. 129)

As possibilidades de participação seriam ilimitadas: “ao acessar um site, o usuário tem à disposição infinitas combinações de páginas disponíveis” (Peroni, 2009, p. 8). A mera presença de hipertexto já é considerada como implicando “leitura pró-ativa e interativa” (Nunes, 2009, p. 90). Existem indícios, aparentemente fortes, de que está em andamento uma situação mais aberta, como testemunhariam alguns blogs de renomados jornalistas, onde “o jornalista expõe-se às críticas dos leitores em um nível que nenhuma outra mídia possibilitara até então” (Escobar, 2007, p. 233). E a mídia não pára de demonstrar o suposto incentivo à participação do público, como no caso de O Globo, que paga pelo outdoor: “se a praia está suja, fotografe” (Melo, 2009, p. 30).

A propalada ascensão do jornalismo participativo se combina com a efetiva precarização do trabalho do repórter - “é mensurável quantitativamente a ausência do repórter nas ruas” (Melo, 2009, p. 25). Seria o caso de pensar tal regime de trabalho em cotejo com o chamado capitalismo cognitivo, na qual a interatividade é situada pela seguinte dissertação: “Gerir a atenção, e não mais a audiência, é o que busca o Google” (Melo, 2009, p. 20). Trata-se de uma ramificação empresarial amplamente reconhecida – chegando a publicações como “Wikinomics – Como a Colaboração em Massa por Mudar seu Negócio” e a categorizações como a do ex-secretário do Trabalho dos EUA, Robert Reich, que atribui grande poder aos “serviços simbólico-analíticos”, responsáveis pela identificação e solução de problemas, manipulando símbolos (Melo, 2009, p. 46-48).

Esses profissionais empoderados e precarizados se inserem em empresas cujos negócios vão muito além da comunicação, desenvolvendo diversas manobras corporativas que devem ser levadas em conta para avaliar a formatação dos fluxos de internet. Mesmo a RBS, empresa de nível regional, gere negócios em TV a cabo, em



telefonia (por um período, até vender seu provedor para os espanhóis), em serviços *online*, e também em marketing direto, produção de eventos e gestão rural (Mosimann, 2007, p. 235). Assim situados, aqueles profissionais promovem a participação dos leitores, fundamental sem dúvida para a contabilidade das empresas, que precisa de outros mostradores além do acesso para se destacar na disputa pelas verbas de publicidade. Para que as empresas se apropriem da vontade de participar das pessoas, “fazendo marketing com a participação das pessoas ou tornando esta iniciativa o próprio negócio” (Mosimann, 2007, p. 228-9), é preciso que o leitor seja levado a

“deixar pegadas” para que o portal possa apresentar resultados ao departamento comercial, sem essa resposta o investimento diminui. Esses passos são registrados por contadores de acesso, pelo envio de e-mails, por meio da participação de usuários nos chats promovidos pela Rede de TV ou sobre a programação, e em última instância, nos blogs. (Cunha, 2006, p. 137)

Programas de rádio e de TV da RBS podem atrair ouvintes e espectadores para o portal clicRBS, que por sua vez “serve como um ‘chamarisco’ para as outras mídias” (Rocha, 2006, p. 261). Existe um amplo cruzamento de ofertas, dos serviços aos *games*. O portal *hagah*, entendido pela empresa RBS como jornalismo de serviço, combina classificados e roteiro cultural com informação mais completa e espaço para dar opinião (Rocha, 2006, p. 210). Em termos de interatividade, não é o jornalismo colaborativo mas sim os *games* que “talvez representem as ferramentas de interatividade mais atualizadas” do clicRBS (Rocha, 2006, p. 262), que não deixa de utilizar os chats, “um excelente meio para atrair usuários” (Rocha, 2006, p. 262). Todas as ferramentas serão mobilizadas para fidelizar leitores que, segundo pesquisa feita no Massachusetts Institute of Technology, não passam mais de 60 segundos em cada site e cuja capacidade de concentração é de, em média, nove segundos na leitura de internet. O conteúdo é apenas um fator, posicionado entre diversos outros: “O conteúdo era visto com um elemento para fidelização do acesso, um possível diferencial” (Mosimann, 2007, p. 235). Ainda que mantenha seu prestígio, o jornalismo agora é parte destas referências cruzadas, um terreno de disputas altamente agressivas, onde a participação é fator real mas não em seus próprios termos.

2.3. Os valores da precarização

A já referida precarização do trabalho jornalístico, somada à tecnologia, traz conseqüências concretas para dimensões valorativas. Uma dissertação relaciona o fator tecnológico da velocidade e o componente deontológico da credibilidade, computando as imprecisões da cobertura do site UOL Eleições 2002. São erros assustadores, nada circunstanciais, que comprometem a credibilidade da cobertura como um todo. Por exemplo, na categoria Últimas Notícias

foram localizados 610 problemas de toda ordem em 167 matérias ao longo dos seis dias de análise. Apenas 11 notícias disponibilizadas no período não possuíam problema algum. (Soster, 2003, p. 114)

Uma outra dissertação encontra no site de O Globo “erros grotescos em relação à gramática e à ortografia”, que a mestrandia atribui à “pressa, descuido, falta de atenção e ausência de revisão editorial” (Nunes, 2009, p. 90). No caso da RBS, “o tempo real dita as regras” do portal clicRBS (Rocha, 2006, p. 258). Uma tese usa o termo *império da pressa*, quando relata que no UOL um editor “troca uma média de 60 notícias ao dia” e outro “modifica seis matérias da capa em 10 minutos” (Jorge, 2007, p. 312). Outra dissertação sobre O Globo *online* encontra 3 notícias diferentes e altamente duvidosas sobre a morte de ACM em menos de 20 minutos (Peroni, 2009, s.p.). Uma tese que compara o brasileiro *uol.com.br* e o argentino *clarin.com* relata:

não consegui encontrar nesta pesquisa – a não ser em raros casos, como a matéria de análise sobre uma favela do Rio de Janeiro – o verdadeiro jornalismo de explicação, o jornalismo interpretativo ou em profundidade. Também não descobri o jornalismo investigativo, onde os fatos fossem vasculhados em toda a profundidade para o leitor saber o nexos entre os acontecimentos. O que achei foi uma espécie de jornalismo de acompanhamento, aquele que se limita a seguir os eventos e a registrá-los. (Jorge, 2007, p. 316)

Voltando à dissertação que acompanha o UOL nas eleições, a análise da origem das matérias encontra um número reduzido vindo “Da Redação” e a maior parte das informações originadas na Reuters, desproporção que expõe o “descompasso entre a capacidade de produção de matérias no site (...) e a possibilidade de veiculação do material informativo” (Soster, 2003, p. 113). É importante atentar para essa relação, entre capacidade de produção e capacidade de veiculação, pois ela impõe alterações curiosamente contraproducentes em termos empresariais: o leitor terá farta oferta de descuidos, perceptíveis para o leigo. O site nem mesmo disponibiliza uma seção



“Erramos” (Soster, 2003, p. 114). Isso leva à formulação de que a velocidade se torna um valor ou mesmo um fetiche (segundo Soster citando Virilio e Moretzsohn), cultivado ao preço da credibilidade (Soster, 2003, p. 69) – e poderíamos nos perguntar se, afinal, o jornalismo é balizado por seus valores manifestos.

A mudança de valores pode se associar à manutenção de influência. Algumas dissertações apontam para isso – nas palavras do editor do New York Times, “Não importa quando rodaremos nossa última edição impressa. Continuaremos sendo a grande fonte de notícias” (Melo, 2009, p. 30). Uma dissertação sobre reconfigurações do jornalismo vislumbra possibilidades para o Brasil a partir do NYT, que unifica redações e treina repórteres para irem às ruas com câmeras de vídeo digitais, para que texto e imagem andem juntos (Nunes, 2009, p. 70). Em pesquisa sobre O Globo, esta dissertação confirma a tendência de integração das redações e interligação entre conteúdos, “principalmente com o impresso direcionando leitores a conferir conteúdos extras em sua página *online*” (Nunes, 2009, p. 91). A dissertação sobre o clicRBS indica bem o quanto a imprensa pode manter sua primazia, mostrando que os conteúdos que a Zero Hora publicará num dia “não podem ser furados pelo clic ainda na madrugada, quando são liberados para o baixamento, mas não para a publicação”, sendo este um dos “cuidados que a redação *online* deve ter para não prejudicar o andamento das atividades da mídia impressa, sua vizinha de prédio” (Rocha 2006, p. 261).

2.4. Linguagem

A leitura das pesquisas recentes coloca a presença de diferentes inclinações para a construção de projetos gráficos no jornalismo impresso e no digital, além de diversas influências cruzadas. Uma dissertação da área de design, tratando sobre o aspecto visual de sites de jornalismo, demonstra que o projeto gráfico do jornal impresso funciona como matriz para a organização do jornal *online*, indicando a representação visual nestes suportes como incipiente e reivindicando “o caráter autônomo da visualidade e as diferentes formas de representação da linguagem visual no meio digital” (Thomaz, 2009, p. 70). Já uma dissertação sobre mudanças no projeto gráfico da Folha de São Paulo de 2006 a 2008 identifica tendência de que elementos visuais do digital componham a imagem impressa. Encontra-se a presença, na Folha



impresa, de instrumentos que procuram replicar ferramentas de busca, links para produtos comerciais e segmentação de comunidades.

Se em um primeiro momento houve a cópia do espaço visível do impresso no digital, em um segundo momento (...) o impresso conseguiria por meio da utilização de alguns elementos visuais deixar seu espaço visível mais próximo ao existente na Internet, e os aplicaria mesmo sem a existência do espaço lógico da hipermídia. Nesse caso, o ambiente hipermidiático serviu como lupa para as possibilidades visuais. Elas sempre estiveram lá, no entanto só foram utilizadas pelo impresso a partir do momento em que se observou tais possibilidades sendo aplicadas no ambiente hipermidiático. (Benigno Neto, 2008, p. 89-90)

Para além do aspecto gráfico, as próprias concepções implícitas em cada meio se interferem mutuamente. A emissão tradicional se combina com novos meios caracterizados por “disponibilização e acesso” (Martins, 2009, p. 104), gerando uma situação em que temos “o webjornalismo em sites institucionalizados e os blogs jornalísticos em sites não institucionalizados” (Martins, 2009, p. 105). Nessa situação, liberdade de expressão e credibilidade podem assumir uma relação inversamente proporcional. Uma dissertação sobre publicações digitais científicas, orientadas pela idéias de Bakhtin sobre polifonia, aponta para uma dupla função do link: ele pode reforçar uma proposição, de modo mais linear, ou promover polêmica. No primeiro caso, ele é usado para “atrelar informações que colaborem para a construção de uma linha de pensamento mais uniforme” (Ferraz, 2007, p. 95). No segundo, hipertextos que remetem para fora do site “caracterizam posições em confronto, possibilitando o estabelecimento da polifonia [com] abertura para a presença de outra voz, com apreciação de valor contrária” (Ferraz, 2007, p. 94). O e-mail e o blog seriam gêneros especificamente digitais, pois a tecnologia computacional marca sua estrutura composicional, chegando a modificar a própria recepção de tais gêneros, de modo que “a leitura de um artigo ou reportagem seja influenciada pela possibilidade de se enveredar por diferentes links eletrônicos” (Ferraz, 2007, p. 94). Numa comparação entre a *Folha Online* e o jornal alemão *Frankfurter Allgemeine Zeitung.net*, uma dissertação observa que o link no hipertexto noticioso pode inserir

continuidade de sentidos por meio da repetição de elementos semanticamente relevantes, mantendo-se um centro temático, o que faz dos textos do corpus analisado lineares no aspecto textual-discursivo. (...) o uso da repetição como estratégia de referência textual em hipertextos noticiosos demonstra uma categorização em conjunto com as características técnicas do suporte. (Reis Junior, 2007, p. 167-8)



Uma dissertação busca novas possibilidades de expressão e interação em três blogs (o Blog do Noblat, em O Estado de São Paulo, o blog de Moreno, no Globo *Online*, e o de Josias de Souza, no Folha *Online*), que a autora percebe como fonte de renovação possível para o jornalismo. Os blogs apresentam critérios de seleção (morte, notoriedade, infração e novidade) e de construção de texto (simplificação, dramatização, personalização e consonância) semelhantes aos do jornalismo impresso, porém com outros contornos: “Eles são ora amplificados (caso da personalização), ora ultrapassados (isso ocorre freqüentemente no caso da simplificação)” (Mendes, 2007, p. 124). Todos os valores-notícia presentes no jornalismo impresso são transpostos para os blogs porém

esses valores não bastam para enquadrar todos os conteúdos que compõem os blogs. Que valor-notícia teria, por exemplo, o texto em que Jorge Bastos Moreno discute a relação com os leitores de seu blog? Qual é o valor-notícia do poema que Noblat publica todas as noites em seu blog? E o de um texto sobre as eleições de 2002 que Josias de Souza republicou às vésperas do segundo turno de 2006? (Mendes, 2007, p. 124)

As pesquisas empíricas vão levantando pequenos fragmentos de um amplo universo e fazendo seus apontamentos parciais. Muitas vezes, as boas perguntas são seu principal resultado.

3. Interrogações finais

O hipertexto pode ser percebido e utilizado como uma ferramenta corriqueira, uma mera prancha através da qual se surfa, ato tão superficial quanto a troca de canais. Porém, por maior que seja a banalidade de seguir uma trilha aleatoriamente, isso não neutraliza a possibilidade sempre colocada de se construir um caminho de significação, criando narrativas pelo percurso através do conteúdo compartilhado. São as promessas do hipertexto. Steven Johnson encontra um raro exemplo que aponta para a realização desse potencial num irônico site chamado Suck:

enquanto todos os demais sites da Web concebiam o hipertexto como meio de aumentar a experiência de leitura, Suck o via como oportunidade para sonegar informação, (...) para condensar sua prosa, não para expandi-la. (Johnson, 2001, p. 98-99)

Assim, por exemplo, uma página traz texto com a palavra *corrupção*, cujo link leva a esta mesma página e assim o leitor, após abandonar a hipótese de que se trata



de erro de programação, se dá conta de que o link está afirmando a cumplicidade do site com a mercantilização da cultura (Johnson, 2001, p. 99). Trata-se de um caso excepcional, mas que nos ajuda a lembrar a diferença, que o processo histórico leva a confundir, entre a técnica e a linguagem.

A utilização dominante de uma técnica tende a abafar – embora não neutralizar – seu potencial. Confundimos a capacidade expressiva de um meio com as realizações limitadas do mercado. Para colocar as possibilidades das imagens virtuais em perspectiva histórica, André Parente se alimenta do exemplo do cinema, que

pode, em função de seus diversos usos, integrar regimes sócio-imagéticos diferentes: o cinema como a mais velha ilusão do movimento, o cinema como arte do movimento, o cinema como arte de reprodução e arte das massas, o cinema como automatismo espiritual. É preciso saber diferenciar o modo dominante de um meio de expressão que, a partir de um determinado período, se impõe como o modo específico de utilização do meio. (Parente, 1993, p. 16)

Os modos de utilização estão em plena gestação, como no caso do celular como meio jornalístico, estudado por uma dissertação sobre notícias adaptadas para celulares, segundo a qual o jornalismo feito para celulares “não representa uma quebra radical de paradigmas na área da comunicação jornalística”. A análise demonstra que “os componentes estruturais do jornalismo [são] incorporados de uma forma particular e condizentes com a dinâmica do veículo” (Carmo, 2008, p. 98). Mas até que ponto novos formatos seriam possíveis num meio tão cerceado? Os limites técnicos são freqüentemente entendidos como motivo para a dificuldade na criação de meios próprios de expressão *online*. Como no caso do telejornal, que “precisa aguardar o desenvolvimento de um melhor potencial técnico de transmissão de vídeos para então acrescentar ao sistema de produção o dinamismo característico dessa mídia” (Cunha, 2006, p. 140). A vitalidade de um meio se identifica falsamente com a tecnologia. São dimensões que precisam ser diferenciadas e articuladas, não confundidas.

A internet ainda vai gerar muita perplexidade, de modo que a cautela deve ser uma postura bem cultivada. É como pensa uma dissertação defendida em 2006, projetada no início desta década em meio a uma crise de circulação dos jornais. A forte queda nas vendas recolocava a pergunta sobre o futuro do jornal impresso na chamada sociedade da informação. Ao longo da pesquisa – e contra as expectativas de seu autor – os negócios se recuperam e no fim de 2005 os editores comemoram recordes de vendas.



A perspectiva histórica deve funcionar como medida preventiva a arroubos e veredictos.

Como pondera um mestrando:

Este é um campo no qual conclusões precipitadas não são aconselháveis. A crise dos jornais não é o tema deste trabalho. A tentativa, aqui, foi a de identificar o que há de estrutural, para além do crítico. A tentação de extrapolar de um para o outro é grande. Períodos de mudanças vertiginosas, como o que vivemos, convidam a polarizações, a conclusões categóricas. (Sant’Anna Filho, 2006, p. 128)

Mesmo que tenhamos noção (maior ou menor) das relações entre comunicação e mercado, por outro lado tendemos a ignorar a abrangência daquelas relações, podendo cair em posições ingênuas. Uma dissertação apóia-se em Castells para afirmar a potencialização através do hipertexto da capacidade humana de combinar diferentes expressões culturais e atribuir sentido novo a elas nesse processo de rearticulação. Para investigar esse amplo leque de possibilidades libertadoras, o autor escolhe a propagação de notícias sobre o 11 de setembro na internet. Feita a escolha, o procedimento do pesquisador é digitar “september 11” no Google, que o leva à CNN, principal fonte de toda a dissertação (Campos, 2006). É curioso o percurso que parte de afirmações esperançosas sobre a construção de sentido na internet e logo cai nas malhas de grandes corporações, que certamente não serão o terreno mais fértil para as experiências cognitivas cuja possibilidade anima a referida pesquisa.

Mas as relações entre mercado e comunicação podem ir muito além. Discorrendo a respeito da importância do design de interface como forma simbólica, Steven Johnson resgata o exemplo da perspectiva renascentista para explicitar o potencial em jogo. Segundo ele, a descoberta da ilusão de profundidade no século XV foi, inicialmente, visto como curiosidade ou no máximo como um melhoramento do ofício do pintor. O ponto de fuga e outras técnicas correlatas, porém, se mostraram como poderosas forças numa transformação mais ampla. Não apenas ajudou a fornecer estatura cognitiva à pintura e elevou o pintor ao nível de intelectual, mas sobretudo contribuiu para colocar a representação centrada no homem – e não em Deus – como referência primordial. “A perspectiva começou como uma inovação técnica, mas acabou contribuindo para a produção do que hoje chamamos o Renascimento” (Johnson, 2001, p. 156). Raciocínios como este nos projetam para quadros muito mais amplos e que são decisivos para a configuração de nossos objetos. Porém, no mais das vezes, nossas pesquisas têm a perspectiva de algumas décadas.



Por fim, cabe refletir sobre as novas exigências metodológicas colocadas pelas relações entre jornalismo e internet. Uma vez que a programação perde sua fixidez e dada a fugacidade do suporte digital, novas operações de pesquisa já estão sendo demandadas. As novas experiências de pesquisa apresentam recortes altamente limitados (*corpora* de alguns poucos dias de enunciação) e muito difíceis de oferecer generalizações. Além disso, esses reduzidos casos estudados se confrontam com grandiosas teorias, geradas em contextos diferenciados, e que pesam sobre nossas frágeis pesquisas com uma força de enquadramento sufocante. Seria preciso estudar especificamente as operações de pesquisadores que se defrontaram com a transitoriedade extrema da internet e acumular experiência para pesquisas cada vez mais conseqüentes. Apesar de termos mais de uma década de trabalho com a qual aprender, costumamos simplesmente ignorar a produção próxima, um vício coerente com a tendência à dispersão no campo de pesquisa em comunicação.

REFERÊNCIAS

BENIGNO NETO, Edmundo Mendes. **Internet impressa?** A influência do hipertexto no projeto gráfico da Folha de São Paulo. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação na Contemporaneidade) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2008.

CAMPOS, Sidney de. **O evento de 11 de setembro nos EUA e o discurso da Internet.** 2006. Mestrado. Dissertação (Mestrado em Letras) – Departamento de Letras Modernas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

CARMO, Fernando Corrêa do. **Jornalismo móvel:** um estudo do noticiário produzido para celulares. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação na Contemporaneidade) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2008.

CASTELO BRANCO, Maria Claudia Ferraz Ramos. **Agregadores de notícias na construção de uma esfera pública interconectada.** 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2008.

CUNHA, Juliana Fontanella da. **O telejornal na transposição das mídias:** modos de produção e efeitos de sentido. 2006. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Marília, São Paulo, 2006.

ESCOBAR, Juliana Lucia. **Deu no post:** blogs como nova categoria de webjornalismo. Um estudo de caso sobre o Blog do Noblat. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

FERRAZ, Flavia Silvia Machado. **Gêneros da divulgação científica na Internet.** 2007. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.



JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface – Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. RJ: Zahar, 2001.

JORGE, Thaís de Mendonça. **A notícia em mutação**: estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital. 2007. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

MARTINS, Sandra Olades. **Uma Segunda Mudança Estrutural na Esfera Pública**. 2009. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, 2009.

MELO, Geraldo Lucio de. **O Jornal no Bios Virtual**: a âncora e o lastro social. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

MENDES, Larissa de Moraes Ribeiro. **Outras práticas, outras narrativas**: jornalismo em transformação nos blogs jornalísticos. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

MOSIMANN, Rogério de Souza. **Implicações da internet nos jornais e a presença da RBS na web**. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2007.

NUNES, Janaína de Oliveira. **Do impresso à Hipermídia**: reconfiguração do jornalismo na era da comunicação digital. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, 2009.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Org.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

PARENTE, André (org.). **Imagem Máquina – A era das tecnologias do virtual**. RJ: Ed. 34, 1993.

PAVLIK, John V. **El periodismo y los nuevos medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 2005.

PERONI, Gabriel Prado. **A aceleração dos meios de comunicação e a elaboração das notícias nos portais da internet**. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

REIS JUNIOR, Ferdinand Miranda. **O link como fator de coerência em hipertextos noticiosos brasileiros e alemães**. 2007. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

ROCHA, Paula Jung. **Jornalismo em tempos de cibercultura**: um estudo do clicRBS. 2006. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2006.

SANT'ANNA FILHO, Lourival de. **O jornal na sociedade da informação**: como a "Folha", o "Globo" e o "Estado" respondem às inovações tecnológicas, à queda de leitura e à concorrência com novos meios. 2006. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.



SILVA, Wagner Alonge da. **Blogs entre o continuum e o degradé**: um estudo de gêneros ciberjornalísticos e critérios de noticiabilidade. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita, São Paulo, 2008.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. **Webjornalismo, Velocidade e Precisão**: O caso do site UOL Eleições 2002. 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2003.

THOMAZ, Danielle de Almeida Pacheco. **Características da interface dos sites de notícias**: um estudo do design e da usabilidade de jornais impressos e eletrônicos. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita, São Paulo, 2009.

TORQUATO, Ricardo Cassiolato. **Jornalismo digital**: a forma e a produção da notícia. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Marília, São Paulo, 2005.