

O CASE DO AVIÃO QUE NÃO CAIU: práticas de disseminação da informação na internet

Ana Kelma Cunha Gallas

Em 2008, o anúncio que o Globo News TV fez da queda de um avião da empresa Pantanal, em São Paulo, próximo ao aeroporto de Congonhas, foi desmentido 5 minutos depois, mas repercutiu velozmente em portais de notícias de todo o país. A velocidade da era digital implica em repensar as formas de atuação e os mecanismos de monitoramento da esfera pública e, especialmente, da atuação da imprensa. Este artigo pretende analisar, tomando como referência este acontecimento, como a atuação dos canais "all news", as práticas de disseminação de uma informação pela internet. A discussão tenta ainda determinar como a informação pode ser constituída, manipulada ou, ainda, deturpada, em função da velocidade. Questiona-se, enfim, se o Jornalismo teria perdido a capacidade examinar a informação previamente antes de disseminá-la, rendendo-se ao boato.

PALAVRAS-CHAVE: Internet, Informação, boato.

1. INTRODUÇÃO

As Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) provocaram uma profunda mudança de paradigma nas formas de ensinar, aprender, pesquisar, registrar e disseminar informação. Um dos motivos é que essas tecnologias se caracterizam pela convergência, que pode ser definida, como o uso de um mesmo equipamento para os mais diferentes serviços como: telefonia, vídeo, música e internet, conforme conceito apresentado por Wilson Dizard Jr em “A Nova Mídia”, obra em que analisa o dramático impacto dos avanços na tecnologia sobre a comunicação. Computadores multimídia, I-pods, DVDs, banco de dados portáteis, celulares cada vez mais convergentes e a Internet apresentam-se, aparentemente como um conjunto de tecnologias que ressaltam o caráter dinâmico e volátil da comunicação contemporânea.

Neste contexto, em que se sucedem casos do uso intrusivo de tecnologias na exploração do público e do privado, meio a compreensão do público de que o mundo está sob controle com os “vastos recursos da informação”, não raro, sujeitos e organizações fragilizam-se diante das armadilhas das TICs. Para Dizard Jr (2000), a tecnologia sempre foi determinante na definição e atuação da mídia de massa.

Nas últimas décadas, a comunicação parece estar marcada pela ambigüidade. Ao mesmo tempo em que surgem novas formas de comunicação voltada para grandes públicos (como Youtube, Orkut, Facebook, Second Life, My Face), os grandes meios também empreendem uma busca pelos chamados “nichos”, em que estariam pequenos públicos interessados em assuntos específicos.

Não restam dúvidas que o jornalismo tenha se transformado sob o impacto das TICs, especialmente, com a aceleração provocada pela inserção do computador nas redações e, posteriormente, da internet e outros suportes tecnológicos. Hoje, especialmente depois da popularização das câmeras digitais (inclusive, as embutidas nos celulares), a produção de notícia deslocou-se do profissional da imprensa para o público, nascendo daí fenômenos como o chamado jornalismo cidadão e colaborativo. Como conseqüências disso, as fontes da informação multiplicaram-se, provocando uma redefinição do espaço privado e a necessidade de uma maior vigilância sobre os processos de produção da notícia.

Em outra instância, o papel das assessorias foi afetado diretamente, pois estes profissionais tiveram que aprender a lidar com um novo cenário marcado pela tecnologia, em que boatos e cenas gravadas por amadores chegam aos variados meios de comunicação em

poucos segundos, alcançando grande repercussão. Um caso exemplar deste admirável mundo novo da tecnologia foi protagonizado pela modelo Daniela Cicarelli. Em 2006, a modelo e apresentadora foi flagrada por um cinegrafista amador trocando carícias íntimas com o namorado Renato Malzoni Filho, em uma praia na Espanha. As cenas foram divulgadas no YouTube, tornando-se imediatamente um dos vídeos mais populares da rede, levando o casal a mover duas ações na Justiça: uma pedindo indenização por danos morais, contra as Organizações Globo, o Internet Group (iG) e o YouTube; e a outra pedindo a retirada dos vídeos do ar. Usuários do You Tube fizeram uma barulhenta campanha contra o embargo, enquanto outros pediam a demissão da apresentadora do canal de TV em que a mesma trabalhava na época.

O caso reafirma a necessidade de repensar a esfera pública, profundamente alterada pela velocidade da era digital que, segundo Medeiros, “implica em repensar as formas de atuação e os mecanismos de monitoramento da esfera pública”.

O conceito da Esfera Pública, criado por Habermas, diz respeito a um terceiro aspecto da ação comunicativa, não mais em relação à sua função ou conteúdo, mas ao seu espaço social. Assim, podemos inferir que as tecnologias, como resultado de um investimento conceitual e técnico, transformam efetivamente a vida social e, da mesma maneira, esta esfera transforma a tecnologia.

É evidente que a comunicação funciona com práticas, habilidades e representações reciprocamente implicadas de forma sistêmica. Assim, é possível concluir que as tecnologias garantem um amplo leque de alternativas de criação, produção e disseminação de informações entre sujeitos. Pode-se dizer, ainda, que a comunicação depende da vida social, uma vez que nasce da relação cooperativa entre sujeitos que apresentam, formulam e compartilham informações dentro de um ambiente socialmente construído. O ponto central deste processo é a relação de reciprocidade entre os indivíduos.

2. O CASO DO ACIDENTE AÉREO QUE NÃO OCORREU

Como produto do relacionamento social, a comunicação pode ser conduzida através das evidências (fatos), da persuasão ou do debate, mas, também, pode ser constituída e manipulada, especialmente pelos formadores de opinião. Numa época em que a comunicação transita com velocidade em diversos meios, a capacidade examinar a informação previamente

antes de disseminá-la ficou seriamente afetada. O problema não está exatamente no suporte ou meio usado para disseminar a informação, mas como tudo isso é feito.

No dia 20 de maio de 2008, por volta das 17h, a Globo News TV fez o seguinte anúncio: “Interrompemos a transmissão da CPI dos Cartões Corporativos para mostrarmos imagens ao vivo de São Paulo. Acaba de chegar informações de que um avião da empresa aérea Pantanal caiu em cima de um prédio comercial na zona sul de São Paulo”. A informação causou alvoroço imediato. Vários portais reproduziram a chamada do repórter, sem se dar ao trabalho de checar os dados antes com a Infraero, apontada inicialmente como fonte da informação.

A primeira nota sobre o possível acidente foi publicada pelo plantão do portal Globo Online, às 17h19m: “SÃO PAULO - Um avião da companhia aérea Pantanal se chocou com um prédio na altura da Avenida Santo Amaro, altura do 2006, há poucos minutos. Há fogo e fumaça no local. O acidente aconteceu próximo ao aeroporto de Congonhas”.

As falhas no processo de apuração da notícia; a pressa no fechamento das editorias; a corrida pelo chamado “furo de reportagem” e a concorrência entre os meios, foram alguns dos fatores desencadeadores do caso citado, considerado entre os profissionais, como “Barriga”. O

termo, criado nas redações de jornais brasileiros, significa “publicar fato falso, mas sem a intenção de enganar o leitor”.

Apesar de ser desmentido em pouco tempo, vários portais reproduziram a informação inverídica.



FIGURA 1 – NOTÍCIA VEICULADA NA UOL

No Blog do Noblat seguiram-se várias notas: às 17h26, Noblat veicula: “Informa a Globo News que o incêndio é em uma loja de colchões da rua Araguaí. Mas ainda não se sabe de fato se foi provocado pela queda de um avião”. Às 17h27: “Informa a Globo News que não há mortos nem feridos. A Pantanal desmentiu que tenha caído um dos seus aviões”. Às 17h34m, finalmente avisa: “Incêndio em prédio nada teve a ver com queda de avião. A Pantanal desmentiu que um dos seus aviões tenha caído há pouco sobre um prédio no bairro de Campo Belo na capital de São Paulo. Há uma loja de colchões em chamas - mas não há feridos nem

mortos”. Também repercutiram a informação o canais de TV por assinatura Record News e várias emissoras de rádio locais.

A cobertura jornalística sobre o episódio da falsa queda do avião foi mapeada pelo Portal Imprensa¹, na matéria “Imprensa Aloprada”:

De acordo com o Portal Imprensa, no dia 20 de maio, por volta das 17h20, sites como Terra, UOL, Folha Online, Estadão e IG, noticiaram a queda de um avião da Pantanal Linhas Aéreas em cima de um prédio no bairro do Campo Belo, na Zona Sul de São Paulo. O primeiro a repercutir a informação do Globo News de que um avião da empresa Pantanal havia se chocado contra um prédio residencial foi o Portal UOL², às 17h19, com a manchete "Avião da Pantanal cai na zona sul de São Paulo".

O Portal Terra postou duas matérias sobre o caso: “Avião cai em prédio na região sul de São Paulo” e “Infraero não confirma queda de avião”, ambas pautadas também pelas informações da Globo News.

FIGURA 2 – NOTÍCIA VEICULADA NO PORTAL TERRA



Na verdade, o incêndio atingiu uma loja de colchões, sem a presença do suposto avião. Dez carros do Corpo de Bombeiros foram ao local para tentar controlar o fogo e, segundo a Polícia Militar, não havia notícias sobre mortos ou feridos. A assessoria da Infraero afirmou não ter sido procurada para prestar informações sobre o ocorrido.

¹ http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2008/05/20/imprensa19533.shtml

² Apuração de Ana Luiza Moulattlet, Karina Padial, Marina Dias e Thaís Naldoni

Ainda de acordo com o Portal Imprensa, a Central Globo de Comunicação disse que as imagens do incêndio foram mostradas ao mesmo tempo em que a informação era apurada. "A Globo News, como um canal de notícias 24 horas, pôs no ar imagens do fogo assim que as captou. Como é normal em canais de notícias, apurou as informações simultaneamente à transmissão das imagens. A primeira informação sobre a causa do incêndio recebida pela Globo News foi a de que um avião teria se chocado com um prédio na região do Campo Belo, Zona Sul de São Paulo. Naquele momento bombeiros e Infraero ainda não tinham informação sobre o ocorrido", diz em nota.

Ainda de acordo com o comunicado, a própria equipe de Jornalismo da emissora apurou não se tratar da queda de um avião, mas de um incêndio. "As equipes da própria Globo News constataram que não havia ocorrido queda de avião e desde então esclareceu que se tratava de um incêndio em um prédio comercial. Poucos minutos depois, o Corpo de Bombeiros confirmou tratar-se de um incêndio em uma loja de colchões".

O responsável pela notícia equivocada, segundo informações que circularam em vários sites da web no dia seguinte ao ocorrido, foi demitido. O profissional – que não teve seu nome divulgado – além de produtor da Globo News TV, era editor-chefe de um jornal da emissora em São Paulo. A própria emissora publicou um desmentido oficial da informação inverídica em seus canais e jornais da grande imprensa, mas tardiamente. A imagem da emissora estava arranhada. O fato levanta uma questão fundamental nestes novos tempos: vale a pena, na correria e no calor dos acontecimentos, divulgar um fato ainda não checado apenas para "informar primeiro"?

Um outro caso de barriga ocasionado pela falta de melhor apuração de fontes da internet ocorreu com o Estadão, em 2007, que tomou um boato, originado de uma matéria humorística e inverídica publicada em um jornal norte-americano, como verdade. O caso ocorreu durante a campanha assinada pela Talent, movida pela jornal contra o avanço dos blogueiros, que, segundo a perspectiva mercadológica do veículo, estariam fazendo o trabalho dos jornalistas, mas sem gozar de confiabilidade. Ironicamente, foi o mesmo Estadão que publicou uma matéria enganosa, em agosto de 2007, sobre um norte-americano que teria operado o dedo para usar o iPhone³. Pouco tempo depois, denunciado em diversos blogues, o Estadão removeu o conteúdo falso, se justificando por meio da nota "Correção necessária": "SÃO PAULO - Há pouco mais de um mês, no dia 10 de agosto, este portal publicou uma informação errada como se fosse notícia verdadeira. O texto, com o título "Homem diminui dedo da mão para usar iPhone", afirmava que

³ URL: http://www.estadao.com.br/tecnologia/not_tec50784,0.htm

um norte-americano havia se submetido a uma operação plástica para permitir o uso de um aparelho telefônico. A fonte da história, um jornal do Colorado, nos EUA, era citada - mas a história era falsa, um “hoax”, uma brincadeira feita para, como explicou mais tarde o editor da publicação, por em questão uma série de modas e manias da sociedade norte-americana (a adesão febril a novidades tecnológicas e a recorrência à cirurgia plástica). Detectado o problema, decidimos retirar a informação do ar e publicar esta correção. Pedimos desculpas aos nossos leitores pelo erro. Providências foram tomadas para reduzir ainda mais a possibilidade de que ocorrências assim se repitam”.

As tecnologias, sem dúvida, colocaram à disposição dos jornalistas uma gama maior de recursos para informar com maior agilidade, rapidez e segurança, inclusive dentro da modalidade chamada “tempo real”. A instantaneidade e a interatividade online são dois aspectos do web jornalismo. A Internet possibilitou aos usuários obter informações instantâneas e de forma sistemática, mais rapidamente do que os demais meios de comunicação. Por outro lado, o web jornalismo nem sempre goza da mesma credibilidade. Os motivos são vários: nem sempre as redações dos portais possuem bons profissionais, as matérias nem sempre são apuradas e aprofundadas, e, por último, predomina o hábito de “copiar/colar” informações postadas em outros portais. Em muitos casos, a necessidade de manter o portal atualizado e o volume de novas informações que chegam às redações destes portais, explicam, mas não justificam a ausência de uma melhor apuração ou aprofundamento das matérias.

Um dos problemas da instantaneidade é justamente seu caráter imediatista: em função da dinâmica do momento, da complexidade das relações entre concorrentes e da impulsividade, coloca-se em segundo plano, quase sempre, o bom senso e a ponderação, que faziam parte do *modus operandi* das antigas redações. Pensar, refletir, considerar são verbos que não influem tanto na produção das informações na web. Muitos não dão tanto valor e importância a qualidade das informações, contanto que elas circulem; e, uma vez postadas, elas podem ser desmentidas.

3. NOVOS TEMPOS IMPLICAM EM MUDANÇAS NO MODUS OPERANDI JORNALÍSTICO

As mudanças ocasionadas pela inserção das tecnologias no ambiente da comunicação começaram há muitas décadas, com o uso do telefone e da máquina de escrever, substituindo o trabalho da escrita manual. Mais tarde, a introdução do computador no ambiente das redações afetou profundamente a forma de fazer Jornalismo. Com o uso dos computadores e demais

dispositivos eletrônicos, o trabalho era concluído em menor tempo e com maior agilidade, dispensando algumas etapas dispendiosas. Nas redações de jornais, etapas como o diagrama (já que a diagramação passou a ser feita no ambiente virtual) foram extintas; as matérias poderiam ser feitas à distância e enviadas para a redação; as fontes poderiam ser entrevistadas através de um chat. Conferências telefônicas, videoconferências ou contatos pela internet começaram a substituir a necessidade de reuniões presenciais. Multiplicaram-se os meios de registro e arquivamento de informações. Os jornalistas substituíram o bloquinho de papel e a caneta pelos gravadores (inicialmente analógicos) pelos digitais. Hoje, em alguns casos, grande parte do trabalho jornalístico depende de alguma ferramenta computacional ou da internet. Com a internet é possível comunicar-se com a fonte através de e-mails, messengers, videoconferências etc, veiculando informações que o destinatário recebe instantaneamente. Um destes mecanismos de comunicação instantânea é a "voz sobre IP", que se caracteriza por ligações telefônicas feitas a partir do computador, como o VOIP, ou usando-se programas populares como o Skype. Há uma gama extensa de aparelhos celulares multifuncionais que também combinam antigas operações isoladas. Hoje, em um único aparelho pode-se realizar várias operações como: receber chamadas, ou ligar; enviar e receber mensagens, fotografias, vídeos, acessar a internet. Tais aparelhos têm a função de agenda, mp3 player, despertador, calculadora, entre outras funções. Com celulares de última geração, como o G3, é possível registrar um furo de reportagem, gravar depoimentos, tirar fotos da matéria, ou filmar uma cena que mais tarde será reproduzida no telejornal ou postada em um site de compartilhamento de imagens, como o Youtube. As câmeras digitais não apenas servem para "fotografar", mas são usadas, hoje, também como dispositivos de arquivamento de dados. Os smartphones, sintetizando a convergência multimídia desses novos tempos, aliado ao uso simultâneo de diversas mídias digitais, marcam essa nova era. Não se pode obscurecer, porém, as conseqüências do uso da tecnologia na produção e disseminação da informação. No campo econômico, tais tecnologias se tornaram mais acessíveis e fáceis de serem usadas. A produção da informação passou das mãos privilegiadas de uma pequena minoria e, hoje, está passando gradativamente para as mãos dos consumidores. Isso implica numa série de mudanças. O surgimento e consolidação de sites, blogs, TVs e rádios online, e sites de relacionamento estão entre as conseqüências dessa democratização do uso das tecnologias da comunicação e da informação. O computador ligado à internet tem sido o símbolo dessa revolução, instrumento vital da comunicação informal entre milhares de pessoas.

O antigo modelo de comunicação, herdado de uma lógica em que poucos produzem informação para uma grande maioria consumir, está sendo substituído gradativamente por um

outro modelo, em que os conceitos de liberdade de opinião e a necessidade de colaboração estão mais evidentes, ao mesmo tempo em que diminui ou quase inexistem, neste processo, a regulação do estado e dos grandes meios de comunicação. É necessário entender que, diferentemente das sociedades que viveram no século XIX e até a metade do século XX, o acesso a informação ainda era reduzido. Mesmo até os anos 80, as mídias analógicas dominavam, especialmente com os aparelhos três-em-um (vitrola, fita cassete e rádio AM/FM). Foi um marco, portanto, a introdução das chamadas mídias digitais e, a partir dos anos 90, a popularização do celular, do computador e do uso da Internet. Nos últimos dez anos, a comunicação transformou-se radicalmente e as novas gerações estão crescendo em um ambiente midiático, especialmente por causa da introdução de conceito de “instantaneidade”. João Carlos Caribe, no artigo “A instantaneidade, o crowdsourcing e o jornalismo social”⁴, adverte sobre as mudanças ocorridas nos últimos 20 anos, quando o máximo de instantaneidade, em termos jornalísticos, que a humanidade conhecia eram a TV e o rádio. Na década de 80 e 90, as fontes de informação eram escassas, a notícia era pré-digerida pelo emitente. Assim, segundo o articulista, 24 horas depois, poderíamos obter mais detalhes nos jornais e posteriormente nas revistas. Existia um pouco de controvérsia, mas tudo muito ameno: “As informações eram filtradas e escolhidas por diretores e redatores, e nossa liberdade de escolha se restringia a poucas opções”. Informações sobre o atentado às Torres Gêmeas, nos EUA, por exemplo, levariam pelo menos duas semanas para gerar um volume de informação significativo, quando, apesar do desconhecimento de todos os fatos, a tragédia foi acompanhada simultaneamente por milhões de pessoas em todo o mundo através de canais de TV, Rádio, Jornais e Internet, sem falar nos meios alternativos. Em um episódio recente, como o do incêndio na Califórnia, poucos segundos depois dos primeiros focos, as pessoas começaram a repercutir as informações por meio de seus blogs, Twitter, YouTube, e não menos relevante, através da Wikipedia: “A cobertura se dá de forma descentralizada com as pessoas “Twittando” através de seus celulares, postando em seus blogs a partir de seus smartphones, ou até mesmo de seus notebooks”, afirma Caribe.

Tais mudanças têm um impacto profundo sobre o marketing e a publicidade, mas, especialmente, sobre a produção de conteúdo. Neste sentido, o trabalho dos jornalistas não está mais sendo desenvolvido da mesma maneira que nos anos 80 e 90. As organizações midiáticas mudaram, testaram novos formatos, novas formas de apresentar conteúdos e serviços, para atender a um público cujo interesse, diante de tantas ofertas, parecia cada vez mais volátil. Uma

⁴ Acessado: <http://blog.flash-brasil.com.br/2007/12/16/a-instantaneidade-o-crowdsourcing-e-o-jornalismo-social>

das implicações do acesso do público às mídias é a percepção de que estes também podem ser usados também como produção de conteúdo (imagem e som), sem a necessidade da intermediação da imprensa. A Assessoria de imprensa é uma das áreas da Comunicação, composta, ainda, pelo Jornalismo, Publicidade /Propaganda e Relações Públicas. Historicamente, a Assessoria de Imprensa trabalha com as ferramentas do Jornalismo em favor de um cliente (que pode ser uma pessoa ou uma organização). No atual contexto tecnológico, o trabalho das assessorias é favorecido pelo uso dos suportes tecnológicos. Através desses dispositivos (telefone, email, chats) é possível manter uma comunicação próxima e confiável com a imprensa, distribuindo conteúdos. Por outro lado, os desafios do atual contexto são mais acentuados. Os mesmos dispositivos tecnológicos que favorecem o trabalho da imprensa também garantem aos diferentes públicos a capacidade de gerar informações sobre seus clientes, provocando eventuais crises na imagem. Nos grandes meios de comunicação ainda prevalece o princípio da disseminação de informação pelo interesse geral, pela novidade e relevância. Porém, nos últimos anos, principalmente nos canais alternativos de comunicação, informações não-cheçadas, que ferem o direito à privacidade, têm ganhado um grande espaço e feito sucesso junto ao público. Hoje, uma das tarefas da Assessoria de Imprensa é justamente monitorar o fluxo de comunicação e controlar as manifestações sobre seus assessorados, de tal maneira que informações não-cheçadas, fofocas e boatos, sejam desmentidos.

Conclusão

É necessário que as assessorias de Imprensa organizem suas atividades a partir de uma concepção sistêmica, que envolve o relacionamento com o cliente (organizações, pessoas), com a imprensa e com os diversos públicos. Neste sentido, o trabalho da Assessoria de Imprensa é justamente o de ter uma visão geral do conjunto de forças que atuam nesse sistema; evitar a dispersão de meios; viabilizar as possíveis soluções, evitar improvisos e flexibilizar, se for o caso. Hoje, as assessorias de imprensa lidam com crises desencadeadas por uma infinidade de fatores, entre elas, a proliferação de ferramentas de mídia, especialmente, as disponíveis em celulares, computadores, câmeras digitais. Isso repercutiu no aumento expressivo do número de fontes, e, ainda, na velocidade e interação dessas informações entre os membros da rede. Proliferaram, também, os caçadores de celebridades, espalhando seu material em programas de TV, revistas e jornais de fofoca, e pela internet. Há um amplo aspecto desta questão envolvendo a quebra de valores como a privacidade. No campo da comunicação organizacional, as assessorias também precisaram estar vigilantes a programas de Tv, jornais, revistas, e sites e

blogs que exploram e repercutem informações sobre empresas ou organizações públicas e privadas, sem deixar claro, em muitos casos, a natureza de suas intenções.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARIBE, João Carlos. **A instantaneidade, o crowdsourcing e o jornalismo social**. Disponível em: <http://blog.flash-brasil.com.br/2007/12/16/a-instantaneidade-o-crowdsourcing-e-o-jornalismo-social>, acesso em: 19 de junho de 2008.

DIZARD JR, Wilson. **A Nova Mídia - A Comunicação de Massa na Era da Informação**. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 2000.