

O Jornalismo na Sociedade da Informação¹

Jadnaelsonda Silva SOUZA²

Gislene Moreira GOMES³

Universidade do Estado da Bahia, Juazeiro, BA

RESUMO

Este artigo tem por objetivo refletir a condição da produção jornalística na sociedade atual, denominada de Sociedade da Informação. Não há consenso conceitual relativo ao período compreendido entre o fim do século XX e os dias atuais, no entanto, o protagonismo da comunicação é uma das principais características apontadas por todos os filósofos que pensam esse momento. A reflexão presente nesse trabalho compreende a necessidade cada vez maior de informação por parte dos cidadãos de todo mundo e engloba também as mudanças no trabalho do jornalista, produtor de notícia.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Sociedade da informação; Pós-modernidade; Webjornalismo;

INTRODUÇÃO

Você já parou para notar como os dias estão ficando cada vez mais curtos? As tradicionais 24 horas diárias parecem já não ter os mesmos 1440 minutos de outrora. Isso provocou profundas transformações na forma com que as pessoas se relacionam com o meio social e até consigo mesmas.

Essa mudança na percepção da passagem do tempo está relacionada a, pelo menos, dois fatores. O primeiro é a peça pregada por nosso psicólogo que se resume no dito “tudo o que é bom, dura pouco”, ou seja, as experiências boas parecem passar mais depressa que os momentos ruins, mesmo que, cronologicamente, durem

¹ Trabalho apresentado à Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Mossoró-RN.

² Graduado do Curso de Comunicação Social – Jornalismo em Multimeios da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), email: jadnaelson@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Jornalismo em Multimeios da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), email: gislene.moreira@flacso.edu.mx.

exatamente o mesmo tempo. O segundo é o desenvolvimento tecnológico que provocou o que Harvey (2009) chama de “compressão do tempo-espaço”. (2007, p.219)

Um exemplo claro de mudança radical da relação que o indivíduo estabelece com o tempo é o ato de comer. No início da humanidade, o homem das cavernas caçava alimento que ia consumir, mas ele corria muitos perigos e precisava mudar de lugar sempre, à medida que o alimento ia ficando escasso. Depois, o homem percebeu que poderia plantar o próprio alimento e mais, ele poderia trocar o que sua família não ia consumir, assim ele teria maior variedade de comida sem precisar de maiores esforços.

Depois disso vieram várias transformações. A industrialização dos alimentos, a produção artificial de comida, o surgimento dos restaurantes, todas essas mudanças motivadas pela necessidade cada vez maior de agilidade em tarefas simples, como comer. O representante maior dessa corrida contra o tempo na hora de se alimentar é o *fast-food*, comida rápida, barata, gostosa e pouco saudável. Mas, quando se achou já ter chegado ao ápice da economia de tempo na hora das refeições, surgiu o macarrão instantâneo que, em 3 minutos, se transforma em uma “bela” e “saborosa” refeição.

Sem entrar no mérito da qualidade nutricional ou de sabor, o que se quer mostrar com esse exemplo é como atividades básicas foram modificadas a partir dessa necessidade cada vez maior de agilidade na vida das pessoas. Essa rapidez se dá em todas as outras tarefas do dia-a-dia e em todas as relações que o indivíduo estabelece em sociedade e é característica desse período atual.

Conceitualmente não há um consenso sobre a denominação desse momento que a humanidade vive, porém a maioria dos pensadores sugere que se está chegando ao fim de um período, a modernidade (GIDDENS, 1991, p.11). A esse período –fim do século XX, início do XXI – Giddens (1991) chama de “Consequências da Modernidade”; Hall (1990) denomina de “Modernidade Tardia”; para Baudrillard (1996) é a “Pós-orgia”; mas um dos termos mais utilizados foi cunhado por Jean-François Lyotard, a “Pós-Modernidade” (GIDDENS, 1991, 12).

Algumas características relativas a esse período são consensuais entre os filósofos e, talvez, a mais lembrada seja o protagonismo que a informação adquiriu nesse momento. Tanto que alguns teóricos se referem ao tempo presente como

“Sociedade da Informação” (WHERTHEIN, 2000, p.71) e uma necessidade dessa sociedade, além de utilizar de instrumentos que potencializem a comunicação, é a de estar informada a todo o momento, da forma mais prática possível. É aí que, primeiro os sistemas de comunicação via satélite, e agora a internet ganham uma importância sem precedentes.

Essas mudanças na sociedade acabaram provocando profundas transformações também na atuação do jornalista, um dos principais profissionais que estão envolvidos com a informação ou, como se diz no meio comunicacional, com a produção de notícias. São essas mudanças geradas a partir das exigências e anseios dessa “sociedade informacional” (CASTELLS *apud* WHERTHEIN, 2000, P. 72) que se tentará problematizar, mesmo que minimamente, neste artigo.

A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

As discussões conceituais sobre uma denominação para o período vigente em que a nossa sociedade se encontra não impedem um entendimento universal aos filósofos contemporâneos sobre as características desse dado momento. Todos são unânimes em admitir que se vive um tempo de profundas mudanças na sociedade. O próprio Anthony Giddens, que não pactua da ideia de um tempo diferente da modernidade, admite a discussão de pensadores que “sugerem que estamos nos deslocando de um sistema baseado na manufatura de bens materiais para outro relacionado mais centralmente com informação” (1991, p.12).

Essa sociedade, em que a informação é o ponto central, é o que se convencionou chamar sociedade da informação ou informacional, que são conceitos das ciências sociais.

A realidade que os conceitos das ciências sociais procuram expressar refere-se às transformações técnicas, organizacionais e administrativas que têm como ‘fator-chave’ não mais os insumos baratos de energia – como na sociedade industrial – mas os insumos baratos de informação propiciados pelos avanços tecnológicos na microeletrônica e telecomunicações.(WHERTHEIN, 2000, p.71)

A sociedade da informação se baseia no paradigma da tecnologia da informação que tem, segundo Castells (*apud* WHERTHEIN, 2000, p.72), as seguintes características: a informação é sua matéria prima, os efeitos das novas tecnologias têm alta penetrabilidade, há o predomínio da lógica de redes, flexibilidade e crescente convergência de tecnologias. A partir dessas características a atividade jornalística é totalmente modificada, como lembra Del Bianco:

Diante das mutações em curso é legítimo afirmar que os aspectos centrais do paradigma jornalístico estão conquistando nova referencialidade, baseada em valores culturais da sociedade informação, para a qual a matéria prima e força motriz do sistema produtivo é a informação; onde as redes informatizadas são instrumentos de comunicação e ferramentas organizativas fundamentais, cujos efeitos atravessam e moldam todas as esferas da atividade humana; onde predomina a lógica da flexibilidade nos sistemas técnicos e organizacionais de modo a contribuir para sua integração e convergência mundial numa estrutura de comunicação em rede digital, interativa capaz de disponibilizar informação em grande escala e alta velocidade.(p.8,9)

Dessa forma, a relação do jornalista com a informação é profundamente alterada, ao passo que esta é ponto-chave para a sociedade e com o surgimento de diversas possibilidades de vigilância do público sobre a atividade jornalística. Uma dessas possibilidades, quiçá a mais importante, são as redes sociais que nos últimos tempos não só vêm pautando os veículos tradicionais de comunicação, como são importante espaço de regulação da atividade dessas empresas.

AS REDES SOCIAIS NA MEDIAÇÃO DA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA

Orkut, Facebook, Twitter, Tumblr, G+, Myspace, Habbo... São inúmeros os espaços sociais criados a partir do surgimento e popularização da internet e é o que acontece nesses espaços que cada vez mais força novas posturas dos jornalistas e das empresas de comunicação. “Até o surgimento da web a agenda de notícias era determinada fundamentalmente pelos jornalistas. [...] Com a chegada da rede mundial de computadores, a agenda de notícias de um site jornalístico passou a ser determinada por um número cada vez maior de pessoas.” (RODRIGUES *apud* FROSSARD e MALINI, 2009, P. 7)

É a vontade de estar conectado e, conseqüentemente, informado que leva um número tão grande de pessoas a estarem inseridas nas redes sociais. Mas é também o desejo de ter voz, de poder ser um produtor de conteúdo, que motiva as pessoas a terem um perfil no *Facebook* ou uma conta no *Blogger*. Há, então, na sociedade da informação, uma reconfiguração da dinâmica comunicacional tradicional. O público já não é apenas um receptor passivo e sim um potencial emissor de informações para um grande número de pessoas.

Aplicando o conceito de Giddens (1991), entendendo-se essa mudança como uma conseqüência da modernidade, percebe-se o desvencilhamento da sociedade “de todos os tipos tradicionais de ordem social, de uma maneira que não tem precedentes.” (p. 14). Essa ‘libertação’ e liberação do polo emissor produz conseqüências práticas facilmente observáveis na postura das empresas jornalísticas. Cada vez mais conteúdos ‘viralizados’ na internet forçam os veículos tradicionais a pautarem assuntos.

Um caso recente e local foi a outorga, pela justiça federal, da Ilha do Fogo, localizada no Rio São Francisco, entre as cidades de Juazeiro-BA e Petrolina-PE, ao Exército Brasileiro. Os veículos de comunicação das duas cidades estavam totalmente apáticos a esse assunto, no entanto, uma campanha contestando essa ocupação foi criada no *Facebook* e já integra milhares de pessoas. Isso obrigou todos os veículos da região a incluírem nas suas agendas o assunto e, conseqüentemente, a insatisfação da maior parte da população com a decisão da justiça.

Já em âmbito nacional, um caso de grande destaque que reverberou nas redes sociais foi o dos índios Guarani-Kaiowá do Mato Grosso do Sul. Cerca de 170 índios ameaçavam uma morte coletiva uma ordem judicial de desocupação fosse cumprida. Frente a isso, uma campanha no *Facebook* se formou com milhões de pessoa acrescentando a denominação Guarani-Kaiowá em seus perfis. Resultado: o caso dos índios sul-mato-grossenses acabou sendo incluído na agenda dos veículos tradicionais de comunicação

Além de pautarem a agenda dos veículos, o público pode, hoje, com maior intensidade, através das redes sociais, contestar ou corrigir informações publicadas por veículos tradicionais. Não é rara a publicação de erratas ou a supressão de notícias de sites, por alguns minutos, para a correção de erros de informação ou textuais apontados por leitores. “Antes da web a notícia era vista como um produto acabado no momento

em que era impressa ou transmitida por meios audiovisuais”, (RODRIGUES *apud* FROSSARD e MALINI, 2009, P. 8), hoje essa realidade mudou completamente.

JORNALISMO NA WEB

A nossa relação com o tempo e o espaço mudou significativamente a partir das invenções humanas que facilitaram o deslocamento físico do homem. Apesar disso, nunca se modificou tanto a nossa noção de tempo e espaço quanto com a invenção dos sistemas de comunicação via satélite e, posteriormente, com a internet.

À medida que o espaço parece encolher numa ‘aldeia global’ de telecomunicações e numa ‘espaçonave terra’ de interdependências ecológicas e econômicas – para usar apenas duas imagens conhecidas e corriqueiras -, e que os horizontes temporais se reduzem a um ponto em que só existe o presente (o mundo do esquizofrênico), temos de aprender a lidar com um avassalador sentido de compressão dos nossos mundos espacial e temporal. (HARVEY, 2007, 219)

Frente a essa mudança de noção tempo-espacial em uma sociedade que elegeu a informação como ponto central, o jornalismo não poderia passar incólume por esse processo. Logo, ele precisou se adequar e ocupar a internet, que é um dos principais agentes criados para comprimir o tempo e o espaço. O primeiro grande jornal a disponibilizar seu conteúdo na internet foi o *The New York Times*, na década de 1970. No Brasil, o pioneiro foi o Jornal do Brasil, em 1995, que apenas disponibilizava na internet o conteúdo do jornal impresso.

Apenas no início dos anos 2000 é que é lançado a primeira experiência brasileira de produzir um jornal para a Internet, utilizando os recursos que a rede oferece. O Último Segundo foi lançado pelo provedor Internet Grátis, e possuía uma equipe de repórteres especializada em webjornalismo. (BAHIA e RIGUEIRA, p.55, 56)

O primeiro grande espaço ocupado pelo jornalismo na internet foram os portais, que são sites que reúnem grande quantidade de conteúdo noticioso e de serviços. “Os portais se fortaleceram e se consolidaram no Brasil principalmente pela capacidade de convergir grandes audiências, dando visibilidade para o conteúdo e serviços”. (BAHIA e RIGUEIRA, p. 56). Mas, nos últimos anos, percebe-se que houve um ‘boom’ no

numero de *blogs* noticiosos, por ser um espaço mais simples de gerenciar e também mais barato.

Só no Vale do São Francisco, mais especificamente em Juazeiro e Petrolina, são, pelo menos, seis *blogs* noticiosos. Esse grande número de espaços de produção de notícia, a princípio indica uma população bem informada, no entanto, quando se vai um pouco mais a fundo percebe-se que, para atender a essa necessidade de informação rápida e em grande quantidade característica dos tempos atuais, o que é publicado, na maioria das vezes, não tem qualidade do ponto de vista jornalístico.

Em todos os meios, a meta é a instantaneidade (exceto no impresso que tem sua limitação), no caso do online esse objetivo é ainda mais acirrado, porque que é uma característica não só do meio, mas também do público que procura a internet. O problema é que a qualidade e veracidade da informação dão lugar à velocidade com que se publica tal informação. Para Ramonet (*apud*ZAGO e CONSONI, 2006) “a verdade não é mais o valor decisivo de uma informação” e sim “a rapidez com que esta informação é difundida” (p. 7).

Não são poucos os casos de veiculação de factóides na grande rede. Um dos mais recentes foi sobre a paternidade do governador do estado de Pernambuco, Eduardo Campos, que foi atribuída ao compositor Chico Buarque. A notícia repercutiu e causou um grande mal-estar no governo de Pernambuco, tanto que a mãe do governador e deputada estadual do estado, Ana Arraes, precisou publicar uma nota oficial esclarecendo que o pai do governador é o escritor Maximiliano Campos.

Na região do Sub-médio Vale do São Francisco pode-se perceber essa pouca preocupação com a veracidade dos fatos acessando os *blogs* noticiosos. Há uma prática corriqueira, por exemplo, de publicação de releases na íntegra, sem nenhum tipo de checagem da informação, o que compromete significativamente a qualidade desta e anula a presença do *ethos* jornalístico, ou seja, a compreensão de vários aspectos que envolvem o trabalho jornalístico e a postura do jornalista frente a determinados fatos.

Outra prática realizada nos *blogs* “jornalísticos” da região é a de publicação de denúncias “cruas” de leitores, geralmente ligadas à política. Ou seja, qualquer pessoa pode escrever um texto de poucas linhas com uma queixa e este será publicado sem nenhum cuidado de apuração da veracidade do fato e sem a preocupação de procurar o

poder público, ou outro responsável pela resolução do problema, para que este dê explicações.

Percebendo estas práticas nos *blogs* noticiosos da região – o que não é uma exclusividade apenas do Vale do São Francisco – nota-se que a necessidade de informação constante é suprida, mas não há garantias sobre a qualidade desta. Há, então, um falso sentimento de que se está bem informado, no entanto, na prática, não é o que acontece.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma definição conceitual para o período atual é quase impossível frente a tantas linhas teóricas que defendem os mais diversos conceitos. No entanto, o que se pode apreender, depois dessa reflexão, é que a emergência do “novo paradigma técnico-econômico” (WHERTHEIN, 2000, p. 72), pautado nas tecnologias da informação, que veio a reboque desse período transitório em que a sociedade vive, provocou notória mudança de posição dos jornalistas e dos veículos tradicionais de comunicação com relação ao domínio da informação.

Com a liberação do polo emissor no processo comunicacional, a infinidade de informações que são jogadas na rede, bem como a quantidade de possibilidades de contestação da atuação dos jornalistas em determinados casos, obriga diariamente este profissional a refletir sobre seu desempenho no trato com as notícias. Há uma overdose de informação e é ainda maior o número de sujeitos que buscam essas informações no intuito de tentarem encontrar em um mundo tão complexo como esse.

Os jornalistas devem estar preparados para assumir um papel que pode ainda não ter-lhes sido revelado nessa sociedade transitória. Como diz Boaventura de Sousa Santos (*apud* Del Bianco): “duvidamos suficientemente do passado para imaginarmos o futuro, mas vivemos demasiadamente o presente para podermos realizar nele o futuro. Estamos divididos, fragmentados. Sabemos-nos o caminho, mas não exatamente onde estamos na jornada”. (p. 9)

Apesar de toda dificuldade que o jornalismo e os jornalistas parecem vir enfrentando na adaptação a esse novo momento, esse ajuste deve ser imediato porque

esse é uma mudança sem volta. Logo, a sociedade e, por conseguinte, o mercado cobram incessantemente dos profissionais de comunicação uma postura condizente com o cenário atual.

Assim sendo, os jornalistas que quiserem se manter no mercado e os novos profissionais que pretendem ingressar no meio devem buscar avidamente acostumar-se com as novas exigências do público e aprender a utilizar as facilidades e recursos da internet da melhor maneira possível a fim de garantir uma prática correta e ética do jornalismo na rede.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Ana Lúcia Alves. RIGUEIRA, Marina Rigueira Carlos e. **Internet e reconfiguração da prática jornalística: a editoria internacional nos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo em seus respectivos portais**. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. Capturado em 19/06/2012, às 8h55.

BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal**. Ensaios sobre fenômenos extremos. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1992.

DEL BIANCO, Nelia R. **A internet como fator de mudança no jornalismo**. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. Capturado em 18/06/2012, às 17h15

FROSSARD, Flávia. MALINI, Fábio. **Internet e fato jornalístico: interatividade, usuário produtor de conteúdo e as transformações no conceito de acontecimento na internet**. Anais do XIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, Rio de Janeiro, 2009.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo. Editora UNESP, 1991.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva; Guaracira Lopes Louro. 5ª Ed. Rio de Janeiro, DO&A, 2001.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 16ª ed. São Paulo. Edições Loyola, 2007.



RINGOOT, Roselyne. **Por que e como analisar o discurso no contexto dos estudos sobre Jornalismo?** Comunicação e Espaço Público, Ano IX, n.º 1 e 2, 2006, 139

WHERTHEIN, Jorge. **A sociedade da informação e seus desafios.** Disponível em: www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a09v29n2.pdf. Capturado em 19/06/2012, às 8h47.

ZAGO, Gabriela da Silva. CONSONI, Gilberto Balbela. **A produção de notícias online na era da globalização.** Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, 2006.