

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

BRUNO CALIXTO MENDES

**A INTRODUÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS E A RELAÇÃO  
JORNALISMO E SOCIEDADE**

JUIZ DE FORA, 1.º Sem. 2006.

BRUNO CALIXTO MENDES

**A INTRODUÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS E A RELAÇÃO  
JORNALISMO E SOCIEDADE**

Trabalho de conclusão de curso de  
graduação em Comunicação Social.  
Universidade Federal de Juiz de Fora,  
Faculdade de Comunicação Social.  
Orientadora Acadêmica: Professora  
Ms.Teresa Neves.

Juiz de Fora, 1.º Sem. 2006.

BRUNO CALIXTO MENDES

**A INTRODUÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS E A RELAÇÃO  
JORNALISMO E SOCIEDADE**

Trabalho de conclusão de curso de  
graduação em Comunicação Social.  
Universidade Federal de Juiz de Fora,  
Faculdade de Comunicação Social.

Data de aprovação: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

---

Profa. Ms. Teresa Neves (orientadora)  
Universidade Federal de Juiz de Fora

---

Prof. Dr. José Luiz Ribeiro (convidada)  
Universidade Federal de Juiz de Fora

---

Prof. Dr. Álvaro Trigueiro Americano (convidado)  
Universidade Federal de Juiz de Fora

Para meus pais, Marilene Fernandes e Milton Calixto,  
que viabilizam muitos dos meus sonhos  
e mostram que a dedicação e o sucesso são trilhas do mesmo caminho.

## AGRADECIMENTOS

A professora Teresa Neves, orientadora acadêmica deste trabalho, pelos preciosos conselhos que tiveram um papel imprescindível na definição da rota a ser seguida. Sem os quais, dificilmente avançar-se-ia além das primeiras linhas.

Aos professores José Luiz Ribeiro, Márcia Cristina Falabella e Álvaro Americano, pelas insistentes cobranças e, sobretudo, pela valiosa amizade, que se perdurará pelo resto dos tempos.

A Lílian Pace, pela atenção.

A Wilson Cid pela generosidade com que me atendeu.

A professora Marise Mendes pela carinhosa ajuda na normatização.

## RESUMO

Palavras-Chave: Jornalismo; novas tecnologias; pauta; apuração; entrevista.

As mudanças ocorridas na imprensa brasileira, nas últimas décadas, provocaram profundas conseqüências no modo de se produzir jornal. Inicialmente motivo de polêmicas, o computador tornou-se, dos anos 80 em diante, um recurso essencial para as redações. Seja para escrever um texto, fazer uma pesquisa ou editar uma página, o virtual passou a fazer parte da vida dos jornalistas. O desenvolvimento dos meios, sobretudo o da internet, introduziu novas ferramentas no cotidiano profissional. Discutir e analisar os impactos provocados pela informatização nas etapas iniciais do processo de produção jornalística são os objetivos deste estudo. A elaboração de pautas, a apuração de informações e a prática da entrevista foram particularmente modificadas pela incorporação de aparatos tecnológicos na rotina dos periódicos. A relação entre jornalistas e fontes é um dos aspectos por meio dos quais é possível observar o alcance destas transformações, não apenas no que se refere a procedimentos, mas também no que diz respeito a posturas.

## SUMÁRIO

### **1 INTRODUÇÃO**

### **2 CRIAÇÃO DA NOTÍCIA**

#### 2.1 PAUTA

##### 2.1.1 *Agenda-setting*

##### 2.1.2 *Gatekeepers*

##### 2.1.3 Criador e criatura

#### 2.2 APURAÇÃO

#### 2.3 ENTREVISTA

### **3 MEDIAÇÕES**

#### 3.1 NOVAS TECNOLOGIAS

#### 3.2 NOVOS DESAFIOS

#### 3.3 CAMINHOS DO JORNALISMO

### **4 CONCLUSÃO**

### **5 REFERÊNCIAS**

### **6 APÊNDICES**

#### 6.1 **APÊNDICE A** - Entrevista de Lílian Pace

#### 6. **APÊNDICE B** - Entrevista de Wilson Cid

## 1 INTRODUÇÃO

“Jornalismo, independente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista de mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes”. Assim define o jornalista e escritor Clóvis Rossi (1980, p.7). Mas será que as facilidades proporcionadas pela inovação tecnológica introduzida nas redações permitiram ao repórter continuar atingindo as mentes e os corações dos leitores?

Os desafios impostos pelas novas tecnologias na atividade dos jornalistas e seus impactos nas redações convidam à reflexão sobre princípios básicos do exercício profissional: pautar, apurar e entrevistar.

Os sinais mais evidentes das transformações pelas quais passa o jornalismo são a velocidade e a segmentação da informação. Há diagnósticos que apontam, por exemplo, o fato de os profissionais deixarem de “abraçar” os bairros, as cidades e o País com a mesma atenção. Teriam deixado de se ocupar, principalmente, das notícias mundiais, desde que as agências de notícias revelaram o seu baixo custo e a extensão de sua cobertura.

Este trabalho pretende, fundamentalmente, analisar de que forma os avanços científicos e técnicos provocaram e, de certa forma, impuseram o distanciamento interpessoal entre jornalistas e suas fontes. O que foi alterado nas redações, depois do advento da internet? Como lidar com o acesso fácil e veloz à informação? O que ocorre com o furo jornalístico? Como ficou a relação entre jornalistas e fontes? Houve mudanças nas etapas do processo de produção jornalística (da pauta, da apuração e da entrevista) com a introdução das novas tecnologias da comunicação e da informação nas redações? De que natureza são estas alterações?

As possibilidades teóricas utilizadas para refletir sobre tais aspectos foram os estudos sobre a Teoria do Gatekeeper, segundo a qual o jornalista é visto como selecionador do fluxo informativo nas diferentes etapas de produção; o *Newsmaking*,



no qual a produção da notícia é entendida como um mecanismo que pressupõe a mídia como produtora das informações que veicula, ou seja, ela cria acontecimentos e não apenas transmite ou veicula o real; a Teoria Construcionista, na qual os produtos jornalísticos são concebidos como resultantes de um processo de transformação dos acontecimentos, entendidos como matéria-prima para a construção da notícia, além da hipótese teórica do *agenda-setting*, que é a capacidade dos meios de comunicação de definir os temas que terão particular importância em determinado momento.

Ao dedicar-se à realidade factual, buscando a imparcialidade para noticiar os acontecimentos cotidianos, o jornalismo não está livre de subjetividade e parcialidade do profissional. Quando o repórter deixa de buscar a verdade *in loco*, ou seja, no local onde se deu o fato, para apurar esta informação pela internet, através de agências de notícias, ou simplesmente pelo telefone, ele corre o risco de, não apenas deixar algum dado de fora, como também noticiar algum fato incorretamente.

O *deadline*, cada vez mais curto, em função da concorrência, impõe a necessidade de maior rapidez na apuração dos fatos. O enxugamento no quadro de funcionários ocasionou o acúmulo de tarefas. Produzir um número maior de matérias com um tempo menor é o grande desafio nas redações hoje. Como lidar com esta nova realidade?

O cenário parece indicar não ser mais possível abrir mão das facilidades que novas tecnologias, como a internet, possibilitam. Por meio da rede, tornou-se possível produzir notícias em tempo recorde, mesmo que sem o contato direto e pessoal com seus personagens.

Este trabalho não tem a pretensão de condenar a utilização de novas tecnologias na execução do trabalho jornalístico. Pelo contrário. A intenção é

investigar como o profissional de comunicação utiliza estes recursos como suporte facilitador de suas atividades. A internet é, primordialmente, instrumento utilizado para a preparação de entrevista ou é, sobretudo, ferramenta por meio da qual o repórter realiza a entrevista?

Os protagonistas da chamada “era romântica” são os mais sensíveis em perceber esta transformação da atividade dos jornalistas. O norte-americano e revolucionário jornalista Gay Talese expressa sua opinião em entrevista ao Jornal do Brasil, no dia 24 de abril de 2004. “Nós não estamos lá fora, nas ruas, como deveríamos. Não estamos nos misturando com as massas” (TALESE, 2005).

Em decorrência das transformações na prática jornalística, sobretudo por causa das inovações tecnológicas, objetividade e neutralidade são mais uma vez colocadas em xeque e o repórter é desafiado a encontrar sucessivos artifícios capazes de seduzir o leitor para o seu produto. Neste contexto, será que uma apuração minuciosa ainda é imprescindível, uma vez que o *deadline* não espera e não perdoa o profissional que extrapola o limite temporal das edições?

O interesse pelo tema nasceu e se desenvolveu ao longo dos quatro anos de faculdade, nos quais a inovação tecnológica das redações foi tema de muitas aulas em diferentes disciplinas. O desejo de dedicar mais tempo e estudo ao assunto motivou a proposta deste Projeto Experimental.

A exploração do tema se baseou em pesquisa bibliográfica e entrevistas, realizadas com dois profissionais de jornais impressos de Juiz de Fora, com o objetivo de acrescentar à visão teórica dos autores consultados uma perspectiva prática.

O primeiro capítulo aborda as etapas de **pauta**, **apuração** e **entrevista**, do ponto de vista teórico, procurando identificar as transformações ocorridas no processo de produção de notícias com o emprego de novas tecnologias. Já o segundo destaca a introdução dos novos

meios no cotidiano das redações, além do papel do jornalista e da imprensa neste processo, esforçando-se por indicar caminhos para a atividade.

O esforço para a realização deste trabalho terá valido a pena se for verdade o que diz

Ricardo Kotscho: “Cada dia é uma oportunidade única para exercer essa bela profissão. É só por acreditar nisso que vale à pena ser jornalista” (MUANIS, 1996).

## **2 CRIAÇÃO DA NOTÍCIA**

No decorrer das últimas décadas, a prática jornalística tem sido influenciada pelas transformações provocadas pela introdução de novos meios eletrônicos nos veículos de informação produtores de notícias. A chegada da internet e o aprimoramento de meios de comunicação como telefone e fax, somados à tendência de redução dos quadros de funcionários das empresas, favoreceram estas alterações.

Todas as atividades, desde a elaboração da pauta à editoração final do produto, são afetadas por mudanças que regem o fazer jornalístico atual. Durante a apuração dos fatos, os repórteres se beneficiam das facilidades que a rede mundial de computadores oferece. As perguntas e as respostas, durante as entrevistas, vão e vêm por meio de correio eletrônico, aproximando, numa velocidade jamais vista, jornalista e fonte. O encurtamento das distâncias percorridas em tempo cada vez menor favorece o *deadline* (prazo limite para o fechamento de uma edição).

O tema exige uma revisão teórica acerca das etapas do processo de produção jornalística, de forma que se possa entender melhor o que mudou na relação entre o jornalista e a fonte. Pauta, apuração e entrevista são as três pontas do triângulo que representam tal relação.

## 2.1 PAUTA

O verbete da enciclopédia *Wikipédia* (2005) define pauta como sendo a seleção dos assuntos que serão abordados. É a etapa de escolha sobre quais indícios ou sugestões devem ser considerados para a publicação final. Ou seja, a etapa inicial da produção jornalística serve de “fio condutor”, que delimita o que será levado ao público, e de ferramenta orientadora para repórteres e editores.

Luiz Amaral (UFMA, 2005) caracteriza a pauta jornalística como “uma previsão dos acontecimentos que se desenrolarão no dia seguinte”. Para José Marques de Melo (MELO, 1985, p.77), ela indica ângulos através dos quais os acontecimentos devem ser observados e relatados. “É o resumo que compõe o objeto da matéria, roteirizando as questões básicas”, afirma. Seu conteúdo, conforme Luciano de Moraes ([www.ufma.br](http://www.ufma.br), 2005), enfoca os pontos principais de determinado assunto, questionando os itens que são o objeto da reportagem. De acordo com Moraes, o objetivo da pauta ultrapassa sua definição, porque parte do princípio de vender a notícia, além de estimular o repórter e o editor, aguçando o espírito crítico do produtor da reportagem.

Pressupõe-se, então, que seu conteúdo deve ser extenso e minucioso, pois se trata de uma “receita completa” de como o jornalista deve produzir sua reportagem. Contudo, no livro *O que é Jornalismo?*, o jornalista Clóvis Rossi (1980, p.17) aponta variações em seu uso cotidiano. Para os norte-americanos, por exemplo, assinala o autor, “a pauta é uma mera indicação do assunto cuja cobertura é atribuída a cada repórter”. O jornalista explica que nos EUA a pauta não indica os pontos, as perguntas e as fontes para o repórter. “Se ocorresse nos Estados Unidos um escândalo como o das irregularidades na Viação Aérea São Paulo (VASP), a pauta indicaria: repórter X, caso VASP”, exemplifica.

Embora a maior parte dos autores se dedique a esclarecer a função da pauta e a justificar seu emprego, Rossi destaca quatro distorções em sua aplicabilidade. A primeira trata do “círculo vicioso” que a pauta gera, uma vez que é elaborada principalmente em função do que os próprios jornais publicam. A segunda enfatiza o fato de que a pauta reflete a idealização das pessoas que permanecem dentro das redações, quando deveriam partir daquelas que estão em contato direto com os fatos ou com os “geradores de notícia”. Sendo assim, a pauta é elaborada por um grupo pequeno de profissionais, o que corresponde à terceira distorção. A última questiona a obediência aos quesitos apontados pelo pauteiro, excluindo-se as possibilidades de interferência pessoal do repórter na produção da notícia. A pauta seria, assim, um instrumento capaz de adequar repórteres e editores à política editorial do veículo.

No jornalismo impresso, no qual as pautas são elaboradas com maior cuidado quanto aos detalhes relativos à busca das informações, visando a especificação e o detalhamento dos assuntos a serem tratados, as limitações se tornam ainda maiores. A redução das equipes de profissionais tem obrigado os repórteres a dar conta, diariamente, de um número crescente de pautas em tempo cada vez menor. Ainda que este acúmulo de trabalho comprometa o detalhamento dos fatos.

Lilian Pace (APÊNDICE A), chefe de reportagem do periódico *Tribuna de Minas*, assinala a importância do diálogo entre repórter e editor na elaboração da pauta. A jornalista acredita que a visão do repórter na formulação das pautas merece atenção, uma vez que é esta que “dará vida aos fatos, transformando-os em notícias”.

A exemplo da *Tribuna de Minas*, onde são realizadas duas reuniões diárias e uma semanal para planejar o que será apurado pelo veículo, outros jornais, assim como emissoras de TV e rádio convocam editores, produtores e pauteiros para mapear os assuntos que serão noticiados.

A notícia é aquilo que infringe a ordem, algo que não é usual no cotidiano ou irrompe sua continuidade. É no acaso e na ruptura que está sua significação. Por

definição, a notícia é portadora de um conteúdo que escapa ao habitual, ao comum, ao freqüente.

Porém, na prática, o processo de produção envolve procedimentos bem mais complexos do que esta concepção de notícia. Um fato, para ser noticiado, precisa se adequar a critérios de noticiabilidade, empregados pelos meios de comunicação. Conforme a jornalista Gislene da Silva (UFMA, 2006), compreendendo noticiabilidade como o potencial que tem um fato de se tornar notícia, é necessário sistematizar pelo menos três instâncias de *critérios de noticiabilidade/valores-notícia*:

1 critérios de noticiabilidade na origem e na seleção dos fatos, cuja abordagem se volta para discussão teórica sobre a relevância (o que é importante e o que é interessante) na escolha dos fatos a serem convertidos em notícia, em acontecimento jornalístico. Nessa instância, têm lugar também as discussões sobre outros atributos da notícia, como conflito, notoriedade, curiosidade, dramaticidade/emoção, suspense, tragédia, proximidade, conseqüências etc...

2 critérios de noticiabilidade no tratamento dos fatos, nos quais estão incluídas: a) a ação pessoal do jornalista, que dialoga com a hipótese do *gatekeeping*; b) a ação organizacional, ou seja, a relação com donos de veículos e colegas de profissão, que se estende ao debate sobre a cultura profissional dos jornalistas; c) a ação social na relação com fontes e leitores, que remete à hipótese do *agendamento (agenda-setting)*; d) e ainda sobre os fatores tecnológico, ideológico, histórico e cultural.

3 critérios ético-filosóficos de noticiabilidade, relativos à instância que possibilita atualizar a argumentação, bastante polêmica, acerca dos fundamentos clássicos do exercício da profissão de jornalista: a objetividade, a verdade/veracidade, a imparcialidade, o interesse público, a responsabilidade civil e outros. São critérios que orientam todas as ações das duas instâncias anteriores.

Numa redação, o material é analisado por diversos profissionais, que possuem interpretações, pontos-de-vista e contextos pessoais diversos, e que, portanto, podem atribuir valores ou rechaçar o conteúdo de um fato. Muitas vezes, na contra-mão da idéia de neutralidade, editores e repórteres escolhem os fatos que entrarão na pauta do dia do veículo.

A notícia precisa atravessar diversas etapas até ser divulgada, precisa reunir valor-notícia em certo número e/ou grau. Às vezes, um fato, mesmo sendo

incomum ou alheio à ordem, não é transformado em notícia, pois não se encaixa nos interesses específicos do veículo. Em muitas circunstâncias, a ordem do capital sobressai-se a outros fatores. Visando o lucro e a manutenção de poder, empresários possuem interesses específicos, que tanto determinam os assuntos a serem abordados quanto o público a ser atingido.

Um bom exemplo são as Prefeituras que, por razões de ordem política, deixam de apoiar alguma ação privada em que o mentor ou responsável é presidente ou proprietário de um veículo de comunicação. A consequência deste gesto é observada no dia-a-dia deste veículo, que destacará, sempre que puder, os pontos negativos da administração municipal em questão. Em suma, os *valores-notícia* deslizam sobre jogos político-econômicos, sobretudo pessoais.

A realidade é a base do jornalismo. Os veículos noticiosos se amparam na noção de objetividade ao se desincumbirem da tarefa de retratar a realidade dos fatos. Em seu discurso, apontam para a imparcialidade jornalística como uma prática rotineira no processo de produção de notícias. Tentam impregnar seus produtos da idéia de que é possível noticiar sem opinar, sem interferir no conteúdo do que é noticiado. Tal idéia, porém, implica em paradoxo. A imparcialidade, conceitualmente, é um princípio que deve ser adotado, inclusive e, sobretudo, em assuntos controversos. A abordagem jornalística, nestes casos, deve incluir todos os lados envolvidos.

O jornalismo se articula em torno da idéia de verdade, e é assim que se estabelece como uma prática social mediadora entre os eventos do dia-a-dia e o público, que, entretanto, tem deles uma leitura, um entendimento, com base no que é divulgado pela imprensa. Apenas em tese, os relatos jornalísticos representariam a verdade, na medida em que estabelecem um sentido entre as palavras e os fatos.

Na verdade, o que é apresentado ao público não é mais que um recorte do real, uma representação do objeto em foco.

### 2.1.1 **Agenda-setting**

Segundo a hipótese do *agenda-setting*, os meios de comunicação apresentam ao público pautas de debate. Ou seja, os veículos noticiosos determinam os temas para discussão pública. Ao impor informações previamente selecionadas, impedem que outros assuntos sejam conhecidos e, portanto, comentados. Com isso, os *mass media* acabam estabelecendo uma hierarquia de importância e de prioridades segundo a qual esses tópicos são dispostos.

No caso da informação científica e tecnológica, esse processo interfere diretamente na divulgação científica. Um exemplo é a cobertura de imprensa sobre questões ambientais. Devido à importância do tema, uma vez que está diretamente ligado à questão política, observa-se que, para os jornais, os temas mais importantes são: desastres ecológicos, curiosidades e aspectos ligados ao caráter “espetacular” da agenda ambiental.

O agendamento se estabelece por meio de três processos:

1. Agenda dos meios - edições discutidas no interior dos veículos midiáticos;
2. Agenda pública - edições discutidas pelo público e pessoalmente relevantes para cada indivíduo;



3. Agenda da política - edições que os agentes da política consideram importantes.

Mauro Wolf (2006) apresenta um estudo sobre os efeitos dos meios de comunicação a longo prazo, discutindo, especificamente, a hipótese do *agenda-setting*. O autor parte do pressuposto de que os *mass media* desempenham um papel de construção da realidade e avalia o impasse metodológico que dificulta uma verificação empírica sobre o assunto.

De acordo com a teoria do agendamento, proposta por Maxwell McCombs e Donald Shaw (WOLF, 2006), nos anos 70, os meios de comunicação ajustaram a agenda segundo a opinião pública, destacando determinadas edições. Analisando a maneira como as campanhas políticas foram cobertas pelos veículos, Shaw e McCombs encontraram o efeito principal do *agenda-setting*, que não diz ao público o que pensar, mas sim sobre o que pensar.

Desta forma, um assunto valorizado no jornalismo diário será também na agenda dos leitores. Esse efeito está relacionado, muitas vezes, à repetição de um tema. Tematizar um problema significa, de fato, colocá-lo no foco da atenção do público, dar-lhe relevo, salientar a sua centralidade e o seu significado em contraste com o fluxo de informações não-tematizadas.

### 2.1.2 **Gatekeepers**

São muitos os modelos propostos para analisar a produção das notícias e a forma como essas representam a realidade. Este arco inclui modelos como o do

"espelho", segundo o qual as notícias emergem naturalmente do mundo real, são meros reflexos da realidade. Outros modelos teóricos dão maior ou menor peso às influências advindas de fatores internos e externos à produção de notícias, atribuindo papel mais ou menos ativo aos meios noticiosos, aos profissionais e ao público.

Nos dois primeiros casos, incluem-se fatores relacionados com os proprietários e as políticas editoriais das organizações jornalísticas; as motivações biográficas dos profissionais, suas simpatias pessoais ou códigos de valores profissionais; rotinas de trabalho e outros constrangimentos organizacionais. No último, são levadas em consideração pressões de fora para dentro, exercidas pelos leitores, anunciantes ou fontes.

Há autores mais resistentes quanto ao reconhecimento de um campo próprio da Comunicação. É o caso de Pierre Bourdieu (1997), ao reconhecer a existência de um "campo jornalístico" mais dependente das forças externas que todos os outros campos de produção cultural. Isto porque depende muito diretamente da demanda, está sujeito à sanção do mercado, do plebiscito, talvez mais ainda que o campo político. A pressão do campo econômico, por intermédio do índice de audiência, é um dos aspectos mais enfatizados pelo autor. E, por ser, praticamente, dominado pela lógica comercial, impõe cada vez mais suas limitações aos outros universos.

É inegável que fatores negativos, drama, personalização, envolvimento de personalidades ou países de elite, controvérsia e novidade ou, por outro lado, previsibilidade e consonância com o que se espera têm um peso importante na seleção das notícias. Existem casos, porém, de eventos que reúnem várias destas características não serem noticiados, pois é preciso considerar que os valores-

notícia são compartilhados na cultura profissional, mas estão submetidos à ideologia comercial, sendo usados pelos jornalistas conforme as políticas editoriais de suas organizações.

A visão que considera produtores de notícias como *Indústrias Culturais* enfatiza, especialmente, a influência da forma de organização da propriedade e do controle dos meios sobre o processo simbólico. Esta linha de estudos preocupa-se com as tendências de comercialização, privatização e formação de conglomerados, bem como a distribuição desigual dos recursos simbólicos e materiais, que reduzem o fluxo de informações e restringem seu acesso. Mostra que a estrutura da imprensa é influenciada pelo fato de que os anunciantes pagam mais para alcançar leitores de alta renda do que os de baixa renda. Evidencia também que esse subsídio desigual da publicidade, enraizado nas diferenças de renda, contribui para a concentração de meios voltados para as elites, reduzindo o espectro de vozes no discurso público.

A vida social se rege também por um saber emocional, no qual a imprensa assume um papel importante. Neste conceito, se constitui como lugar de passagem para o "saber emocional". Isso não acontece sem que se ressaltem alguns problemas. Os veículos noticiosos contribuem para a representação das formas múltiplas e conflituais do mundo, bem como dos juízos divergentes e do leque de ações possíveis. Desta forma, a espiral do pensamento convergente torna-se a "espiral do silêncio", na visão de Noelle-Neuwman e esta, a "espiral do consentimento", para Chomsky (WOLF, 2006). Mais do que "agitadores" ou criadores de polêmica, os elaboradores de pauta agiriam como uma espécie de censores, que recolhem junto à opinião pública, um outro conceito difícil de definir: os sinais que o sistema político precisa para conformar as suas ações ao gosto das maiorias.

### 2.1.3 Criador e criatura

Para o chefe de Telejornalismo da CNT do Paraná, Ricardo Kotscho (MUANIS, 1996, p.5), o que realmente diferencia um repórter do outro é a capacidade de transformar os pequenos fatos do dia-a-dia da cidade, do país e do mundo em boas matérias, já que os grandes acontecimentos, os grandes assuntos, estão em todos os jornais e redes de TV, contados de formas diferentes, mas sem grandes novidades. Em parte, isto ocorre porque, muitas vezes, o repórter, escravo da pauta, não faz nada além daquilo que é pautado. Infelizmente, apesar de organizar melhor o trabalho na redação dos jornais, a pauta acomodou o repórter, que, aos poucos, se tornou um mero cumpridor das ordens do pauteiro ou do editor. “A solução é não se acomodar, garimpar por conta própria bons assuntos, cultivar as próprias fontes e manter as antenas ligadas dia e noite, onde estiver”, recomenda Kotscho.

Para ele, jornalismo não é somente uma profissão, mas, acima de tudo, uma opção de vida, uma espécie de sacerdócio. Jornalismo também não é uma ciência exata que se aprende em pouco tempo. Para exercer essa profissão, não basta saber ou alegar saber escrever. É preciso entender que a tarefa do repórter não se limita a produzir notícias segundo alguma fórmula "científica", mas é a “arte de informar para transformar” (MUANIS, 1996, p.5).

É na rua que as coisas acontecem e a vida se transforma em notícia. Mesmo os assuntos mais freqüentes como uma enchente na cidade, muito sol ou muita chuva, podem render boa matéria, dependendo da criatividade e da sensibilidade do jornalista. Um pecado capital é desprezar uma pauta antes de saber o que ela pode render, mesmo que o assunto seja desagradável. Qualquer tema permite novas abordagens, quando se pode mostrar algo de novo, ainda que já

tenha sido explorado. Além disso, cada história é uma história e merece um tratamento único.

## 2.2 APURAÇÃO

A apuração é considerada o processo de levantar, reunir e averiguar informações em estado bruto (dados, nomes, números, etc). Já o tratamento destas informações em forma de texto corresponde à etapa de *Redação*. Apura-se por meio de documentos e pessoas que fornecem informações, as chamadas de *fontes*. A interação entre jornalistas e fontes envolve sempre, em algum grau, uma relação de confiabilidade, o que, a longo prazo, pode evoluir para a “exclusividade” no repasse de informações da fonte para o repórter.

A regra básica da apuração jornalística diz que toda notícia deve responder a seis perguntas fundamentais, conforme o modelo norte-americano: o quê, quem, quando, onde, como e por que. As respostas a estas seis perguntas devem compor o primeiro parágrafo do texto da notícia, o chamado *Lead*. Além de reunir as informações básicas para o entendimento do leitor, o *Lead* deve provocar a curiosidade do leitor e chamar sua atenção para o resto da matéria.

Os redatores geralmente seguem uma técnica para hierarquizar as informações, apresentando-as no texto em ordem decrescente de importância. Esta técnica tem o nome de *pirâmide invertida*, pois a "base", voltada para cima, representa o mais importante, que deve estar no início do texto. Enquanto o "vértice", voltado para baixo, representa o menos relevante, que deve estar no fim do texto. O texto pode ser ainda subdividido em "capítulos", agrupados por tema, chamados de *retrancas* e *sub-retrancas*, ou *matérias coordenadas*. O conjunto de procedimentos específicos para a elaboração do texto jornalístico é chamado de *técnica de redação*.

O jornalismo impresso busca maior especificidade e detalhamento na busca de informações, sendo esta uma característica que o diferencia dos outros meios. A agilidade do Rádio e da TV obriga os veículos impressos a investirem em maior precisão, pormenorização e contextualização dos acontecimentos, por meio de um trabalho mais minucioso de apuração.

## 2.3 ENTREVISTA

Matéria-prima do Jornalismo, a notícia normalmente é reconhecida como o acontecimento ou evento socialmente relevante que merece publicação numa

mídia. Fatos políticos, sociais, econômicos, culturais, naturais e outros podem ser notícia se afetarem indivíduos ou grupos significativos para um determinado veículo de imprensa. Geralmente, a notícia tem conotação negativa, justamente por ser excepcional, anormal ou de grande impacto social como: acidentes, tragédias, guerras golpes de estado.

Notícias têm valor jornalístico apenas no momento em que acabam de acontecer, ou se não tiverem sido noticiadas anteriormente por algum veículo. A "arte" do Jornalismo é escolher os assuntos que mais interessam ao público e apresentá-los de modo atraente. Nem todo texto jornalístico é noticioso, mas todo acontecimento passível de ser transformado em notícia é potencialmente objeto de apuração jornalística.

O funcionamento das redações, no que se refere à prática de apuração dos fatos, é descrito em *O que é jornalismo*, de Clóvis Rossi (1980), que se baseia em exemplos práticos para amparar seu estudo.

Na obra, o autor aborda o papel do *copidesque*, profissional responsável pela escrita do material apurado. Rossi adverte que a presença de um *copidesque* pode acarretar distorções na produção jornalística. A principal delas refere-se à filtragem das informações apuradas pelo repórter, ou seja, à distância entre o que realmente aconteceu e o que será publicado. Segundo Rossi, é natural que o *copidesque* não consiga explorar, do conteúdo apurado, as emoções e as sensações do repórter que testemunhou o fato.

Além do copidesque, o material apurado pelo repórter passa por outros "filtros". Entre eles, o **editor**, chefe da editoria para qual trabalha o repórter. A maioria dos jornais compreende editorias básicas como Política, Economia, Cultura / Lazer / Arte / Entretenimento, Educação, Interior, Local, Esporte e Internacional. Dentro das redações, uma figura importante e indispensável no processo de produção é o chefe de redação, que, além de pautar e chefiar sucursais e correspondentes, coordena o trabalho de apuração dos repórteres, bem como a saída de cada um para a rua, inclusive a dos fotógrafos.

Considerado o segundo filtro, o **tamanho das matérias** obedece aos critérios de espaço de cada editoria, além de ser submetidos a critérios políticos e jornalísticos. O **tamanho do título**, apontado como terceiro filtro, tem relação direta com a venda do produto jornalístico. É evidente que um texto introduzido por um título mais destacado terá maior evidência que um texto com título mais discreto. O mesmo ocorre em relação à disposição da matéria na página. Quanto mais para o alto e para a direita, maior destaque o assunto ganha.

São os editores, com suas "preferências políticas e editoriais", que decidem, junto ao editor-chefe (antigo secretário de redação), o tamanho dos títulos e das matérias.

Repórteres e editores devem considerar que a coleta das informações deve ser precisa e, se possível, aprofundada, já que se trata do foco central da atividade jornalística. Durante a apuração, além dos dados necessários para a produção da notícia, é imprescindível coletar declarações de fontes.

As declarações servem como provas, completando o que se afirma no texto. Entretanto, declarações não devem tirar o foco das informações apuradas. Seu papel é apenas "compor um quadro informativo que facilite o entendimento", ensina Rossi.

No trabalho de apuração, o repórter deve estar atento à ética profissional, principalmente quando for necessário garantir sigilo à fonte. Fatos revelados em *off* devem ser informados para o público em *off*, ou seja, sem que o público tome conhecimento da fonte.

Um bom exemplo é o do repórter e editor da sucursal de Brasília da revista *IstoÉ*, Luiz Cláudio Cunha. Ele reanimou o debate sobre a polêmica ferramenta do jornalismo: a informação em *off-the-record*, quando revelou em entrevista para o site *Zero* ([www.zero.ufsc.br](http://www.zero.ufsc.br)), no dia 12 de junho de 2003, a confissão do ex-senador Antônio Carlos Magalhães, assumindo sua participação na *grampolândia* no estado da Bahia. Perguntado sobre como, exatamente, obteve a confissão de ACM a respeito dos grampos, Luiz Cláudio (2003, p.6) respondeu:

Foram dois momentos. Na primeira conversa, no gabinete do Senado, sem gravador e sem que eu perguntasse, ele saiu falando sobre o grampo e o material que tinha em mãos. Ele pediu sigilo, claro, porque reconhecia que aquilo era um crime. Deu-me o material do grampo “em confiança”. Confirmada a extensão do crime do grampo, num inquérito formalmente aberto pela Polícia Federal para investigar o uso de policiais baianos e da secretaria de segurança pública no grampo de mais de mil pessoas, incluindo a ex-amante de ACM, decidi então voltar a conversar com o senador, desta vez pelo telefone, já que ele estava em São Paulo. Decidi, desta vez, gravar minha conversa porque ACM já não era mais a fonte em *off*, mas o alvo da investigação policial. Ele já não tinha mais o privilégio do *off*. Ele era o alvo de minha apuração jornalística, que exigia a cautela de uma gravação para prevenir futuros desmentidos de ACM quanto a seu envolvimento na disseminação do grampo. A fonte da primeira conversa, não gravada, converteu-se no principal suspeito de um crime federal, o que justificava o uso do gravador.(CUNHA, 2003, p.6)

É claro que além das declarações, em *off* ou não, as entrevistas são, sem sombra de dúvida, uma das ferramentas mais importantes para o jornalismo. A entrevista traz a constatação de um fato, por uma fonte, seja ela “oficial” ou não.

Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa (RABAÇA, BARBOSA, 2001, p.273) definem entrevista como trabalho de apuração jornalística que pressupõe contato pessoal entre o repórter e uma, ou mais, pessoa que se disponha a prestar informações para a elaboração de notícias.

A apuração de notícias é quase toda elaborada com base no processo de entrevista. É o repórter fazendo perguntas e ouvindo respostas sobre fatos ocorridos ou ações, opiniões e idéias do entrevistado. A entrevista jornalística é o meio em que a informação é transformada em notícia para ser levada ao conhecimento do público. Segundo suas características, as entrevistas podem ser classificadas como:

1 – *noticiosa*: procura extrair do entrevistado informações sobre fatos que resultarão em notícias;

2 – *de opinião*: colhe ponto de vista do entrevistado sobre determinado assunto;

3 – com *personalidade ou de ilustração*: tem por fim mostrar aspectos biográficos e pessoais do entrevistado sobre determinado tema;

4 – *de grupo*: enquete, em que se colhe várias respostas sobre o mesmo assunto;

5 – *coletiva* – o entrevistado atende à imprensa em conjunto, respondendo perguntas de repórteres de diferentes veículos de comunicação.

Contudo, a técnica de redação varia conforme o tipo de entrevista realizada. Quando é importante transmitir ao leitor o encadeamento de perguntas e respostas, valorizando cada palavra do entrevistado, usa-se a transcrição, pura e simples, na forma de *pingue-pongue*. Pode-se também integrar as informações fornecidas pelo entrevistado ao contexto da matéria, adaptando suas palavras ao estilo jornalístico, sem alterar-lhes o sentido.

Em *Entrevista: o diálogo possível*, Cremilda Medina (1983) defende que a entrevista jornalística deve se esforçar para alcançar a fluidez do diálogo, esse jogo de interação humana criadora, onde, no decorrer da conversa, ambos os "jogadores" se revelam, se modificam e crescem no conhecimento do mundo e deles próprios.

Um aspecto particularmente importante de sua argumentação é a idéia de que a personalidade do entrevistador também deve atuar no desempenho da entrevista. Apesar de ser uma constatação aparentemente óbvia, essa admissão da presença do entrevistador coloca-se na contramão da crença em imparcialidade e objetividade do repórter.



Os manuais de redação pregam que a entrevista exige do repórter a neutralidade, capaz de torná-lo um mediador invisível, repassando o discurso íntegro do entrevistado, embora muitos afirmem que essa neutralidade é impossível. Há muitas estratégias discursivas altamente sutis e largamente utilizadas por entrevistadores ditos "imparciais e objetivos" para fazer com que o entrevistado entre no jogo e "escorregue" nas "perguntas casca de banana", que são feitas não para buscar a compreensão, mas para constranger, por meio do ridículo, do espetáculo ou da má-fé.

Assim, a autora sugere a substituição da agressividade, da imposição e do autoritarismo pela busca da confiança recíproca para promover um verdadeiro diálogo. Isto porque é no diálogo verdadeiro que a entrevista se torna ferramenta essencial no trabalho de apuração.

Cremilda critica o fato de jornalistas, com suas questões direcionadas, preestabelecerem as respostas das fontes. Segundo a autora, muitas vezes, os repórteres exercem um monólogo e não um diálogo nas entrevistas realizadas. Porém, alguns procedimentos são muito arriscados. Propor, por exemplo, que o próprio entrevistado conduza a entrevista é caminhar na corda bamba entre o diálogo e o narcisismo, o que escapa dos objetivos de entrevista jornalística. Isto ocorre quando o entrevistado quer aparecer mais que o entrevistador, como acontece rotineiramente nos *talk-shows* de celebridades na TV, onde a entrevista serve mais ao entretenimento do que à informação jornalística.

Do ponto de vista da prática jornalística e de suas especificidades, a entrevista deve ser considerada como algo transcendente ao gênero em si e ao procedimento de apuração de informações. Trata-se de uma interação humana, cujo horizonte a ser buscado é o da conversa coloquial, na qual as trocas fluem sem pré-julgamentos e preconceitos de qualquer ordem.

É nesse "diálogo possível" que aposta Medina (1983, p.25), ao mesmo tempo em que adverte: "A entrevista, evidentemente, se funda na mais duvidosa e mais rica das fontes, a palavra. Ela corre o risco permanente de dissimulação ou de fabulação".

No entanto, buscar a dose certa de intervenções dialógicas parece ser um desafio estimulante na Comunicação Social. A propósito, o filósofo Gérard Lebrun defende que a entrevista, quando bem conduzida, oferece um suporte perfeitamente habilidoso para que o repórter possa fazer uma "crítica literária dialogada" com o próprio escritor.

Num diálogo entre Cremilda Medina e Annette Garrette, encontra-se uma definição mais abrangente. Em *A Entrevista, seus princípios e métodos*, Garrette (1974, p.29) lança luz sobre o tema:

A entrevista é uma arte, uma boa técnica, que pode ser desenvolvida e mesmo aperfeiçoada, principalmente pela prática contínua. Mas a prática, por si só, é insuficiente. A habilidade pode ser desenvolvida, no seu mais alto grau, somente quando a prática é acompanhada pelo conhecimento do que seja entrevistar e pelo estudo consciente da nossa própria prática.

A autora define a entrevista como “a arte de ouvir, perguntar, conversar”. Em suma: um bom entrevistador deve ser, acima de tudo, um bom ouvinte. A técnica mais adequada para perguntar é “perguntar sobre a resposta”, optando sempre pelo “por quê?”, evitando questionamentos que induzam respostas. Por último, a entrevista começa a render boas informações quando o diálogo se estabelece. E nesta direção, a postura e os comentários do entrevistador são imprescindíveis. O fundamental é que o jornalista não interprete o papel de juiz, porque, sendo assim, o diálogo tende a se perder no tempo.

Neste sentido, pode-se acrescentar que a entrevista é composta por três momentos distintos, que são interdependentes. O primeiro é o da preparação: conhecer o entrevistado, suas atividades, gostos, perfil psicológico, bem como a realidade do setor no qual atua. O segundo é a condução da entrevista em si, ou seja, praticar a fundo a “arte de ouvir, perguntar e conversar”, como defende Garrette. O terceiro momento é o da edição do material, no qual em muitos casos é possível reparar eventuais falhas na preparação e na condução, desde que não alterem o conteúdo das declarações do entrevistado.

## **1 MEDIAÇÕES**

“A tecnologia é mais um meio para que os jornalistas reassumam o compromisso com um País de desigualdades, maluco e surrealista”. Estas são palavras do jornalista Chico Pinheiro (MUANIS, 1996), para quem o profissional de imprensa tem um papel muito importante na construção do novo modelo de produção jornalística, baseado nas mediações tecnológicas. Contudo, Pinheiro alerta para o fato de que estes mesmos profissionais não devem abrir mão, e muito menos perder de vista, o lado essencialmente humano deste processo.

A introdução de novos meios e novas tecnologias nas redações é um processo em evolução, assim como a história da raça humana. Trata-se de um projeto interminável, mas que, por ora, provoca profundas alterações no âmbito profissional, seja na busca da pauta, seja na apuração e/ou na produção da matéria.

Há 15 anos trabalhando no jornalismo impresso, Joyce Jane (2001), que hoje é editora chefe do Globo On-Line e do GloboNews.com, destaca que mais

importante do que saber lidar com a tecnologia é saber trabalhar a notícia e, no meio da “enxurrada” de notas que surgem a cada momento, priorizar as mais importantes. Na palestra proferida no dia 30 de outubro de 2001, na PUC-Rio, Joyce relatou sua experiência ao cuidar de dois sites com enfoques tão diferentes e de chefiar mais de cem repórteres num meio em que as possibilidades ainda estão se definindo.

### 3.1 NOVAS TECNOLOGIAS

Ciro Marcondes Filho (2000), em *Algumas anotações para futuros jornalistas*, enfatiza que a mecanização e a informatização das redações fizeram com que muitos jornalistas perdessem o controle da situação. A diagramação eletrônica das páginas e a adaptação dos espaços sempre flexíveis passaram a exigir um outro tipo de profissional, isto é, uma nova agilidade mental, uma outra versatilidade de cabeça. De certa forma, passou-se a cobrar mais dos jornalistas. A lógica dos computadores exige dos redatores uma velocidade de adaptação muito mais dinâmica a padrões de página e espaços de texto. O jornalista Wilson Cid (APÊNDICE B) acredita, sobretudo, na transformação que os periódicos impressos sofrerão mediante o desenvolvimento cada vez mais veloz da tecnologia. Cid prevê que o formato standard (com 32 cm de largura por 56 cm de altura), tão usual no meio impresso, será substituído pelo tablóide (com 28 cm de largura por 32 cm de altura) ou pelo Berliner (com 28 cm de largura por 45 cm de altura), assim como aconteceu com o Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro, e o Jornal Panorama, de Juiz de Fora.

Crítico dos efeitos das novas tecnologias nos campos da comunicação e do jornalismo, Marcondes Filho (2000) alerta para a submissão atual dos jornalistas aos processos técnicos, por meio da informatização, bem como para outras características sintomáticas da chamada pós-modernidade, como a alta velocidade do fluxo das informações e a dependência em relação ao discurso das fontes, em detrimento da prática investigativa e do tratamento mais cuidadoso e ético da notícia, mais usuais no período anterior ao advento dos computadores e da Internet no cotidiano das redações.

A passagem do universo dos *mass media* para um outro, com possibilidades alargadas, graças à criação de novos meios, exige reflexões sobre o posicionamento dos *mass media* face à Internet, mas também acerca da orientação

dos usuários num espaço que mais se assemelha à “Biblioteca de Babel” de Jorge Luís Borges (1975). Como procurar informação na Internet face ao extenso leque de opções disponíveis?

Desde que surgiram, os portais não funcionam apenas como motores de busca ou diretórios de informação. Possuem um valor comercial, pelo fato de reunirem utilizadores, interessantes do ponto de vista de anunciantes.

Não bastará, porém, perceber o papel central dos portais na gestão da informação. Importa igualmente ressaltar que os mesmos atuam como *gatekeepers*, numa nova perspectiva. São como filtros, que realizam pesquisas com base em opções de valorização ou desvalorização de ocorrências.

As questões em torno do que neste estudo chamamos de *Internet gatekeeping* configuram-se como centrais para a compreensão da comunicação na Internet, pois quanto maior a quantidade de informação, maior a necessidade de auxiliares de pesquisa. O que nos leva a uma segunda dimensão, a da *filtragem*, ou, mais especificamente a da *qualidade da informação*.

Os portais são o retrato do modelo de interface, ou *Internet Gatekeeping*, que o utilizador em geral possui frente à Internet. A análise e a compreensão de sua estrutura comunicativa e informativa permite compreender a evolução do sistema dos media ou até os sistemas multimedia, bem como entender a sociedade contemporânea em sua dimensão comunicativa.

A Internet, por suas próprias características, apresenta a informação de caráter mais segmentado e menos generalista. A qualidade não é assegurada por nenhuma entidade em particular, e o sistema de regulação é extremamente tênue. Estas características transferem para o utilizador algumas das obrigações de validação da informação que, no sistema dos *mass media*, estavam nas mãos do estado ou de empresas com responsabilidade pública.

Como quaisquer empresas, as organizações jornalísticas têm utilizado as novas tecnologias com a finalidade de cortar custos, e isso vem se refletindo diretamente na qualidade do produto final, inclusive no que se refere, por exemplo, à correção gramatical dos produtos dirigidos ao público. Os primeiros cortes de pessoal, ainda nos anos 80, foram exatamente no setor de revisão. “Nós temos que restabelecer essa figura importante do revisor de texto, porque hoje presenciamos, lamentavelmente, a escassez do hábito da leitura, que antigamente norteava o trabalho dos jornalistas”, considera o jornalista Wilson Cid (APÊNDICE B).

Uma maior velocidade na impressão de um jornal, graças aos avanços tecnológicos, não representou dilatação no horário de fechamento. Pelo contrário, os jornais fecham ainda mais cedo. Um jornal é cada vez mais um produto que, antes de ser bom, precisa ser rápido para chegar mais cedo que os concorrentes às mãos do leitor. Mas será que a tecnologia está sendo usada também para buscar uma apuração mais detalhada e um aprofundamento das informações? Cid compara a situação atual ao remoto passado em que, no chamado “chumbão”, o jornal podia ser alterado até à 0h.

Hoje, as redações ficaram muito dependentes do horário industrial. Um exemplo que eu gosto de citar é o da morte da princesa Diana, que ocorreu num sábado à tarde e nenhum jornal deu a notícia no domingo. Só foi sair na segunda-feira. Isso porque, nos sábados, fins de semana ou vésperas de feriado, as redações ficam muito limitadas em função deste processo industrial. (APÊNDICE B)

Contudo, as novas tecnologias também não podem ser vistas apenas por seu lado negativo. No que se refere à informatização das redações, cabe indagar se todo o aparato técnico hoje disponível é causa ou conseqüência de processos mais amplos, típicos do nosso tempo.

São os computadores que tornam as redações menos humanas? Ou este seria um pretexto para um fenômeno que viria inevitavelmente, com ou sem essas

máquinas? A pena sobre o papel ou a margarida pressionando a tinta sobre a folha, já na forma do tipo, seriam por si só, garantias da qualidade do jornalismo?

Não há como negar os benefícios que os computadores vêm trazendo a todas as atividades humanas, inclusive o jornalismo. A produção se torna mais ágil e eficiente. Para Wilson Cid, “o recurso eletrônico não pode ser completamente dispensado, porque ajuda a acelerar a informação e o processo de produção da matéria”. (APÊNDICE B)

O que deve ser perguntado é: precisam os jornalistas se igualar às máquinas? Será possível apenas usá-las como instrumento, sem desumanizar-se?

Sylvia Moretzsohn (2006), em entrevista sobre o lançamento do livro *Jornalismo em tempo real – O fetiche da velocidade*, cujo conteúdo traz sua dissertação de Mestrado, compartilha esta idéia, defendendo que o problema não é a introdução da tecnologia, mas o uso que se faz dela.

A questão não é tão simples, porque evidentemente a tecnologia não é autônoma, não surge do nada, é desenvolvida para um fim determinado. Só que, uma vez posta em prática, acaba interagindo nas relações sociais e pode servir para outros fins, às vezes em sentido oposto ao do sistema que a criou.

Assim como a internet, o telefone e o fax foram incorporados ao processo de apuração das matérias. Lílian Pace (APÊNDICE A) menciona a necessidade de adaptações à urgência típica dos dias atuais. Com a correria do dia-a-dia, as fontes nem sempre dispõem de tempo para esperar e receber o jornalista. Por isso, na maioria das vezes, opta-se pelo telefone, ou pelo fax, ou mesmo pela internet, através do serviço de correio eletrônico, para apurar informações jornalísticas.

Outros fatores, como o enxugamento das redações, resultante da retração do mercado publicitário, também corroboram a aliança entre homem e máquina. Houve tempo em que o repórter se dedicava a uma única pauta durante todo o dia. Testemunhava os fatos, apurando os detalhes de cada acontecimento.

Hoje, com menos profissionais nos jornais, o repórter tem de se dedicar a várias notícias, num único dia, respeitando um *deadline* cada vez menor. As novas imposições, porém, não invalidam os antigos procedimentos. Ao contrário, os valorizam. A jornalista Lílian Pace (APÊNDICE A) considera que “nada substitui a conversa cara a cara com a fonte”. É pelo olhar que o jornalista sabe se a fonte está ou não mentindo sobre determinado assunto.

O modo encontrado pelas empresas jornalísticas para ingressarem no mercado do jornalismo de internet enfrentou resistência entre os profissionais, como se recorda Joyce Jane:

Lembro-me de que quando a redação do O Globo foi obrigada a passar uma cota de flashes diários para alimentar o site, houve uma resistência enorme da redação. Todos os releases que não seriam publicados, o lixo do lixo, se transformavam em notas. Ainda hoje, alguns jornalistas acreditam que, ao escrever para os dois meios vão tirar mercado de outros profissionais, mas dificilmente uma empresa vai permitir que dois empregados façam o mesmo serviço. (JANE, 2001)

A jornalista chama a atenção para a grande quantidade de informações difusas que havia no início do jornalismo on-line. Certamente, isso fez com que os sites não fossem vistos como um bom espaço comercial pelos anunciantes potenciais. “Atualmente, a internet está procurando mercado. O grande desafio é mostrar para o empresário que, nos portais, há jornalistas tão bons quanto os dos grandes jornais”.

A "nova utopia tecnológica", porém, não foi capaz de cumprir a promessa de acesso ilimitado e simultâneo a todo tipo de informação. Por outro lado, é inegável que a agilidade propiciada pela internet é fundamental para a articulação de movimentos sociais, como os contestadores à globalização neoliberal.

### 3.2 NOVOS DESAFIOS



Por acreditarem que os computadores podem substituir revisores e outros profissionais responsáveis pela qualidade das edições, empresários, proprietários de meios de comunicação, têm enxugado cada vez mais os quadros de funcionários. Porém, esta reengenharia exigiu esforço e adaptação de editores e colaboradores. Os repórteres, sob a pressão do tempo, dedicam-se a cumprir pautas de complexidade crescente e são incisivamente cobrados a aprimorar apuração e redação.

Contudo, não é fácil alcançar os padrões estabelecidos pelas empresas com *deadlines* mais curtos. Os autores que têm diagnosticado tais circunstâncias constataam que o jornalista, hoje, acumula funções antes desempenhadas por três ou quatro profissionais. Os computadores interligados em rede se formam decisivos para a otimização e agilização do trabalho nas redações. Entrevistas são feitas via e-mail ou fax, quando não são realizadas por telefone.

Além disso, cresce a dependência com relação ao material fornecido pelas assessorias de imprensa ou acessado pela Internet. A prática pode se tornar ainda mais perigosa quando tais conteúdos são retransmitidos sem a devida checagem dos dados. O sucesso do trabalho realizado pelas assessorias de imprensa se deve, em grande parte, à negligência das redações que, em muitos casos, não cumprem seu papel de conferir aquilo que é publicado.

Ciro Marcondes Filho (2000), constata uma certa precarização na capacidade dos profissionais da informação. Para o autor, isto ocorre ou porque eles não detêm mais o poder de outrora, frente ao desenvolvimento da Internet como fonte direta de notícias, sejam elas verdadeiras ou falsas, ou pelo fato de redações e escolas de jornalismo não investirem intelectualmente nestes profissionais, quando ainda estudantes.

Segundo Marcondes (2000, p.89), a “pretensão de auto-suficiência” faz com que os repórteres fiquem limitados pelos e aos processos técnicos, produzindo, na maioria das vezes, notícias superficiais, uma vez que são facilmente manipulados pelas fontes, que agem com habilidade por meio das assessorias de comunicação ou pelos portais da rede mundial de computadores.

Considerando que o jornalismo está em crise, mediante o domínio da tecnologia, Marcondes Filho (2000, p.153) alerta para um aspecto importante:

A função jornalística do especialista, que está deixando de existir, é aquela mesma que teve no passado o padre, o líder, às vezes, o filósofo. Era a ‘opinião sábia’ que orientava o agir, discernia sobre o bem e o mal.

Ao caracterizar o jornalista, Ciro Marcondes Filho (2005) pondera que o repórter é um profissional como qualquer outro, porém com peculiaridades: “Mexe com um material altamente explosivo e só ele pode mexer com isso. Se a coisa explode, as conseqüências podem ser calamitosas”.

Por causa e por meio desta particularidade, o repórter pode ser seduzido pela vontade da chantagem, auto-situando-se acima do bem o do mal, ou seja, colocando-se como o juiz dos juizes. Esta é uma delicada situação que, além de por à prova a burocratização do trabalho jornalístico durante, sobretudo, a apuração dos fatos, exige excessiva cautela e perspicácia, já que, como alerta Ciro (2005), “um ato em falso pode liquidar a carreira”.

### 3.3 CAMINHOS DO JORNALISMO

Nos dois primeiros capítulos de *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*, Ciro Marcondes Filho (2000) traça a trajetória do jornalismo, desde a Revolução Francesa até o momento presente. O primeiro período, de 1789 à metade do século XIX, é chamado de **Iluminação**, no qual tudo deveria ser exposto, sendo que a política e a literatura tinham forte influência na prática jornalística. O segundo fixa-se sob a égide dos **avanços tecnológicos** da segunda metade do século XIX, sendo caracterizado pela crescente preocupação dos jornais com as vendas, mas sem prescindir dos ideais originais do jornalismo. A terceira fase foi a dos **monopólios** e do avanço vertiginoso da **publicidade**, descaracterizando cada vez mais a atividade jornalística. O último período, iniciado nos anos 80, é o das **Novas Tecnologias**, no qual o jornalismo perde as peculiaridades evidentes que tinha em seu florescer no final do século XVIII.

Contextos que ajudam a compor o cenário atual da atividade jornalística também são expostos por Marcondes (1993, p.87), em *Jornalismo fin-de-siècle*. Três circunstâncias são apontadas pelo autor como fundamentais para se entender as mudanças verificadas no jornalismo:

1 o processo universal de desencanto, pelo qual a técnica moderna teria feito desmoronarem todas as aspirações da modernidade;

2 a crise dos meta-relatos, constatada na derrocada das ideologias e dos saberes provenientes da política, da religião e das demais instâncias de poder, que dominavam as ações, frente ao fortalecimento das novas tecnologias;

3 a pós-história, que significa a radicalização e o gesto de levar às últimas conseqüências as propostas do fim da metafísica, que, por sua vez, tem relação com a crise dos conceitos de verdade (razão), essência (dualidade latente/manifesto), natureza íntima, substância, densidade e outros.

Nas duas obras consideradas, o autor chama a atenção para a dependência da produção jornalística em relação à informática. O texto, por exemplo, torna-se mais enxuto, graças à hegemonia da imagem. Outro aspecto considerado por Marcondes Filho (1993) é a atual imaterialidade do jornalismo, visto que a produção via computador relega, progressivamente, a segundo plano, as relações humanas no interior das redações. No que o autor chama de jornalismo minimalista, o objetivo perde espaço para o particular e o subjetivo, como é o caso do enfoque dado a assuntos de economia, nos quais predomina o serviço prestado ao leitor, ou consumidor da informação, em lugar de questões vinculadas ao Estado, ao empresariado e aos trabalhadores. Por último, o autor ressalta o avanço das assessorias de imprensa, revelando a organização das fontes na prestação de informações, e da internet, na qual todos os que têm acesso à rede se tornam produtores de informação.

Dois grupos distintos de redações existem atualmente, segundo o repórter Caco Barcellos (MUANIS, 1996, p.3), da TV Globo. Uma, moderna, bem equipada e aparelhada, com prestígio emergente, que nada fica a dever ao primeiro mundo, com profissionais fascinados pelas novas tecnologias, porém voltados para a realidade da classe média. De outro lado, têm-se os repórteres de rua, que convivem com a realidade e o drama diário de cada um, comprometidos com o interesse social.

Especialista na área de Direitos Humanos, Barcellos se preocupa com a modernidade das redações. Principalmente, porque, volta e meia, o repórter é obrigado a recorrer a disfarces e subterfúgios para conseguir a confiança daqueles que vêm nos jornalistas a imagem e a semelhança do poder. “Há um interesse em refletir os setores mais privilegiados da sociedade. Estamos caindo na armadilha,

com nossa força de trabalho sendo utilizada no interesse do empresário”. (MUANIS, 1996, p.5)

Em “Legendas: de quem é a culpa?”, Ivani Cunha (2005) avalia as conseqüências geradas pelo encurtamento do *deadline* e pela informatização do processo de produção da notícia:

O *deadline* está para os jornais diários assim como o mordomo estava para os antigos romances policiais. Pressionados pelo prazo cada vez mais curto de fechamento das edições, os editores, desde que as redações entraram na era da informática, trabalham muitas vezes solitariamente para garantir aos textos um índice de qualidade inversamente proporcional ao tempo de que dispõem para o fechamento.

Cunha (1999) defende que até mesmo leitores menos atentos, ou moderadamente críticos, são capazes de identificar o fechamento apressado em, por exemplo: títulos, bigodes (frases explicativas que vêm abaixo do título) e legendas. Porém, de acordo com ele, muitas vezes também, a culpa não é do “mordomo”, ou do *deadline*, mas sim dos setores que ditam o modelo de redação na empresa, como anunciantes, poder público e outros.

No ritmo da velocidade de produção e processamento de informação, pode-se entrever o “fetichismo” da mídia, no tradicional sentido marxista. Premida pelo tempo real, a mídia opera com a idéia de que tão logo o produto do trabalho assuma a forma de mercadoria, passará a valer por si mesmo, escondendo a relação social que lhe deu origem. Sylvia Moretzsohn (2002) esclarece: “No jornalismo, passa a ser o principal ‘valor notícia’; antes de tudo, importa chegar na frente do concorrente, e alimentar o sistema com dados novos, num *continuum* vertiginoso a pautar o trabalho nas grandes redações”.

Se informar com rapidez não pode ser sinônimo de desinformar, parece lógico para Sylvia que os meios, sujeitos ao imediatismo, estejam subordinados ao compromisso com a precisão. A grande pergunta, então, é: haverá mercado para um jornalismo que não exclua a perspectiva dialética de interação e transformação, servindo àquilo a que se propõe, ou seja, fornecer as informações indispensáveis à formação do cidadão?

A discussão sobre os caminhos que o jornalismo tomará, com a introdução de novas tecnologias e o desenvolvimento de novas técnicas nas redações, tem de levar em conta a qualidade das notícias que chegam às bancas. Atento ao ajustamento dos horários das redações à dinâmica industrial, Wilson Cid (APÊNDICE B), além de apontar o *deadline* como fator importante neste processo, assinala a dificuldade que os profissionais tem tido com a escrita.

Cid acredita que os jornais tendem a ser distribuídos gratuitamente, atingindo também as camadas mais populares como C, D e E. Com isso, o mercado publicitário terá de se adequar ao tipo de jornal produzido, voltado para outros públicos. Porém, o grande desafio é: como se adequar? Quais alterações ocorrerão no campo da elaboração de pauta, apuração linguagem e edição? Repórteres e outros profissionais de redação vão se enquadrar neste novo método de gestão jornalística?

## **2 MEDIAÇÕES**

“A tecnologia é mais um meio para que os jornalistas reassumam o compromisso com um País de desigualdades, maluco e surrealista”. Estas são palavras do jornalista Chico Pinheiro (MUANIS, 1996), para quem o profissional de imprensa tem um papel muito importante na construção do novo modelo de produção jornalística, baseado nas mediações tecnológicas. Contudo, Pinheiro alerta para o fato de que estes mesmos profissionais não devem abrir mão, e muito menos perder de vista, o lado essencialmente humano deste processo.

A introdução de novos meios e novas tecnologias nas redações é um processo em evolução, assim como a história da raça humana. Trata-se de um projeto interminável, mas que, por ora, provoca profundas alterações no âmbito profissional, seja na busca da pauta, seja na apuração e/ou na produção da matéria.

Há 15 anos trabalhando no jornalismo impresso, Joyce Jane (2001), que hoje é editora chefe do Globo On-Line e do GloboNews.com, destaca que mais importante do que saber lidar com a tecnologia é saber trabalhar a notícia e, no meio da “enxurrada” de notas que surgem a cada momento, priorizar as mais importantes. Na palestra proferida no dia 30 de outubro de 2001, na PUC-Rio, Joyce relatou sua

experiência ao cuidar de dois sites com enfoques tão diferentes e de chefiar mais de cem repórteres num meio em que as possibilidades ainda estão se definindo.

### 3.1 NOVAS TECNOLOGIAS

Ciro Marcondes Filho (2000), em *Algumas anotações para futuros jornalistas*, enfatiza que a mecanização e a informatização das redações fizeram com que muitos jornalistas perdessem o controle da situação. A diagramação eletrônica das páginas e a adaptação dos espaços sempre flexíveis passaram a exigir um outro tipo de profissional, isto é, uma nova agilidade mental, uma outra versatilidade de cabeça. De certa forma, passou-se a cobrar mais dos jornalistas. A lógica dos computadores exige dos redatores uma velocidade de adaptação muito mais dinâmica a padrões de página e espaços de texto. O jornalista Wilson Cid (APÊNDICE B) acredita, sobretudo, na transformação que os periódicos impressos sofrerão mediante o desenvolvimento cada vez mais veloz da tecnologia. Cid prevê que o formato standard (com 32 cm de largura por 56 cm de altura), tão usual no meio impresso, será substituído pelo tablóide (com 28 cm de largura por 32 cm de altura) ou pelo Berliner (com 28 cm de largura por 45 cm de altura), assim como aconteceu com o Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro, e o Jornal Panorama, de Juiz de Fora.

Crítico dos efeitos das novas tecnologias nos campos da comunicação e do jornalismo, Marcondes Filho (2000) alerta para a submissão atual dos jornalistas aos processos técnicos, por meio da informatização, bem como para outras características sintomáticas da chamada pós-modernidade, como a alta velocidade do fluxo das informações e a dependência em relação ao discurso das fontes, em detrimento da prática investigativa e do tratamento mais cuidadoso e ético da notícia, mais usuais no período anterior ao advento dos computadores e da Internet no cotidiano das redações.

A passagem do universo dos *mass media* para um outro, com possibilidades alargadas, graças à criação de novos meios, exige reflexões sobre o posicionamento dos *mass media* face à Internet, mas também acerca da orientação dos usuários num espaço que mais se assemelha à “Biblioteca de Babel” de Jorge Luís Borges (1975). Como procurar informação na Internet face ao extenso leque de opções disponíveis?

Desde que surgiram, os portais não funcionam apenas como motores de busca ou diretórios de informação. Possuem um valor comercial, pelo fato de reunirem utilizadores, interessantes do ponto de vista de anunciantes.

Não bastará, porém, perceber o papel central dos portais na gestão da informação. Importa igualmente ressaltar que os mesmos atuam como *gatekeepers*, numa nova perspectiva. São como filtros, que realizam pesquisas com base em opções de valorização ou desvalorização de ocorrências.

As questões em torno do que neste estudo chamamos de *Internet gatekeeping* configuram-se como centrais para a compreensão da comunicação na Internet, pois quanto maior a quantidade de informação, maior a necessidade de auxiliares de pesquisa. O que nos leva a uma segunda dimensão, a da *filtragem*, ou, mais especificamente a da *qualidade da informação*.

Os portais são o retrato do modelo de interface, ou *Internet Gatekeeping*, que o utilizador em geral possui frente à Internet. A análise e a compreensão de sua estrutura comunicativa e informativa permite compreender a evolução do sistema dos media ou até os sistemas multimedia, bem como entender a sociedade contemporânea em sua dimensão comunicativa.

A Internet, por suas próprias características, apresenta a informação de caráter mais segmentado e menos generalista. A qualidade não é assegurada por nenhuma entidade em particular, e o sistema de regulação é extremamente tênue. Estas características transferem para o utilizador algumas das obrigações de validação da informação que, no sistema dos *mass media*, estavam nas mãos do estado ou de empresas com responsabilidade pública.

Como quaisquer empresas, as organizações jornalísticas têm utilizado as novas tecnologias com a finalidade de cortar custos, e isso vem se refletindo



diretamente na qualidade do produto final, inclusive no que se refere, por exemplo, à correção gramatical dos produtos dirigidos ao público. Os primeiros cortes de pessoal, ainda nos anos 80, foram exatamente no setor de revisão. “Nós temos que restabelecer essa figura importante do revisor de texto, porque hoje presenciamos, lamentavelmente, a escassez do hábito da leitura, que antigamente norteava o trabalho dos jornalistas”, considera o jornalista Wilson Cid (APÊNDICE B).

Uma maior velocidade na impressão de um jornal, graças aos avanços tecnológicos, não representou dilatação no horário de fechamento. Pelo contrário, os jornais fecham ainda mais cedo. Um jornal é cada vez mais um produto que, antes de ser bom, precisa ser rápido para chegar mais cedo que os concorrentes às mãos do leitor. Mas será que a tecnologia está sendo usada também para buscar uma apuração mais detalhada e um aprofundamento das informações? Cid compara a situação atual ao remoto passado em que, no chamado “chumbão”, o jornal podia ser alterado até à 0h.

Hoje, as redações ficaram muito dependentes do horário industrial. Um exemplo que eu gosto de citar é o da morte da princesa Diana, que ocorreu num sábado à tarde e nenhum jornal deu a notícia no domingo. Só foi sair na segunda-feira. Isso porque, nos sábados, fins de semana ou vésperas de feriado, as redações ficam muito limitadas em função deste processo industrial. (APÊNDICE B)

Contudo, as novas tecnologias também não podem ser vistas apenas por seu lado negativo. No que se refere à informatização das redações, cabe indagar se todo o aparato técnico hoje disponível é causa ou consequência de processos mais amplos, típicos do nosso tempo.

São os computadores que tornam as redações menos humanas? Ou este seria um pretexto para um fenômeno que viria inevitavelmente, com ou sem essas máquinas? A pena sobre o papel ou a margarida pressionando a tinta sobre a folha, já na forma do tipo, seriam por si só, garantias da qualidade do jornalismo?

Não há como negar os benefícios que os computadores vêm trazendo a todas as atividades humanas, inclusive o jornalismo. A produção se torna mais ágil e eficiente. Para Wilson Cid, “o recurso eletrônico não pode ser completamente dispensado, porque ajuda a acelerar a informação e o processo de produção da matéria”. (APÊNDICE B)

O que deve ser perguntado é: precisam os jornalistas se igualar às máquinas? Será possível apenas usá-las como instrumento, sem desumanizar-se?

Sylvia Moretzsohn (2006), em entrevista sobre o lançamento do livro *Jornalismo em tempo real – O fetiche da velocidade*, cujo conteúdo traz sua dissertação de Mestrado, compartilha esta idéia, defendendo que o problema não é a introdução da tecnologia, mas o uso que se faz dela.

A questão não é tão simples, porque evidentemente a tecnologia não é autônoma, não surge do nada, é desenvolvida para um fim determinado. Só que, uma vez posta em prática, acaba interagindo nas relações sociais e pode servir para outros fins, às vezes em sentido oposto ao do sistema que a criou.

Assim como a internet, o telefone e o fax foram incorporados ao processo de apuração das matérias. Lílian Pace (APÊNDICE A) menciona a necessidade de adaptações à urgência típica dos dias atuais. Com a correria do dia-a-dia, as fontes nem sempre dispõem de tempo para esperar e receber o jornalista. Por isso, na maioria das vezes, opta-se pelo telefone, ou pelo fax, ou mesmo pela internet, através do serviço de correio eletrônico, para apurar informações jornalísticas.

Outros fatores, como o enxugamento das redações, resultante da retração do mercado publicitário, também corroboram a aliança entre homem e máquina. Houve tempo em que o repórter se dedicava a uma única pauta durante todo o dia. Testemunhava os fatos, apurando os detalhes de cada acontecimento.

Hoje, com menos profissionais nos jornais, o repórter tem de se dedicar a várias notícias, num único dia, respeitando um *deadline* cada vez menor. As novas

imposições, porém, não invalidam os antigos procedimentos. Ao contrário, os valorizam. A jornalista Lílian Pace (APÊNDICE A) considera que “nada substitui a conversa cara a cara com a fonte”. É pelo olhar que o jornalista sabe se a fonte está ou não mentindo sobre determinado assunto.

O modo encontrado pelas empresas jornalísticas para ingressarem no mercado do jornalismo de internet enfrentou resistência entre os profissionais, como se recorda Joyce Jane:

Lembro-me de que quando a redação do O Globo foi obrigada a passar uma cota de flashes diários para alimentar o site, houve uma resistência enorme da redação. Todos os releases que não seriam publicados, o lixo do lixo, se transformavam em notas. Ainda hoje, alguns jornalistas acreditam que, ao escrever para os dois meios vão tirar mercado de outros profissionais, mas dificilmente uma empresa vai permitir que dois empregados façam o mesmo serviço. (JANE, 2001)

A jornalista chama a atenção para a grande quantidade de informações difusas que havia no início do jornalismo on-line. Certamente, isso fez com que os sites não fossem vistos como um bom espaço comercial pelos anunciantes potenciais. “Atualmente, a internet está procurando mercado. O grande desafio é mostrar para o empresário que, nos portais, há jornalistas tão bons quanto os dos grandes jornais”.

A "nova utopia tecnológica", porém, não foi capaz de cumprir a promessa de acesso ilimitado e simultâneo a todo tipo de informação. Por outro lado, é inegável que a agilidade propiciada pela internet é fundamental para a articulação de movimentos sociais, como os contestadores à globalização neoliberal.

### 3.2 NOVOS DESAFIOS

Por acreditarem que os computadores podem substituir revisores e outros profissionais responsáveis pela qualidade das edições, empresários, proprietários de meios de comunicação, têm enxugado cada vez mais os quadros de funcionários.

Porém, esta reengenharia exigiu esforço e adaptação de editores e colaboradores. Os repórteres, sob a pressão do tempo, dedicam-se a cumprir pautas de complexidade crescente e são incisivamente cobrados a aprimorar apuração e redação.

Contudo, não é fácil alcançar os padrões estabelecidos pelas empresas com *deadlines* mais curtos. Os autores que têm diagnosticado tais circunstâncias constatam que o jornalista, hoje, acumula funções antes desempenhadas por três ou quatro profissionais. Os computadores interligados em rede se formam decisivos para a otimização e agilização do trabalho nas redações. Entrevistas são feitas via e-mail ou fax, quando não são realizadas por telefone.

Além disso, cresce a dependência com relação ao material fornecido pelas assessorias de imprensa ou acessado pela Internet. A prática pode se tornar ainda mais perigosa quando tais conteúdos são retransmitidos sem a devida checagem dos dados. O sucesso do trabalho realizado pelas assessorias de imprensa se deve, em grande parte, à negligência das redações que, em muitos casos, não cumprem seu papel de conferir aquilo que é publicado.

Ciro Marcondes Filho (2000), constata uma certa precarização na capacidade dos profissionais da informação. Para o autor, isto ocorre ou porque eles não detêm mais o poder de outrora, frente ao desenvolvimento da Internet como fonte direta de notícias, sejam elas verdadeiras ou falsas, ou pelo fato de redações e escolas de jornalismo não investirem intelectualmente nestes profissionais, quando ainda estudantes.

Segundo Marcondes (2000, p.89), a “pretensão de auto-suficiência” faz com que os repórteres fiquem limitados pelos e aos processos técnicos, produzindo, na maioria das vezes, notícias superficiais, uma vez que são facilmente manipulados pelas fontes, que agem com habilidade por meio das assessorias de comunicação ou pelos portais da rede mundial de computadores.

Considerando que o jornalismo está em crise, mediante o domínio da tecnologia, Marcondes Filho (2000, p.153) alerta para um aspecto importante:

A função jornalística do especialista, que está deixando de existir, é aquela mesma que teve no passado o padre, o líder, às vezes, o filósofo. Era a ‘opinião sábia’ que orientava o agir, discernia sobre o bem e o mal.

Ao caracterizar o jornalista, Ciro Marcondes Filho (2005) pondera que o repórter é um profissional como qualquer outro, porém com peculiaridades: “Mexe com um material altamente explosivo e só ele pode mexer com isso. Se a coisa explode, as consequências podem ser calamitosas”.

Por causa e por meio desta particularidade, o repórter pode ser seduzido pela vontade da chantagem, auto-situando-se acima do bem e do mal, ou seja, colocando-se como o juiz dos juizes. Esta é uma delicada situação que, além de por à prova a burocratização do trabalho jornalístico durante, sobretudo, a apuração dos fatos, exige excessiva cautela e perspicácia, já que, como alerta Ciro (2005), “um ato em falso pode liquidar a carreira”.

### 3.3 CAMINHOS DO JORNALISMO

Nos dois primeiros capítulos de *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*, Ciro Marcondes Filho (2000) traça a trajetória do jornalismo, desde a

Revolução Francesa até o momento presente. O primeiro período, de 1789 à metade do século XIX, é chamado de **Iluminação**, no qual tudo deveria ser exposto, sendo que a política e a literatura tinham forte influência na prática jornalística. O segundo fixa-se sob a égide dos **avanços tecnológicos** da segunda metade do século XIX, sendo caracterizado pela crescente preocupação dos jornais com as vendas, mas sem prescindir dos ideais originais do jornalismo. A terceira fase foi a dos **monopólios** e do avanço vertiginoso da **publicidade**, descaracterizando cada vez mais a atividade jornalística. O último período, iniciado nos anos 80, é o das **Novas Tecnologias**, no qual o jornalismo perde as peculiaridades evidentes que tinha em seu florescer no final do século XVIII.

Contextos que ajudam a compor o cenário atual da atividade jornalística também são expostos por Marcondes (1993, p.87), em *Jornalismo fin-de-siècle*. Três circunstâncias são apontadas pelo autor como fundamentais para se entender as mudanças verificadas no jornalismo:

1 o processo universal de desencanto, pelo qual a técnica moderna teria feito desmoronarem todas as aspirações da modernidade;

2 a crise dos meta-relatos, constatada na derrocada das ideologias e dos saberes provenientes da política, da religião e das demais instâncias de poder, que dominavam as ações, frente ao fortalecimento das novas tecnologias;

3 a pós-história, que significa a radicalização e o gesto de levar às últimas conseqüências as propostas do fim da metafísica, que, por sua vez, tem relação com a crise dos conceitos de verdade (razão), essência (dualidade latente/manifesto), natureza íntima, substância, densidade e outros.

Nas duas obras consideradas, o autor chama a atenção para a dependência da produção jornalística em relação à informática. O texto, por

exemplo, torna-se mais enxuto, graças à hegemonia da imagem. Outro aspecto considerado por Marcondes Filho (1993) é a atual imaterialidade do jornalismo, visto que a produção via computador relega, progressivamente, a segundo plano, as relações humanas no interior das redações. No que o autor chama de jornalismo minimalista, o objetivo perde espaço para o particular e o subjetivo, como é o caso do enfoque dado a assuntos de economia, nos quais predomina o serviço prestado ao leitor, ou consumidor da informação, em lugar de questões vinculadas ao Estado, ao empresariado e aos trabalhadores. Por último, o autor ressalta o avanço das assessorias de imprensa, revelando a organização das fontes na prestação de informações, e da internet, na qual todos os que têm acesso à rede se tornam produtores de informação.

Dois grupos distintos de redações existem atualmente, segundo o repórter Caco Barcellos (MUANIS, 1996, p.3), da TV Globo. Uma, moderna, bem equipada e aparelhada, com prestígio emergente, que nada fica a dever ao primeiro mundo, com profissionais fascinados pelas novas tecnologias, porém voltados para a realidade da classe média. De outro lado, têm-se os repórteres de rua, que convivem com a realidade e o drama diário de cada um, comprometidos com o interesse social.

Especialista na área de Direitos Humanos, Barcellos se preocupa com a modernidade das redações. Principalmente, porque, volta e meia, o repórter é obrigado a recorrer a disfarces e subterfúgios para conseguir a confiança daqueles que vêm nos jornalistas a imagem e a semelhança do poder. “Há um interesse em refletir os setores mais privilegiados da sociedade. Estamos caindo na armadilha, com nossa força de trabalho sendo utilizada no interesse do empresário”. (MUANIS, 1996, p.5)

Em “Legendas: de quem é a culpa?”, Ivani Cunha (2005) avalia as conseqüências geradas pelo encurtamento do *deadline* e pela informatização do processo de produção da notícia:

O *deadline* está para os jornais diários assim como o mordomo estava para os antigos romances policiais. Pressionados pelo prazo cada vez mais curto de fechamento das edições, os editores, desde que as redações entraram na era da informática, trabalham muitas vezes solitariamente para garantir aos textos um índice de qualidade inversamente proporcional ao tempo de que dispõem para o fechamento.

Cunha (1999) defende que até mesmo leitores menos atentos, ou moderadamente críticos, são capazes de identificar o fechamento apressado em, por exemplo: títulos, bigodes (frases explicativas que vêm abaixo do título) e legendas. Porém, de acordo com ele, muitas vezes também, a culpa não é do “mordomo”, ou do *deadline*, mas sim dos setores que ditam o modelo de redação na empresa, como anunciantes, poder público e outros.

No ritmo da velocidade de produção e processamento de informação, pode-se entrever o “fetichismo” da mídia, no tradicional sentido marxista. Premida pelo tempo real, a mídia opera com a idéia de que tão logo o produto do trabalho assuma a forma de mercadoria, passará a valer por si mesmo, escondendo a relação social que lhe deu origem. Sylvia Moretzsohn (2002) esclarece: “No jornalismo, passa a ser o principal ‘valor notícia’; antes de tudo, importa chegar na frente do concorrente, e alimentar o sistema com dados novos, num *continuum* vertiginoso a pautar o trabalho nas grandes redações”.

Se informar com rapidez não pode ser sinônimo de desinformar, parece lógico para Sylvia que os meios, sujeitos ao imediatismo, estejam subordinados ao

compromisso com a precisão. A grande pergunta, então, é: haverá mercado para um jornalismo que não exclua a perspectiva dialética de interação e transformação, servindo àquilo a que se propõe, ou seja, fornecer as informações indispensáveis à formação do cidadão?

A discussão sobre os caminhos que o jornalismo tomará, com a introdução de novas tecnologias e o desenvolvimento de novas técnicas nas redações, tem de levar em conta a qualidade das notícias que chegam às bancas. Atento ao ajustamento dos horários das redações à dinâmica industrial, Wilson Cid (APÊNDICE B), além de apontar o *deadline* como fator importante neste processo, assinala a dificuldade que os profissionais tem tido com a escrita.

Cid acredita que os jornais tendem a ser distribuídos gratuitamente, atingindo também as camadas mais populares como C, D e E. Com isso, o mercado publicitário terá de se adequar ao tipo de jornal produzido, voltado para outros públicos. Porém, o grande desafio é: como se adequar? Quais alterações ocorrerão no campo da elaboração de pauta, apuração linguagem e edição? Repórteres e outros profissionais de redação vão se enquadrar neste novo método de gestão jornalística?



## 4 CONCLUSÃO

Diante das novas tecnologias e dos desafios que estão colocados para os comunicadores interessados em pesquisar as novas linguagens midiáticas, considera-se a observação de que o jornalismo precisa enfrentar os novos tempos com o olhar voltado para o futuro. Necessita-se também de uma reflexão crítica para, aproveitando-se os avanços já conquistados, dar um passo adiante, rumo a novos paradigmas capazes de dar respostas às novas necessidades. Esta renovação se impõe no jornalismo tradicional e no novo jornalismo eletrônico e multimídia, que encontra um novo terreno de atuação na internet.

Se o surgimento do aparelho de fax, na década de 80, permitiu que os periódicos agilisassem a circulação de informações, hoje, a mobilidade é infinitamente maior, permitindo a um repórter transmitir texto, foto e som diretamente de seu celular, do local onde os fatos ocorrem, para a redação do jornal *on-line*, entrando no ar imediatamente, como já é possível por meio das webcâmeras.

Os jornais brasileiros começaram a operar na internet por acreditarem haver um mercado para os jornais eletrônicos e porque eles queriam garantir um lugar no novo meio. Porém, logo se observou que não tinham qualquer pesquisa para basearem suas decisões. Na verdade, não sabiam o que os leitores queriam de um jornal na internet.

Por outro lado, os jornais eletrônicos, que já nasceram com a finalidade de operar na internet, foram movidos pelo impulso provocado pela novidade. Decidiram adotar o novo meio para garantir um lugar neste ambiente midiático, aproveitando as vantagens oferecidas pela nova tecnologia.

O fato de os jornais brasileiros decidirem saltar sobre a oportunidade da Internet, sem identificar, antes, a real necessidade ou o propósito do novo negócio eletrônico, pode ser a razão de os *gatekeepers* eletrônicos não desenvolverem, de início, uma abordagem crítica em relação à publicação eletrônica dos jornais, capaz de considerar a realidade brasileira em particular. Sabe-se que, no negócio jornalístico, o foco no mercado é o fundamento maior para orientar decisões sobre pessoal, orçamento e conteúdo. No Brasil, os jornais eletrônicos já começaram competindo entre si pelo mesmo nicho de mercado: as classes média e alta. O mesmo nicho de mercado que tem sido, historicamente, o público leitor de jornais impressos.

Jornalismo de qualidade é o que se espera de todo comunicador em qualquer situação. Seja no jornal comunitário de bairro, seja no especializado em categorias profissionais, seja na grande imprensa ou na internet. E o primeiro requisito da qualidade é a ética, que confere credibilidade.

Sabemos quanto lixo trafega pela rede, como é desagradável receber tanta inutilidade via e-mail, ou como é cansativo acessar sites que só têm aparência e nenhum conteúdo. Mas os usuários da rede vão percebendo que é preciso selecionar a informação a partir da sua fonte de emissão. Assim, esperam ter

informações corretas, éticas e sérias, acessando sites de empresas jornalísticas reconhecidas, que não podem correr riscos de terem sua imagem pública prejudicada com informações levianas. Este é um cuidado necessário, porque a internet permite que qualquer pessoa possa copiar matérias de outros sites e veicular, por conta própria, um pseudojornal *on-line* com informações deturpadas e equivocadas.

Os jornalistas podem se cercar dos benefícios da velocidade do processo de produção de notícias. A utilização de meios como telefone e internet agilizou a apuração de fatos, na medida em que favorece o acesso do repórter a um mundo de informações sobre o assunto a ser apurado, sem, no entanto, substituir o cara-a-cara com a fonte.

O jornalismo *on-line*, como revela uma pesquisa do *Datafolha*, tem tudo a ver com o jovem, público que cada vez mais tem deixado a leitura de lado em prol de outras atividades, sobretudo as de entretenimento, tão presentes em seu dia-a-dia. Ser jovem hoje é ter afinidade com a pressa, a rapidez, o instantâneo. Acessar a internet, para esta geração, é algo tão corriqueiro quanto tomar uma Coca-Cola ou vestir uma calça jeans. Alega-se que não há mais tempo para se ler jornal de papel. Principalmente grandes reportagens, que hoje já não encontram mais lugar nas páginas dos jornais.

Os futuros jornalistas, no entanto, precisam ser preparados nas escolas para serem repórteres, redatores e editores multimídia, capazes de atuar bem em impressos, rádio, TV e internet.

O jornalismo está em crise de valores e identidade. O ensino de jornalismo também está sendo questionado, tanto do ponto de vista teórico quanto prático. Ambas as entrevistas realizadas para fundamentarem este estudo apontaram a tendência dos profissionais de hoje a uma acomodação, que os leva, em muitos casos, a deixarem de lado os princípios básicos do exercício da atividade aprendidos na escola.

Podemos continuar insistindo nas críticas ou buscar soluções. As críticas endereçadas ao jornalista, ao jornalismo e ao seu ensino devem servir de alerta, justamente por serem tão recorrentes. Assim como o jornalismo, as escolas de jornalismo também estão em crise de identidade e objetivos.

Nas empresas de comunicação que se agigantam, dia após dia, as redações apresentam uma divisão cada vez maior do trabalho, intensificando o processo de produção. Apesar de certa resistência dos veteranos, isso vem, em geral, sendo encarado positivamente pelos jornalistas mais jovens, que acreditam estar familiarizados com as atuais circunstâncias nas quais o jornalismo opera.

A tecnologia digital acelerou processos e facilitou, em muitos aspectos, o trabalho jornalístico. No meio impresso, contudo, o tempo ganho na produção beneficiou menos as redações e os jornalistas e mais a área industrial e a distribuição. Não se sabe por quanto tempo, mas o fato é que a mídia impressa é uma sobrevivente. Resistiu a todos os meios que a sucederam. Em contraste com sua história e tradição, a tela do computador ainda não consegue ser tão sedutora a ponto de superar o conforto da leitura de textos impressos. Por outro lado, há sites que já investem na informação diferenciada, mais aprofundada. Esboçam uma tendência que tende a se intensificar no futuro próximo. Há ainda que se considerar o fato de que a apropriação do tempo de produção ganho com o emprego das novas tecnologias tem como limite, a concorrência. Não basta chegar mais cedo ao leitor, se o conteúdo apresentado pelo jornal concorrente reúne mais informações e de melhor qualidade. E o inverso também é verdadeiro. Não adianta produzir o melhor

e mais completo conteúdo, se o processo de produção implicar atraso na distribuição e, conseqüentemente, perda de mercado para a concorrência. Perda de público corresponde a perda de anunciantes e, portanto, a redução de lucros, o velho círculo vicioso que ronda a atividade jornalística comercial.

A lógica econômica que ampara a atividade jornalística não pode abrir mão de crescentes investimentos em tecnologia. Por outro lado, parece também que as empresas já começam a se convencer de que só o investimento nos profissionais será capaz de estabelecer o diferencial em relação à concorrência.

Por essa razão, percebe-se que o sistema econômico da informação, atrelado à introdução de técnicas e ao desenvolvimento de novos métodos, não atribui valor à compreensão do fato. Não é a massificação, necessariamente, pois os jornais já foram meios de massa buscando compreensão da notícia numa época em que eram menos noticiosos e mais profundos.

## 5 REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

AMARAL, Luiz. *Pauta*. Disponível em: <[http://www.ufma.br/canais/comunicacao/pauta\\_jornalistica.htm](http://www.ufma.br/canais/comunicacao/pauta_jornalistica.htm)>. Acesso em 21 ago. 2005.

BALDESSAR, Maria José. *A mudança anunciada: o cotidiano dos jornalistas com o computador na redação*. Florianópolis: Insular, 2003.

----- . *Jornalismo e tecnologia: pioneirismo e contradições*. Disponível em: <[http://njmt.incubadora.fapesp.br/portal/publi/mariajose/jornalismo\\_pioneirismo\\_tecnologia\\_e\\_contradicoes.pdf](http://njmt.incubadora.fapesp.br/portal/publi/mariajose/jornalismo_pioneirismo_tecnologia_e_contradicoes.pdf)>. Acesso em: 30 ago. 2005.

BORGES, Jorge Luiz. A Biblioteca de Babel. In ----- . *Ficções*. São Paulo: Círculo do Livro, 1975, p. 79-89.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

CALDAS, Álvaro (org.). *Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet*. Rio de Janeiro: PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2002.

CAMARGOS, Ana Paula. Desafios da difusão da internet nos países em desenvolvimento: estudo de caso do Brasil. *Comunicação e sociedade: internet*. Universidade Metodista de São Paulo, n.28, p.115-141, 1997.

CARDOSO, Gustavo. *Os portais do internet gatekeeping*. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/cardoso-gustavo-internet-gatekeeping.html>>. Acesso em: 04 abr. 2001.

CARVALHO, Marinilda. *Fetichismo da velocidade: mídia mais distante do cidadão*. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/al180920021.htm>>. Acesso em: 28 ago. 2005.

CEBRIÁN, Juan Luis. *Cartas a um jovem jornalista*. Lisboa: Bizâncio, 1998.

CORRÊA, Elizabeth Saad. *O jornalista (brasileiro) na sociedade da informação: repórter da realidade, arquiteto da virtualidade*. Disponível em: <[http://njmt.incubadora.fapesp.br/portal/publi/elizabeth/jornalista\\_brasileiro\\_na\\_era\\_da\\_informacao.pdf](http://njmt.incubadora.fapesp.br/portal/publi/elizabeth/jornalista_brasileiro_na_era_da_informacao.pdf)>. Acesso em: 30 ago. 2005.

CUNHA, Ivani. *Legendas: de quem é a culpa?* Disponível em: <<http://ivanicunha.tripod.com/arquivo/1999/legendas.html>>. Acesso em: 8 ago. 2005.

DESTÁCIO, Mauro Celso. *Os cães novamente – perdidos, desta vez?* Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/nucleos/njr/espinal/papiro5.htm>> Acesso em: 30 ago. 2005.

DIMES, Alberto. *O papel do jornal: uma releitura*. São Paulo: Summus, v.15, 1986.

EQUIPE mobilizada para atender interesse do leitor. *Jornal Panorama*, Juiz de Fora, n.1, p. 7, nov. 2003.

FREITAS, Hélio. Os bits da notícia: jornalismo na era da internet. *Comunicação e Sociedade: Internet*. Universidade Metodista de São Paulo, n.28, p.101-114, 1997.

INÍCIO, meio e fim de carreira em Juiz de Fora. *Jornal Panorama*, Juiz de Fora, n.º1, p. 6, nov. 2003.

LEMOS, André (org.). *A cara do jornalismo on line brasileiro e suas tendências*. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/com022/jonline.html>>. Acesso em: 07 out. 2000.

LEMOS, André. *Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais*. Disponível em:

<<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/mterac.html>>. Acesso em: 05 abr. 2000.

----- . *Ciber-sociedade: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/cibersoc.html>>. Acesso em: 07 out. 2000.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: E. 34, 1993.

LOPES, Anabela de Souza. Notícias na internet: um novo jornalismo? In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Revista de comunicação e linguagens: jornalismo 2000*. Lisboa: Relógio D'água Ed., n.28, fev. 2000, p.323-326.

KOTSCHO, Ricardo. *A prática da reportagem*. Ática, Série Fundamentos, São Paulo: 1986.

KUCINSKI, Bernardo. *O jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*. São Paulo: UNESP, 2005.

MACHADO, Elias. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.

MANTA, André. *Guia do jornalismo na internet*. Salvador, out. 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/guia/guia.zip>>. Acesso em: 17 dez. 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Algumas anotações para futuros jornalistas*. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/nucleos/njr/espinal/ciberia16.htm>>. Acesso em: 30 ago. 2005.

----- . *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker Ed., 2000.

MEDINA, Cremilda. *Entrevista: o diálogo possível*. Ática, 2002.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.

MORAIS, Fernando. *Chatô: o rei do Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1994.

MORAIS, Luciano. *Pauta*. Disponível em: <[http://www.ufma.br/canais/comunicacao/pauta\\_jornalstica.htm](http://www.ufma.br/canais/comunicacao/pauta_jornalstica.htm)>. Acesso em 21 ago. 2005.

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

MUANIS, Geraldo. *Resistir*. Juiz de Fora: Cave Ed., 1996.

NEVEU, Erik. *O jornalismo entre crise e renascimento*. Disponível em: <[http://www.unb.br/fac/posgraduacao/revista2002/07\\_neveu.pdf](http://www.unb.br/fac/posgraduacao/revista2002/07_neveu.pdf)>. Acesso em: 30 ago. 2005.

NOBLAT, Ricardo. *A arte de fazer um jornal diário*. São Paulo: Contexto, ed. 4, 2003.

OUTING, Steve. *O que os jornais deveriam fazer*. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/internet/colunas/parem/par260299.htm>>. Acesso em: 25 maio 2000.

PALÁCIOS, Marcos. *Modens, muds, bauds e ftps: aspectos da comunicação no final do milênio*. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/modens.html>>. Acesso em: 07 out. 2000.

PANORAMA é rodado na maior gráfica da América Latina. *Jornal Panorama*, Juiz de Fora, n.º1, p. 12, nov. 2003.

PERES, Omar Resende. Um novo panorama. *Jornal Panorama*, Juiz de Fora, n.1, p.1, nov. 2003.

PROFUNDEZAS da internet. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, n. , p.f1, ago. 2005.

RABAÇA, Carlos Alberto E BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RECORDE de venda. *Jornal Panorama*, Juiz de Fora, n.4, p.1, dez 2003.

ROCHA, Dora (org). *Eles mudaram a imprensa*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

ROCHA, Geiza. *Webjornalismo*. Observatório da imprensa. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp211120019994.htm>>. Acesso em: 25 nov. 2001.

ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo?*. São Paulo: Brasiliense, 1980.

SENRA, Stella. *O último jornalista*. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.

----- *Mil dias: seis mil dias depois*. São Paulo: Publifolha, 2005.

SILVA, Gislene. *Uma prática para o entendimento do mundo*. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/da091220034.htm> Acesso em: 30 set. 2005.

SQUIRA, Sebastião. O jornalismo do futuro. *Comunicação e sociedade: internet*. Universidade Metodista de São Paulo, n.28, p.75-99, 1997.

----- *Jornalismo no Ciberespaço*. Disponível em:

<[http://www.usp.br/jorusp/arquivo/1998/jusp456/manchet/rep\\_res/rep\\_int/pesqui1.html](http://www.usp.br/jorusp/arquivo/1998/jusp456/manchet/rep_res/rep_int/pesqui1.html)> Acesso em: 30 ago. 2005.

TALESE, Gay. *Nossos jornalistas comem nas mãos da Casa Branca*. Disponível em: <<http://www.jbonline/ideias/jornalistas comem>>. Acesso em 24 ago, 2005.

TALESE, Gay. *O reino e o poder*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993.

TONDATO, Marica Perencin. Notas em torno de uma nova tecnologia: internet, diversidade cultural e conglomerados. *Comunicação e sociedade: internet*. Universidade Metodista de São Paulo, n.28, p.143-160, 1997.

UMA nova vida dedicada ao jornalismo. *Jornal Panorama*, Juiz de Fora, n.1, p. 3, nov. 2003.

VIANNA, Ruth Penha Alves. *Informatização da Imprensa Brasileira*. São Paulo: Loyola, 1992.

WIKIPÉDIA. Disponível em: <<http://www.wikipedia.org/wiki/pauta>>. Acesso em: 21 set. 2005.

ZANOTTI, Carlos Alberto. *A disciplina jornalismo aplicado no novo currículo da PUC-Campinas*. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/xxiii-ci/gt02/gt02a4.pdf>>. Acesso em: 8 ago. 2005.

## **6 APÊNDICES**

### **6.1 APÊNDICE A - Entrevista de Lílian Pace**

“Estes são apenas instrumentos para facilitar o trabalho dos jornalistas”. É assim que a jornalista Lílian Pace encara a introdução de novos equipamentos eletrônicos nas redações.

Há oito anos atuando no periódico *Tribuna de Minas*, de Juiz de Fora, Lílian, há cinco, ocupa o cargo de chefe de reportagem do jornal. Além do comando

da divisão de pautas e tarefas no jornal, Lílian é assessora de comunicação do Espaço Cultural Pró-Música.

### **Como escolher as pautas que podem virar notícia na *Tribuna de Minas*?**

A gente procura dar atenção aos fatos novos, inéditos. Fatos de fora que podem ser repercutidos aqui, em Juiz de Fora. As melhores pautas são aquelas que captamos de nossas fontes, durante a apuração de outro fato.

### **Como relacionar a escolha da pauta à linha editorial do jornal?**

Dentro do projeto editorial da *Tribuna*, no qual o repórter é muitas vezes seu próprio pauteiro, multiplicamos as possibilidades de conseguirmos boas pautas. Isto porque quando o repórter sai para apurar o que ele próprio sugeriu, temos a certeza de que realizará um ótimo trabalho.

### **Como são discutidas as pautas que entrarão no jornal?**

Nós realizamos duas reuniões diárias, uma às 11h e outra às 18h. Mas, na segunda-feira, há uma reunião de preparação de pautas, na qual planejamos os destaques da semana.

### **Quais as maiores dificuldades que você enfrenta no jornal?**

Bem, o factual no impresso não existe mais, porque a TV e o Rádio, além da Internet, suprimem isto. Mas nós ganhamos no detalhamento, por isso apostamos em matérias de planejamento.



### **Como você distribui as pautas diariamente?**

Todos os dias nós temos que colocar no jornal aquilo que é factual, agendas e nossas pautas. Para isto, seguimos a idéia de que cada repórter tem um perfil para determinado segmento. Uns são até menos setorizados que outros, mas a maioria tem sua preferência. O que é até legal, porque cobrir uma mesma editoria por muito tempo faz com que o repórter conquiste suas fontes e passe credibilidade às mesmas.

### **Como é a relação entre chefe de reportagem e repórter?**

Sempre decidimos as pautas em comum. Acima de tudo existe o diálogo permanente entre o chefe de reportagem e o repórter. O legal é tentar evitar a imposição e incentivar a participação. Com isso, consegue-se boas pautas e ótimas matérias.

### **Como você encara a introdução de novas técnicas dentro das redações?**

Nada substitui a conversa cara a cara com a fonte. Mas temos que levar em conta algumas exceções, como a fonte que não pode nos atender e o tempo que se tem para produzir a matéria. Nestes casos, a internet e o telefone são fundamentais. Não que ela substitua o trabalho do repórter. A internet não é fonte para ninguém, ela só possibilita descobrir fontes ou informações para fundamentar uma entrevista. Por outro lado, é complicado também, porque o telefone, por exemplo, não resolve tudo. Por meio dele, a fonte pode fugir do repórter, o que não

acontece quando você vai vê-lo cara a cara. Estes são apenas instrumentos para facilitar o trabalho dos jornalistas.

## 6.2 APÊNDICE B – Entrevista de Wilson Cid

Diante das transformações provocadas pela introdução das tecnologias mais recentes e técnicas nas redações, Wilson Cid prevê que o jornalismo, nos próximos anos é, vai alterar suas relações com os leitores. Cid acredita que “a primeira coisa que tem que acontecer é o jornal impresso ser distribuído gratuitamente”.

Vice-presidente Editorial do *Jornal Panorama*, Wilson Cid relata fatos, indica perspectivas e dialoga com o tempo na entrevista abaixo.

### **O que de mais importante acarretou a introdução de novas tecnologias nas redações?**

Com o advento dos recursos das novas tecnologias, o que mais comprometeu as redações foi o fato de que hoje o repórter já elabora sua matéria diretamente no computador, eliminando uma figura muito importante nas redações antigas que é o copidesque. Hoje nós temos no máximo um revisor gráfico, mas não um revisor de texto. Então o que se escreve vai direto para a impressão. Essa é uma grande deficiência que eu percebo.

### **Isso compromete a qualidade gramatical do texto?**

Sim. Nós temos que restabelecer essa figura importante do revisor de texto, porque hoje presenciamos, lamentavelmente, a escassez do hábito da leitura, que antigamente norteava o trabalho dos jornalistas. Lendo-se muito pouco, aprende-se muito pouco o idioma. Essa é uma gravíssima deficiência. A gente custa um certo tempo até colocar o pessoal escrevendo um texto uniforme.

### **O *Dead-Line* também ficou comprometido com a redução do tempo de produção. Como você avalia isto?**

Com o recurso tecnológico houve um passo muito importante no trabalho da redação em si, mas isto prejudicou o horário. Hoje, as redações ficaram muito dependentes do horário industrial. Antigamente, no “chumbão”, podia-se alterar uma matéria até à 0h. Mas agora é impossível. Um exemplo que eu gosto de citar é o da morte da princesa Diana, que ocorreu num sábado à tarde e nenhum jornal deu a notícia no domingo. Só foi sair na segunda-feira. Isso porque, aos sábados, fins de semana ou vésperas de feriado, as redações ficam muito limitadas em função deste

processo industrial. Quer dizer, é preciso descer o jornal até tal hora e, depois de fechada a edição, não se pode alterar mais nada. Antigamente, tinha-se essa elasticidade. Isso fazia com que o noticiário ficasse mais dinâmico e atualizado. Mas é um preço que se tem de pagar mesmo. A tecnologia está aí e não tem jeito.

### **O que a intermediação de fax, telefone, e-mail e outros aparatos eletrônicos pode ocasionar durante a apuração da matéria?**

Isso gera uma deficiência da qualidade de apuração. Tem que se buscar o máximo possível não utilizar o telefone, o e-mail, o fax e o release. É preciso que o redator esteja cara a cara com a fonte, porque isso cria uma relação de respeito entre a fonte e o jornalista. A dinâmica, muitas vezes, impede que se faça esse contato. Em compensação, o recurso eletrônico também não pode ser completamente dispensado, porque ajuda a acelerar a informação e o processo de produção da matéria.

### **Quais os caminhos que o jornalismo impresso vai trilhar?**

A primeira coisa que eu acho que tem que acontecer é o jornal impresso ser distribuído gratuitamente. Isto tem sido feito na Europa, nos Estados Unidos, na América Latina e aqui em Juiz de Fora. Nós lidamos com uma realidade deplorável. Uma pessoa não pode gastar R\$1,00 ou R\$1,50 com um jornal, porque isso, no fim do mês, vai corresponder a 15% do salário dela. Quando a distribuição gratuita do jornal Panorama começou, nós observamos o interesse das pessoas em amanhecer na fila em frente à banca, esperando o jornal chegar. As pessoas querem ler. Elas sentem que precisam se informar, mas não têm dinheiro para comprar jornal. Nós

temos que alcançar o ponto em que a publicidade e a editoração gráfica vão se aperfeiçoar para que todos os jornais sejam distribuídos gratuitamente. Isso vai gerar uma setorização. Ou seja, vão surgir jornais de empresa, de entretenimento e diversão. Vamos departamentalizar e cadernizar os jornais. Nas principais capitais da Europa, há jornais que são distribuídos em metrô e olha que lá o poder aquisitivo é muito maior.

### **E o que isso pode acarretar em termos de universo de leitores?**

Como o jornal gratuito passa a atingir as camadas mais carentes da população, como a C, a D e a E, a gente supõe que será necessário modificar o trabalho das redações para que ele fique mais adequado a este universo de leitores. A linguagem, em especial, deve ser mais objetiva e simples, assim como o tipo de informação. Por exemplo, temos que produzir mais matérias de esporte e democratizar o caderno de cultura, que sempre foi muito elitizado. Outra coisa é que as pessoas hoje não têm tempo para fazer leituras longuíssimas sobre factual, por isso as matérias devem ser mais concisas. Esta é a razão do resultado muito bom das colunas, que são sintéticas. Elas passam informações importantes e de forma muito concisa. Não há reportagem em colunas sociais, políticas ou econômicas. Essa é a grande necessidade: condensar os jornais.

### **Com base nisso, como fica a questão da publicidade?**

É importante destacar que a resposta publicitária justifica a distribuição gratuita do jornal. A iniciativa de distribuição gratuita aumentou a média do público leitor de 5 mil para 15 mil em Juiz de Fora. Quando se atinge essa meta, chega-se até um mercado publicitário que não participava, porque não tinha interesse em se dirigir a 5 mil, mas tem interesse em atingir 15 mil, sendo que parte desse público integra as camadas mais populares. São interessantes, portanto, para anunciantes como supermercados ou outras grandes redes.

## **Qual será o papel da internet frente a tudo isso?**

Acho que há uma concorrência violenta que é a da internet. Só que o que acontece é que, antes da internet ser um obstáculo para o jornalismo impresso, nós também estamos entrando na internet. Afinal de contas, é um recurso eletrônico que nos possibilita repassar as informações do jornal para os leitores. Só que esse mercado de leitores também consome o jornal gratuito, mesmo que pague o provedor no final do mês. Eu acho que é por aí que nós vamos caminhar.

## **Entre as alterações no jornalismo impresso, estamos presenciando uma variedade maior de formatos. O que você percebe com relação a isto?**

Hoje, é uma tendência o desaparecimento gradativo do jornal standartizado. Ou se usa o tablóide ou é o berliner, como é o caso do nosso e do *Jornal do Brasil*. Isso também mexe com a produção. Exige uma nova visão e um novo projeto gráfico. O JB entrou de cara neste processo. Ele é jornal berliner para o leitor de banca e standart para os assinantes. Sem dúvida, é uma experiência interessante. O jornal do futuro, penso eu, será alterado visualmente, afetando publicitários, diagramadores, editores, redatores etc...