

Umberto Eco, Número Zero e o Jornalismo no século XXI¹

Tatiany Cristina Oliveira GARCIA²
Osvando José MORAIS³

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

RESUMO

Tem-se como proposta repensar o jornalismo a partir da crítica feita pelo filósofo e linguista Umberto Eco em sua obra, publicada em 2015, Número Zero. O autor, em sua trajetória, foi um estudioso crítico da mídia e um dedicado bibliófilo. Eco fez nesta obra um panorama contundente do fazer jornalístico atual, tendo como base o jornalismo tradicional, com a tentativa de buscar ou chegar o mais próximo possível do conceito de verdade, contrapondo-se na atualidade às novas práticas jornalísticas, como por exemplo, o Fake News. Deste modo, o objetivo deste artigo é analisar as contribuições críticas de Umberto Eco em algumas de suas obras, neste cenário de convergência entre as plataformas impressa e digital. Abordaremos sobre ciberjornalismo, desde a dinâmica de produção e consumo da informação pelo público, a ética jornalística, e o modelo contemporâneo de jornalismo alternativo.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; fake news; ideologia; ficção; umberto eco.

INTRODUÇÃO

Foi a partir do surgimento de novos meios de comunicação como o rádio em 1920 na América e a televisão em 1930 na Europa que o jornalismo conquistou um espaço maior (TRAQUINA, 2005).

No entanto, o jornalismo e a imprensa começaram a se expandir no século XIX. Hoje, no século XXI, passamos por uma revolução das práticas jornalísticas com suas formas de atuação e elaboração. A era da Informação e do Conhecimento que impôs juntamente com os

¹ Trabalho apresentado no II01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da FAAC-UNESP, [email:tatiany.garcia@unesp.br](mailto:tatiany.garcia@unesp.br)

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da FAAC- UNESP, e-mail: osvando.j.morais@unesp.br

meios de comunicação transformações para se adaptar principalmente às recentes perspectivas do meio digital de comunicação, a internet, criada em 1969 nos EUA, engloba desde a revolução da linguagem dos meios até a formação de um público que atua não somente como consumidor de informação, mas também como produtor.

Segundo Traquina (2005) a expansão da imprensa se deu por fatores como a escolarização da sociedade, o processo de urbanização e a conquista dos direitos fundamentais e da democracia como forma de governo. Com isso a imprensa passa a ser um mediador da sociedade, denunciando as injustiças e mazelas sociais, que, mais tarde foi classificado por teóricos como Nelson Werneck Sodré na figura do Quarto Poder.

A compreensão do jornal como um produto de informa o e não propaganda transformou o conceito de notícia baseado em fatos e não em opiniões pessoais e de terceiros. A informa o foi configurada como mercadoria no final do século XIX, como uma espécie de m dia sensacionalista que manipula a informa o para fins comerciais, conhecida como Imprensa Marrom, ou Yellow Press (como   chamada nos Estados Unidos).

A imprensa   responsável por atuar como um agente de controle da sociedade, já que os produtos midiáticos sempre estão associados a elementos culturais, econ micos, sociais, mercadológicos e políticos. Factualmente algumas características significativas do sistema de m dia brasileiro permanecem imutáveis: o monopólio familiar se constitui como elite política, através da propriedade dos meios de comunica o, reflete um jornalismo orientado pelas elites capaz de influenciar grande parte do público, através dos padrões de manipula o que segundo Perseu Abramo mascaram a informa o. Estes elementos são ponto chave do livro de Umberto Eco, Número Zero (2015), que será considerado neste artigo, como um manual de jornalismo.

NÚMERO ZERO

A narrativa de Eco se passa em 1992, na Itália, ano em que se despontavam as novas tecnologias e as incertezas do futuro jornalístico, vistas como uma espécie de canibalismo entre as m dias. Os acontecimentos estão ambientados na reda o de um futuro jornal que levará aos leitores o “amanhã na edi o de ontem”.

O jornal terá como nome o Amanhã, objeto da narrativa, pertence a um magnata e todo o conteúdo que será veiculado precisa estar de acordo com as ideias do dono do veículo. O que leva a pensar que nos casos em que ocorrem o monopólio da informação não acontecem somente do Brasil, mas sim em grande escala. Quem narra a história é o ghostwriter Colonna, que é convidado pelo editor-chefe Simeï para dirigir o jornal Amanhã. Nem tudo que se lê no jornal é verdade, tal afirmação fica clara, no trecho retirado do livro, quando Simeï na primeira reunião de redação vem explicar o que seria um “número zero”. Um número zero pode ter a data que se quiser e pode ser perfeitamente um exemplo de como teria sido o jornal meses antes, suponhamos, quando a bomba explodiu. Neste caso, “já sabemos o que terá acontecido, mas vamos falar como se o leitor ainda não soubesse. Portanto, todas as nossas indiscrições terão gosto de coisa inédita, ousado dizer oracular. Ao cliente, nós deveremos dizer: veja como teria sido o Amanhã se tivesse saído ontem. Entenderam?” (p. 36).

No contexto geral, os jornais comuns contam as histórias de ontem no amanhã e não o contrário. Isto faz o jornal o Amanhã ser um exemplo de “mau jornalismo”, pois não é definido pelo fato de retratar as notícias de amanhã no jornal de ontem, mas sim, pela forma de como se objetiva para alcançar seus propósitos, ignorando o presente. “Insinuar não significa dizer algo preciso, serve só para lançar uma sombra de suspeita sobre o desmentidor”, argumenta Simeï. Eco constrói a figura do personagem Simeï sem ética, diferentemente dos históricos personagens jornalistas do cinema e literatura que tem sua função social ameaçada. Logo, este personagem traz em sua bagagem uma aproximação com a realidade dos jornalistas que carregam esta função de editor-chefe, juntamente com o código de ética da profissão. Para Simeï, é melhor insinuar ter documentos de fontes que não existem do que admitir que o jornal não “checou” os fatos com a objetividade que rege e guia os princípios de noticiabilidade das produções jornalísticas.

A redação que conta com seis redatores, possui uma mulher, Maia Fresia, a única que fica atônita com as regras do “mau jornalismo” impostas para a elaboração do jornal. Colonna é o único que entra consciente das regras e objetivos do Amanhã. Maia questiona todos os métodos que operam a produção deste jornal, mas obedece pelo fato de precisar do emprego, por isso se submete ao sistema. Esta característica sugere outra crítica feita por Umberto Eco:

Maia pode ser considerada uma “vítima” da redação sem ética e sensacionalista que é a do jornal Amanhã, assim como é na realidade jornalística, em que o mercado dita as regras da produção. Deste modo, é planejada pela equipe a produção de doze números zeros com datas propositadamente escolhidas.

Em alguns aspectos da obra, podemos comparar o Amanhã com o Ministério da Verdade, em 1984, do livro de George Orwell. No livro, o Ministério cria falácias estatais do país Oceania, além de mudar as datas dos fatos e apagar notícias já publicadas. A crítica que Orwell faz serve de exemplo para os portais que hoje alteram a hora e data de publicação das notícias para competir com a concorrência. Por trás das edições a serem produzidas pela redação do Amanhã, temos a investigação feita por um dos membros da equipe, Braggadocio, a respeito de uma teoria da conspiração de que Benito Mussolini não foi assassinado no fim da Segunda Guerra Mundial, mas que se refugiou no Vaticano e se exilou na Argentina. Este momento do livro parece refletir um bom jornalismo investigativo quando tenta provar as hipóteses como diz o manual, sem medo do que isso pode ocasionar para seus companheiros da redação ou para sua própria vida e carreira de jornalista. A importância de se conhecer os erros que permeiam uma ação está no fato de não os repetir.

Por este motivo, Número Zero se configura como um manual do mau jornalismo e permite uma reflexão sobre estes atos que colocam o futuro do jornalismo em jogo. A lição de Eco permite perceber, através da narrativa que nem tudo que se lê ou se consome como produto informativo é o reflexo da “realidade”, mesmo que o jornalismo seja um farol que reflete essa luz. Neste sentido, a verdade como algo inatingível, pois é um conceito filosófico que não pode ser ignorado na produção de conteúdo informativo para a sociedade. Notícias e verdade se sobrepõem quando os fatos são colocados com objetividade e clareza à sociedade, caso contrário, tornam-se apenas um “número zero”.

CONVERGÊNCIA IMPRESSO DIGITAL

[...] a necessidade de compartilhamento rápido ou instantâneo e de forma democrática fez com que os meios midiáticos se adaptassem, direcionando a informação ao jornalismo na rede, mais especificamente ao ciberjornalismo, uma “especialidade do jornalismo que

emprega o ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo, difundir conteúdos jornalísticos(SALAVERRÍA, 2005a, p. 21).

A fusão de conteúdos jornalísticos em uma única plataforma ficou conhecida como ciberjornalismo, que tem como característica fundamental a sua adaptação constante aos novos meios e tecnologias, promovendo interatividade e uma ideia de múltiplas conexões.

Os hiperlinks utilizados nos conteúdos de jornalismo digital, comprovam tal informação. A partir do século XX, começam a ser explorados para dar mais dinâmica, interatividade , rapidez e facilitar as conexões entre autor-plataforma-leitor.

O início da convergência entre jornalismo impresso e digital é marcado com o surgimento das tecnologias digitais, aliado a crise informacional, do jornalismo. Proporcionando mais recursos que a plataforma impressa, o digital era algo a ser explorado, logo, apresentava-se como um novo tipo de jornalismo, ou seja, com uma nova linguagem, produção, leitor e etc.

Como a narrativa de Número Zero de Umberto Eco é nosso objeto referencial neste artigo retratar a redação de um jornal impresso. Atentamos a levantar as semelhanças, diferenças e desafios do jornalismo impresso e digital.

A obra de Eco, Número Zero, faz algumas discussões sobre área do jornalismo, em um ambiente ficcional. O objetivo da criação do jornal é para que Vimercate utilize-o contra seus inimigos. Assim, Eco estimula a imaginação e interpretação do leitor, uma das características essenciais dos romances do escritor.

Nesta citação do livro que segue abaixo, conseguimos entender claramente a intenção de Eco em criticar a imprensa e o jornalismo contemporâneo. Ele cria uma narrativa com um cenário de 1992, mas consegue emancipar situações do século XXI. Desta forma, entendemos como funcionava a redação do Amanhã e o significado do termo Número Zero.

[...] Mas agora, durante um ano, precisamos demonstrar que é possível fazer. E é possível porque um número zero pode ter a data que se quiser e pode ser perfeitamente um exemplo de como teria sido o jornal meses antes, suponhamos, quando a bomba explodiu. Nesse caso já sabemos o que terá acontecido depois, mas vamos falar como se o leitor ainda não soubesse. Portanto, todas as nossas indiscrições terão gosto de coisa inédita, surpreendente ousou dizer oracular. Ou seja: ao cliente

nós deveremos dizer: veja como teria sido o Amanhã se tivesse saído ontem. Entenderam? E querendo-se, mesmo que ninguém nunca estivesse explodido a bomba poderíamos muito bem fazer um número como se (ECO. 2015. p.36).

O tipo de Jornalismo praticado pela redação do Amanhã não cumpre com a conduta ética da profissão. Simei e Colonna contratam uma equipe para inventar e requestrar notícias, que atinjam os altos escalões do poder na Itália. É a conhecida imprensa marrom, que tem por finalidade servir aos interesses políticos e econômicos, manipulando a estrutura da notícia, ou fato, formando a opinião e transformando a realidade do público. Não se preza pela essência do jornalismo: informação, apuração, checagem, valor-notícia, objetividade e imparcialidade na construção dos conteúdos noticiosos.

Percebemos que Eco revela aos leitores o que está por trás da veiculação das informações. O autor nos insere dentro da redação de um jornal irônico e nada ético, o Amanhã, um símbolo, visto que se trata de “[...] um jornal que nunca sairá” (ECO, 2015, p.23).

Portanto, verificamos através da leitura do romance que Eco utiliza da ironia e sarcasmo para descrever práticas jornalísticas contemporâneas e pressupõe neste processo um possível “leitor- modelo” desta obra literária que poderia ser a própria imprensa contemporânea denominada pelo termo marrom, ou seja, que possui interesses em manipular fatos e interferir na construção da opinião pública. O próprio Simei afirma no decorrer do livro que não se trata de contar mentiras, mas de distorcer a realidade apenas relatando verdades. Assim, eles estudam maneiras de criar essas realidades, fatos fictícios sem que alguém pudesse processar o jornal por calúnia ou difamação.

Ao ler Número Zero, também podemos entender algumas das possíveis intenções do autor. Umberto Eco com essa narrativa ficcional, faz uma crítica ao jornalismo comercial, ou seja, a notícia como produto, presente tanto nas modalidades impresso e digital, discutida neste artigo, além de questões como: falta e precariedade no processo de apuração dos fatos, clareza das informações, tendenciosidades, prioridade para os interesses do veículo e não do público, como por exemplo, os padrões de manipulação discutidos por Perseu Abramo e o descumprimento das condutas éticas da profissão. Outra lição que Eco permite perceber,

através dessa narrativa é que nem tudo que se lê ou se consome como produto informativo é o reflexo da “realidade”, mesmo que o jornalismo seja um farol que reflete essa luz.

Podemos buscar um diálogo, da obra de Umberto Eco com o sistema de mídia brasileiro, em que algumas características permanecem imutáveis e refletem na redação do Amanhã: o monopólio, constituído por uma elite, através da propriedade dos meios de comunicação, traduzem um jornalismo tendencioso, capaz de influenciar grande parte do público, através dos padrões de manipulação, que (Perseu Abramo) mascaram a informação, sendo eles: ocultação, fragmentação, inversão e indução, que sempre estiveram presentes no jornalismo.

O monopólio dos meios de comunicação é constatado em empresas como a Globo, SBT, Record, Folha de São Paulo e O Estadão-, consequência de um sistema capitalista que coloca a notícia como um produto, uma mercadoria. No entanto, a notícia como mercadoria precisa ser analisada do ponto de vista da ética jornalística, ou seja, do Código de Ética, a fim de oferecer qualidade de informação e um conteúdo verossímil aos leitores.

E é então que a separação entre o que é ou não de interesse do público se tornam mais difícil, já que muitas vezes os interesses privados, de terceiros, e do próprio veículo se sobressaem no que será publicado, afetando totalmente a qualidade da notícia e informação que cada vez mais carecem de boas apurações, pesquisas, criticidade, e a apresentação dos dois lados da história, ou seja, a famosa imparcialidade jornalística.

Vamos exemplificar; um fato acontece. Ao elaborar o conteúdo jornalístico (a notícia), a política editorial de um veículo de comunicação afetará diretamente nas correções do texto e sua consequente publicação e isto, como dito anteriormente, ocorre por diversas razões, sejam elas por uma linha editorial do meio ou até financiamentos privados.

O principal efeito das técnicas de manipulação é que os órgãos de imprensa não se aproximam da “realidade”. A maior parte do material que a imprensa oferece ao público tem algum tipo de relação com a suposta “realidade”, mas essa relação é indireta. Tudo se passa como se a imprensa quisesse apenas apresentar outra realidade reconstruída, que não é exatamente o “real”. Pode-se dizer que é uma “construção”, criada e desenvolvida pelos meios e apresentada como verdade e o público acredita que aquela realidade apresentada pela mídia é a realidade.

Podemos dizer que uma grande parte da realidade, o público elabora através dos meios de comunicação. Como ele a todo o momento recebe estímulos dos veículos, acaba construindo seus valores, ideologias e visões de mundo com base no que consome como produto noticioso.

Os jornalistas vivem uma espécie de “dualidade” no meio em que atuam. Em um momento precisam respeitar a linha editorial do veículo em que atuam, para não perderem seus empregos; já em outro momento cumprir com a ética jornalística é um primeiro passo para conquistar direitos dentro da profissão. Para comprovar esta afirmação feita sobre a “ética” dos meios de comunicação, que muitas vezes satisfazem lados contrários à finalidade pública, vamos nos basear no artigo 6º do Código de Ética, que diz que o exercício da profissão do jornalista, é uma atividade de natureza social e com finalidade pública.

O que vemos no jornalismo contemporâneo, ironizado em Número Zero, é o “descompromisso” com o interesse do público, informações detalhadas e relevantes para uma sociedade, além de um mercado de notícias e interesses de terceiros. O exemplo analisado, fenômeno no jornalismo do século XXI, são as notícias falsas, mais conhecidas como “Fake News”.

Muitas vezes disfarçadas, com um bom discurso e sem apuração jornalística, elas estão influenciando leitores que não conseguiram identificar o que é verdade e o que é boato, um exemplo são as correntes de WhatsApp. O público confia na mídia, devido a sua uma construção como meios “fornecedores de informação”. Através disso, os veículos possuem credibilidade do público, o que favorece a manipulação e a confiança de que o fato noticiado é realmente verídico.

Alguns artigos presentes no Código de Ética dos Jornalistas⁴ que salientam a importância do jornalista para a transmissão de informação, na qual este profissional possui as funções de coletar, transmitir, publicar e comentar a notícia, além de descrever acontecimentos de maneira clara, objetiva e verossímil.

⁴ Código de Ética dos Jornalistas: <http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/o-codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>. Acesso em: 7 jun. 2019.

No Art. 2º, I, do Código de Ética da Federação Nacional dos Jornalistas afirma-se que “a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e desenvolvimento de empresas independentemente da linha política de seus proprietários” e no Art. 2º, II, acrescenta que “a produção e divulgação de informações devem ser informadas pela veracidade dos fatos”.

Com isso, podemos refletir que é preciso que as empresas de comunicação se disponham a cumprir com os direitos éticos e morais do público e da informação. Ainda, salientamos que uma regulamentação/democratização dos meios se faz cada vez mais necessária para alcançarmos os princípios democráticos da informação.

O jornalismo tem papel fundamental na construção da realidade social e vários estudos e autores corroboram com tal afirmação. O que compreendemos como mundo, sociedade, em grande parte, vem da mídia, da informação que consumimos. Um dos autores que precisamos citar é o próprio Umberto Eco, o filólogo e semiótico, que muito contribuiu para os estudos da comunicação e o jornalismo.

A obra *Apocalípticos e Integrados* inaugura os estudos dos meios de comunicação na década de 60 e fez de Eco um grande pensador na comunicação. A partir de então, até chegar à obra de 2015, *Número Zero*, encontramos inúmeras obras e pensamentos do autor para essa área. É preciso explicar a importância de *Apocalípticos e Integrados* para a comunicação e o Jornalismo, já que avança a teoria e o pensamento sobre os estudos de recepção que virão posteriormente, na década de 70. Nela, Eco traz termos novos, como: cultura de massa, mass media, indústria cultural (teoria crítica) e etc., além de inúmeros estudos para os meios de comunicação.

O autor ressalta que os meios de comunicação são produtos e precisam ser pensados como mensagem. Na obra, ele deixa clara a importância de entender a indústria cultural, que, em uma visão apocalíptica, oferece obras de arte como produtos de consumo banalizados, sem aura artística, uma visão negativa. Já os integrados vêem a indústria cultural como uma forma democrática de disseminar as obras de arte, fazendo com que a sociedade de massas tenha acesso, ao que antes era destinado a elite intelectual.

Outras contribuições de Eco para os estudos da comunicação e o Jornalismo. Em sua obra *Seis passeios pelo Bosque da ficção*, elaborada a partir das conferências na Universidade

de Harvard em 1993, trata de assuntos ligados tanto à comunicação, quanto à literatura, já que discute a ‘natureza das narrativas’, de ficção ou não-ficção.

Nesta obra, Eco homenageia Italo Calvino, utilizando trechos da obra de Calvino, Seis propostas para o próximo milênio, mostrando a proximidade da escrita dos dois autores e a discussão sobre narrativas que é do interesse de ambos. Eco dará enfoque então há três parâmetros em suas conferências que virou livro: a relação entre autor, leitor e obra.

Por tipos de leitores, em Seis passeios pelo bosque da ficção, Eco traz as definições, remontando-o com suas próprias referências, com subentendidos. Porém, ressalva que essa rapidez deve ser determinada a partir do tipo de leitor desejado pelo autor.

Ele apresenta um leque de obras sobre a teoria da narrativa, estética da recepção e crítica orientada para o leitor, afirmando que existem várias entidades da narrativa conhecidas como: leitores ideais, implícitos, virtuais, meta leitores- cada qual evoca um autor ideal ou implícito ou virtual.

Portanto, os conceitos base refutados por Eco, relevantes para reflexões propostas para esse artigo são: o de autor-modelo (uma espécie de voz guia para o leitor no texto, e que pode se tornar o autor imaginado pelo leitor). Diferente do autor empírico, que é o sujeito real, por exemplo, o próprio Umberto Eco. E ambos não são figuras de narrador, criação que só se torna possível através da interação entre autor-texto-leitor. O leitor-modelo é aquele esperado pelo autor-modelo, que está disposto a obedecer às regras criadas pelo autor-modelo, que é diferente do autor empírico, que pode questionar as regras, e até transformar o texto, de bosque, (proposta do autor), para seu ‘jardim particular’.

Os jogos de leitura entre leitor e autor se dão em graus diferentes de complexidade. O leitor é o responsável por escolher os fatores que auxiliarão na caminhada do bosque narrativo. Já o leitor-modelo é capaz de acompanhar os rastros das pegadas deixadas pelo autor-modelo.

Há leitores-modelo não só em relação a textos que estão abertos a múltiplos pontos de vista, mas também aqueles que preveem um leitor muito obediente, ou seja, há um leitor-modelo não só para Finnegans wake, como ainda para os horários de trem, e de cada um deles o texto espera um tipo diferente de cooperação (ECO, 1994, p. 23)

Reconhecer e determinar o leitor pretendido, o leitor-modelo do seu texto significa expor as regras do jogo ou simplesmente dificultar as jogadas. Por isso, pensamos que o jornalista deve compreender melhor as estruturas da linguagem, bem como das construções textuais e entendimento das entidades da narrativa, para que seu conteúdo seja recebido da forma como havia planejado, cumprindo com o papel do jornalismo em levar informações factuais, de qualidade e verossímeis, para o melhor exercício da profissão e cidadania.

[...] precisam aparecer juntos porque o autor-modelo e o leitor-modelo são entidades que se tornam claras uma para a outra somente no processo da leitura, de modo que uma cria a outra. Acho que isso é verdadeiro não apenas em relação aos textos narrativos como em relação a qualquer tipo de texto. (ECO, 1994, p. 30).

Comparamos com o jornalismo e a redação do Amanhã em Número Zero. O jornalista só se torna autor-modelo, uma entidade de seu texto, a partir da leitura do talvez, futuro, leitor-modelo que também está nesse processo de criação. Sem leitura, sem texto não há entidades narrativas e, portanto não há interpretações ou superinterpretação de conteúdo. A “manipulação” surge do processo criativo do autor empírico do texto, e se funde às intenções textuais. O texto já é projetado para alguém, por exemplo, que antecede a definição, criação das entidades narrativas, assim não se constrói conteúdo manipulativo ou não sem leitura.

A partir da invenção da Prensa de Gutenberg a informação se popularizou nos jornais do século XVIII e permitiu mudanças na sociedade, transformando os setores sociais, políticos, econômicos e sociais.

O jornal impresso, auxiliou as classes menos favorecidas no acesso ao conteúdo da Bíblia, por exemplo, um marco para a sociedade da época, em que a Igreja tinha grande influência na vida social. Segundo o artigo: O jornalismo impresso brasileiro e as novas tecnologias: perspectivas inovações⁵, que discute a evolução do jornal impresso em meio às novas tecnologias digitais, podemos entender mais sobre a questão ideológica discutida anteriormente, dentro do jornalismo como um todo.

⁵Trabalho apresentado em Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009

Desde início cada jornal tinha a sua identidade, a sua ideologia. Mas mesmo assim os jornais tinham suas semelhanças. Discutir, informar, fornecer códigos culturais, valores de uma sociedade, os periódicos eram lidos em cada país como um discurso de lideranças, daqueles que eram os intelectuais da época.

Essa característica do jornal ideológico e de luta política permeou até o século XVIII. A mudança do jornalismo ideológico para o informativo ocorreu nos Estados Unidos em 1833, onde o jornalista inglês George Wisner, do New York Sun começou a fazer e a escrever para a massa. Assim, o jornalismo começou a se expandir para as camadas menos instruídas.’’(p.3).

Por meio da dissertação de mestrado de Daniele Cristina Sabadini, com o título *As revistas Veja impressa e on-line em perspectiva dialógica: dois universos, dois leitores?*⁶, começamos a analisar as mudanças dentro do jornalismo, a partir da evolução da tecnologia digital, em que os veículos impressos começam a disputar espaço dentro da internet, algo que apuramos, ainda é desafio para os veículos impressos tradicionais.

Daniele fala sobre a construção do texto no jornalismo digital. “ O texto, ou melhor, o hipertexto do universo digital cria laços entre autor e leitor e, para discutirmos toda a relação que se estabelece entre o eu e o outro, é necessário passarmos por essa concepção textual. ”

Com tais afirmações podemos refletir sobre a crise que vive o jornalismo no século XXI, essencialmente em relação a “ migração” dos veículos impressos para o meio digital. Pensamos que o jornalismo, os meios de comunicação e os próprios jornalistas precisam se atentar às novas linguagens, aos recursos multimídia, transmídia, a linguagem da internet e principalmente entender quem são seus leitores, o que podem contribuir, já que também são produtores de conteúdo, o que podem beneficiar o jornalismo e etc.. Assim é possível criar leitores-modelo, como o próprio Eco propõe que cheguem o mais próximo das intenções da mensagem emitida e que estejam “ treinados” para identificar problemáticas nestas emissões, ou seja, o leitor-modelo não é aquele que “ aceita” receber toda a mensagem emitida, que segue pela trilha do bosque sugerida pelo jornalista, ou autor, mas sim, aquele que consegue entender “ tons de manipulação” e não se deixa suscetível a qualquer emissão.

⁶ Disponível em: http://www.fclar.unesp.br/agenda-pos/linguistica_lingua_portuguesa/756.pdf. Acesso em 09 jun. 2019

Apuramos até o momento que uma considerável diferença entre meio impresso e digital está na apropriação da linguagem multimídia para produzir conteúdo jornalístico. Um desafio que observamos, portanto, é a forma como se produz e transmite a notícia, além da formação dos jornalistas que precisa estar diretamente proporcional à emergência da adaptação profissional, em que o jornalista não se restrinja somente a ser um repórter com inúmeras funções, como ocorre nas redações impressas, ou seja, aquele que assume sozinho o papel de outros. Neste caso, tudo se torna mais coletivo. Todavia, é preciso que o jornalista esteja sempre atualizado e “pense a multimídia, a transmídia”, para que entenda as diferentes plataformas da web, mas desenvolver conteúdo que se adapte a elas.

Taís Seibd⁷, em um artigo apresentado ao 8º Interprogramas de Mestrado – Casper Líbero em 2012⁷ fez uma reflexão sobre os novos modos de narrar do jornalismo no contexto multimidiático.

Pode-se afirmar, portanto, que segue preservada ao repórter a tarefa de apuração jornalística. A diferença é que os dados, agora, podem ser entregues ao leitor não só na forma de texto escrito e diagramado em uma página de jornal, ilustrada ou não com fotografias e infográficos, mas também agregando uma série de possibilidades de linguagem, em colaboração com a equipe multimídia. Mais ainda, é possível que o papel do jornalismo no contexto multimidiático seja justamente a maneira de apresentar dados já disponíveis ao público de forma mais clara e compreensível ao leitor nestes novos modelos (SEIBD, 2013).

As mídias tradicionais impressas contribuem para que as notícias digitais “sejam familiares” aos leitores.

Observamos ainda que a recepção tem outro sentido. Como há uma “explosão” de conteúdos informacionais nas redes sociais e portais, as pessoas, leitores em potencial, têm muita informação a consumir e muitas vezes dificuldade para filtrá-las, ou que é comum a todos é que sempre estão à espera de informações. E por isso como mudaram as formas de “busca, leitura e recepção” como afirma Angèle, é preciso mudar a forma de escrever que relacione tempo e espaço, para que o leitor se situe e os profissionais tenham controle do que

⁷ SEIBT, Thaís. Uma equipe, diversas linguagens: apontamentos para uma reflexão sobre os novos modos de narrar do jornalismo no contexto multimidiático. Revista Eletrônica do Programa de Pós- Graduação em Jornalismo da Faculdade Casper Líbero. São Paulo, v. 5. n. 1, 2013.

estão produzindo. A autora ressalta a importância do desenvolvimento de uma linguagem própria para o ciberjornalismo.

O desenvolvimento de linguagem própria deve contemplar não só formas diferentes de contar a história, como também modos de como disponibilizar as informações ao público. Assim, o jornalista precisa se ater às especificidades do novo meio (MURAD, 2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a internet, uma porta de oportunidades foi aberta para o jornalismo e indicou a necessidade de inovação no modelo de como se faz jornalismo. Uma das grandes vantagens do jornalismo digital é a troca imediata e instantânea de mensagens entre pessoas de diferentes partes do globo.

Da área das comunicações, os primeiros a ocuparem o espaço da web, foram os jornais, a partir do avanço das tecnologias e favorecidos pela crise, viram neste espaço uma oportunidade, também, de não perder receitas publicitárias.

A internet é um espaço perfeito para atrair um público segmentado, os leitores, hoje gatekeepers- aqueles que produzem conteúdo e consomem informações ao mesmo tempo-, e por serem um desafio para o jornalismo atual, precisa-se investir em estudos para auxiliar os profissionais e veículos a interpretar e identificar esses leitores, para enxergarem mais oportunidades dentro do ciberespaço.

Na internet, o público tem uma capacidade maior de decisão para filtrar aonde vai sua busca por informações, analisando mais e escolhendo os veículos que satisfazem melhor seus interesses. E para o “ bom jornalismo”, caberá, que os profissionais filtrem mais essas informações disponíveis na rede, para refinar os conteúdos informacionais, oferecendo o que já está incutido em sua essência: apuração, imparcialidade, objetividade e “ verdade”

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**. 8ª edição. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2001.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. Barcelona: Lumen, 1984.

ECO, Umberto. **Interpretação e Superinterpretação**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

ECO, Umberto. **Número zero**. 4.ed. Rio de Janeiro: Record, 2015. 208 pp.

ECO, Umberto. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

SALAVERRÍA, Ramón. . **Redacción Periodística en Internet**. Barcelona: Eunsa, 2005a.

WHITE, David Manning. ‘**O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias**’ in TRAQUINA, Nelson (org.) **Jornalismo: Questões, teorias, estórias**. Lisboa, (Portugal), Vega, 1993, pp. 142-151.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo - Porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.