

Noticiabilidade no rádio em tempos de Internet

Nelia R. Del Bianco¹

Muito se discute sobre a reconfiguração da produção do jornalismo condicionada pela adoção de tecnologias digitais da informação e comunicação. Sem dúvida, as novas ferramentas digitais colaboram para reestruturar o exercício da profissão, a produção industrial da notícia, as relações entre as empresas de comunicação com as fontes, a audiência, os concorrentes, o governo e a sociedade. Trazem, portanto, implicações de ordem técnica, ética, jurídica e profissional para o jornalismo. Embora as mudanças sejam abrangentes há uma tendência corrente em estudá-las como se fossem de caráter meramente operacional. Ressaltam-se como um dos seus efeitos, a readaptação legitimadora das rotinas produtivas e de linguagens às exigências da instantaneidade e da visualidade do jornalismo online. No entanto, um aspecto tem merecido pouca atenção: a influência da Internet nos critérios de noticiabilidade da mídia tradicional eletrônica, em especial no radiojornalismo.

A presente comunicação é uma síntese de um estudo sobre noticiabilidade no rádio a influência tecnológica e cultural da Internet na reorganização das rotinas produtivas e seu potencial de condicionar mudanças nos referenciais que balizam os critérios que presidem a seleção de notícias. A investigação realizada em emissoras brasileiras especializadas em jornalismo – Jovem Pan AM e Bandeirantes AM – segue a perspectiva teórico-metodológica norte-americana de estudo dos emissores, *newsmaking*, que analisa a construção da noticiabilidade dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos.²

Essa perspectiva teórica vincula-se ao paradigma construcionista e privilegia o papel das práticas profissionais e as rotinas criadas para levar a cabo o processo de produção de notícias. Entende que as notícias são o

resultado do processo de interação social não s entre os jornalistas e as fontes, mas também entre os próprios jornalistas vistos como membros de uma comunidade profissional. Os jornalistas são agentes possuidores de um certo grau de autonomia na ação em relação aos poderes constituídos, e têm papel relevante nos processos de construção negociada de sentidos quando elaboram seu relato sobre os acontecimentos a partir de dados fornecidos pelas fontes (Traquina, 2002: 114-26). Em interação com o ambiente organizacional, as rotinas produtivas, a cultura profissional e a estrutura de valores-notícia dominante, os jornalistas atuam como sujeitos no domínio de operações lógicas produtivas e fazem a mediação dessa estrutura com as ações objetivas, a realidade social e a própria subjetividade.

Para entender a noticiabilidade

A notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente que se manifesta na construção do mundo possível (Rodrigo Alsina, 1989:185). Caracterizada pela atualidade, a notícia é um bem altamente perecível. Velocidade e renovação são signos fortes da notícia (Sousa, 2000: 16).

Não sendo a realidade em si, mas a realidade construída, a notícia é um meta-acontecimento, segundo Adriano Rodrigues (1993: 27-34), é um acontecimento que se debruça sobre outro acontecimento. Verdade que o acontecimento – algo notável, singular, imprevisível e de natureza especial – o referente do discurso jornalístico. Porém, ao registrar acontecimentos notáveis, o jornalismo faz desse dispositivo um acontecimento susceptível de desencadear novos acontecimentos.

A notícia não emerge naturalmente dos acontecimentos. Acontece na conjunção de acontecimentos e textos. É a narrativa

utilizada pelo jornalista que dá forma e organiza o relato do acontecimento. No entanto, a escolha do modo como a narrativa do acontecimento será focada não é inteiramente livre, segundo Traquina (1993: 169):

“Essa escolha é orientada pela aparência que a realidade assume para o jornalista, pelas convenções que moldam a sua percepção e fornecem o repertório formal para a apresentação dos acontecimentos, pelas instituições e pelas rotinas.”

De fato, a produção da notícia pelas empresas jornalísticas ocorre de forma rotineira e estandardizada dentro um ciclo produtivo constituído para facilitar o processo e tornar viável o trabalho cotidiano. Os jornalistas empregam uma série de critérios e procedimentos para atribuir a qualidade de noticiável a um acontecimento. Segundo Wolf (1987: 173), o conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, cotidianamente, dentre um número imprevisível e indefinido de fatos uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias é denominado de noticiabilidade. A noticiabilidade está relacionada à probabilidade de um fato ser divulgado.

Para ganhar o *status* de notícia, o fato deve possuir atributos compatíveis com os valores-notícia. Componentes fundamentais da noticiabilidade, os valores-notícia constituem regras que guiam o trabalho do jornalista, sugerindo o que deve ser recolhido, omitido ou realçado. Revelam as linhas guias para apresentação do material jornalístico, as regras práticas referenciais que balizam escolhas, as qualidades atribuídas aos acontecimentos, aquilo que fica e o que sai, o que classificar como importante, a lógica da tipificação do material informativo, entre outros aspectos (Wolf, 1987: 171-73).

Os valores-notícia surgem não apenas no momento da seleção da notícia, mas, como destaca Wolf, um pouco antes, ou seja, durante o processo de produção, inclusive nas fases de elaboração e apresentação das notícias, quando são destacados os elementos que condicionam a noticiabilidade. Em geral,

os valores estão introjetados no cotidiano da redação sem que os profissionais discutam seu valor, muita embora estejam sujeitos a interpretações individuais dentro do contexto da organização e da cultura organizacional. No entanto somente adquirem sentido e significado quando são analisados a partir das rotinas produtivas, ou seja, nas suas relações recíprocas, em ligação uns com outros, por conjuntos de fatores hierarquizados entre si e complementares, e não isoladamente ou individualmente (Wolf, 1987: 192-93)

Esse caráter fluído reflete o fato de a notícia ter origem num processo negociado que combina os interesses de diferentes grupos, das empresas de comunicação, dos jornalistas, das fontes, do público e as condições técnicas em que se produz a notícia.³

Considerando esse caráter negociado, Jorge Pedro Souza (2000: 39-101) identifica seis fatores ou níveis que influenciam a produção da notícia. São eles: ação pessoal, social, ideológica, cultural, histórica, meio físico e tecnológico.

Em geral, os estudos sobre a produção de notícia enfatizam a influência dos fatores ligados à ação social, histórica, ideológica e cultural dos jornalistas. No entanto, um aspecto tem ficado em segundo plano: a ação do meio físico e tecnológico. Há uma carência de estudos mais elaborados sobre esse tipo de ação. De acordo com Sousa (Idem: 96), os poucos existentes fornecem exemplos apenas “intuitivos” sobre o condicionamento desse fator na produção da notícia e nos valores que presidem sua escolha.

Entre pesquisadores como Michael Kunczik (2001), Bill Kovack e Tom Rosentiel (2003), Ignácio Ramonet (1999) e Dominique Wolton (1999) há um certo consenso quanto à influência das tecnologias da informação na reestruturação da organização jornalística e de suas rotinas de trabalho. A informática, especialmente, trouxe agilidade e qualidade no processamento da informação, ao facilitar o trabalho de rever, corrigir, alterar e atualizar textos. No entanto, os pesquisadores mencionados duvidam que as tecnologias digitais tenham provocado mudanças profundas na concepção de jornalismo a ponto de alterar valores consagrados. Na avaliação de Wolton (1999: 268-9), por exemplo, a imprensa continua a mesma, ou seja, a

mudança foi apenas de forma, de linguagem, que em nada abalou os princípios basilares do jornalismo. Por mais forte que seja, uma inovação tecnológica não leva consigo mecanicamente uma transformação profunda do conteúdo das atividades.

Esse argumento pode ser considerado parcialmente válido. No entanto, necessário considerar para melhor compreensão que a essência da natureza das tecnologias da informação de hoje, especialmente a Internet, difere radicalmente de outras do passado, e sua influência pode carregar transformações de valores e conceitos. Para o jornalismo, a adoção dessas tecnologias da informação sinaliza mudanças que não ficam apenas no nível da troca de roupa, sendo bem mais profundas do que muitos costumam analisar, podendo até mesmo solapar valores fundadores dessa práxis social.

Internet como fator de mudança

A essência das mutações na contemporaneidade tem relação com a natureza diferenciada das tecnologias da informação e da comunicação em comparação a outras do passado. Distinguem-se por ampliarem a capacidade intelectual do homem, pois permitem transformar a informação. O que mudou não foi o tipo de atividade em que a humanidade está envolvida desde a era industrial, mas sua capacidade tecnológica de utilizar, como força produtiva direta, aquilo que caracteriza a singularidade do homem: a capacidade superior de processar símbolos (Castells, 1999:78).

De fato, a revolução tecnológica de hoje muda a experiência de mundo, assim como aconteceu na Revolução Industrial, quando surgiram novas relações técnicas de produção, relações sociais e de poder baseadas na propriedade privada dos meios de produção e no tipo de superestruturas características do capitalismo. “A mudança é tão cultural e imaginativa quanto tecnológica e econômica”, segundo Johnson (2001:35)

Neste contexto, a Internet adquiriu importância estratégica no modelo social forjado pela revolução das tecnologias da informação e da comunicação. Mais do que um protocolo informativo, a Internet

transformou-se num espaço social e cultural que permite estabelecer a comunicação entre distintos tipos de rede. Constitui a base material da vida e das formas de relação com a produção, o trabalho, a educação, a política, a ciência, a informação e a comunicação. É o coração do novo paradigma sócio-técnico de acordo com Castells (2001: 15):

“Se a tecnologia da informação é o equivalente histórico do que foi a eletricidade na era industrial, em nossa era poderíamos comparar a Internet com a rede elétrica e o motor elétrico, dado sua capacidade para distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana”.

Como epicentro do sistema sócio-técnico emergente, a Internet é um ambiente e sistema de informação e comunicação (Palácios, 2000 e Lemos, 2002). Por natureza é multifacetada, podendo ser um ambiente onde convivem e combinam entre si várias formas. Isso significa que pode funcionar num ambiente compartilhado simultaneamente como suporte, meio de comunicação que se presta à expressão e, muitas vezes, como sistema tecnológico ou ambiente de informação e de comunicação. A definição de função depende em muito do uso que dela se faz em determinado contexto, circunstâncias, objetivos, finalidade e aplicação social seja por interesse, atividade específica ou mesmo por fruição.

Como criação do homem, entidade real e material da existência, essa tecnologia integra-se a conjuntos culturais existentes, e, portanto, está sujeita aos usos que dela se fazem. Como espaço simbólico de interação e de cognição, gera novas formas e possibilidades de comunicação, de trocas significativas e sociabilidade que constituem em si uma cultura específica.⁴

Por tal condição, Castells (2001:51) acredita que a Internet carrega em si os valores e a cultura de seus criadores. A cultura da Internet é caracterizada por uma estrutura formada por quatro estratos superpostos: a cultura tecnocrática, a cultura hacker, a cultura comunitária virtual e a cultura empreendedora. Juntos esses estratos contribuíram para que a Internet fosse

construída e sustentada com base em valores tais como o de liberdade individual, de pensamento independente, da idéia de cooperação entre usuários, de comunicação horizontal, conexão interativa, informal e cooperativa entre usuários.

Internet e as rotinas produtivas do radiojornalismo

Como instrumento básico do jornalismo, a Internet oferece multiplicidade de conteúdos armazenada em computadores remotos e ferramentas que permitem acompanhamento interativo de qualquer área temática por meio de grupos de discussão, listas de correio eletrônico, entre outros. O processo de pesquisa e recolha de informações na rede apresenta inúmeras vantagens para a produção da notícia. Permite aos jornalistas se inteirarem rapidamente sobre o que já foi escrito sobre determinado assunto; torna os contatos com as fontes interativos; possibilita a ampliação e seleção de fontes de informação; agiliza a busca de dados, pesquisa e consulta a arquivos públicos, bibliotecas, órgãos públicos; facilita a coleta de maior quantidade de informação num menor espaço de tempo; além de aumentar o potencial de reportagem à distância e do trabalho fora das redações em locais remotos.

Ao integrar a rede informatizada da redação, a influência da Internet pode ser percebida na reorganização de funções, distribuição de tarefas, fixação de rotinas; no processamento de textos, coleta de informação e recepção; na forma de embalar o produto, armazenagem, manejo do texto; na relação com as agências de notícias, na checagem da produção do concorrente; no modo como possibilita corrigir e se certificar quanto veracidade de uma informação; na organização das mesas de trabalho na redação a partir de pontos de conexão com a rede; no acesso individual do computador e rede interna de dados; no tráfego e transporte de dados no ambiente da redação. Sob o suporte digital, a Internet trouxe rapidez e racionalidade ao fluxo de produção. Sem dúvida, ajudou a constituir uma estrutura organizativa que garante a efetividade e a padronização de rotinas de trabalho.

Na pesquisa realizada junto a duas das principais e mais tradicionais emissoras brasileiras dedicadas ao jornalismo – Jovem Pan AM e Bandeirantes AM – constatou-se que a Internet hoje parte da realidade do modo de trabalhar do jornalista de rádio e está integrado às suas rotinas produtivas. Exerce influência em todas as fases das rotinas produtivas, desde a recolha da informação, seleção, redação, edição e veiculação da notícia. Ao fazer parte da rede informatizada local das emissoras, a Internet constitui o meio ambiente no qual os jornalistas se movem e exercem a tarefa de escolher entre centenas de acontecimentos aqueles que merecem o *status* de notícia. Nesse ambiente, a Internet funciona como canal de acesso e contato com múltiplas fontes, agências de notícias e jornais online.

Por essa condição, o ambiente da redação hoje é sobre-informado. Há mais informação disponível para ser processada se comparado aos tempos em que a emissora de rádio assinava, no máximo, três agências de notícias, e recebia material informativo por telex, teletipo, fax ou telefone. O acesso a fontes sem limites temporais contribui para manter o nível de atualização no fluxo informativo contínuo do rádio. A lógica da programação de fluxo contínuo aproxima-se da eterna renovação do tempo “intemporal” da Internet (Castells, 1999).

O ambiente sobre-informado condiciona também a postura dos jornalistas frente busca de notícias. Deixam de lado a posição de ficar espera de informação para assumirem uma postura ativa de busca orientada na rede com o intuito de recolher e selecionar notícias. Obter material de divulgação na rede acabou por converter-se num fim em si mesmo.

A situação não deixa de representar um acréscimo de stress para os jornalistas de rádio na hora de selecionar o que notícia, além de colocá-los diante do problema da avaliação da veracidade e a credibilidade da fonte. Na tentativa de se precaver contra informação incorreta, acabam por restringir o campo de pesquisa a jornais e agências online oriundos da mídia tradicional pela credibilidade que construíram ao longo dos anos. Os jornalistas recorrem estratégia de comparação de relatos entre duas ou três

agências para dali extrair o que consensual. Neste contexto, consolida-se a prática da verificação endógena, ou seja, dentro dos limites da rede Internet. O que não deixa de enfraquecer a disciplina da verificação essencial ao jornalismo que pretende ser objetivo. Resulta, portanto, numa relação de dependência de fontes de informação secundária, que trazem em si um certo grau de distorção involuntária no relato dos acontecimentos.

Uma nova percepção dos valores notícia

A Internet é hoje uma referência essencial na redação do radiojornalismo para avaliar os acontecimentos quanto atualidade, novidade, interesse e importância. O valor de atualidade passou a corresponder ao tempo real, ou seja, o processamento da informação se dá num ambiente onde não há diferenciação do tempo. O reflexo disso pode-se constatar no aumento do índice de atualidade na redação. As fronteiras dos *deadlines* tornaram-se mais elásticas. As decisões sobre o que entra ou não no noticiário da emissora de rádio são tomadas cada vez mais em tempo real. Muitas vezes, a competência em dar a notícia é medida pela capacidade de lançá-la o mais rapidamente possível, em primeira mão, de modo a superar em velocidade o concorrente.

O ritmo da informação com o tempo real muda a lógica do tempo informativo no rádio para entrar numa era de quase “imediatez absoluta” (Nogueira, 2003), uma vez que os ciclos esto cada vez mais curtos. Resulta num encurtamento do ciclo da informação no radiojornalismo que na era analógica já era considerado elevado e agora ganha maior aceleração em função da compressão do tempo.

Do mesmo modo, os valores-notícia, interesse e importância passaram a ter como referência os acontecimentos pautados pela Internet no último instante. A frequência e a repetição com que um determinado acontecimento abordado pelas agências e jornais online sinalizam para os jornalistas a exata medida de sua importância e a necessidade de selecioná-lo. Ao recorrer Internet para colher notícias prontas, a

redação do rádio assume os valores-notícia das fontes pesquisadas.

A função de seleção representa um recorte, um filtro. Esse recorte hoje se dá pela moldura constituída pelo ambiente de informação e comunicação da Internet. Funciona como moldura, uma vez que contribui para o corte e focalização, ou seja, permite capturar, no espaço digital, a cena, um fragmento do tempo dentro da pluralidade de acontecimentos disponibilizados.⁵

Ao contribuir para o corte e focalização dos acontecimentos que serão transformados em notícia, a Internet coloca nas mãos dos jornalistas a possibilidade de obter rapidamente a informação necessária para complementar suas matérias, contribuindo para contextualização e aprofundamento dos temas abordados. Ao mesmo tempo, esse procedimento traz implícito também a padronização do conteúdo porque é comum o uso frequente das mesmas fontes. Todos bebem da mesma fonte na hora de compor seu noticiário, reproduzindo o mesmo discurso. Muito da tendência à homogeneização deve-se ao comportamento dos jornalistas de atribuírem maior grau de credibilidade às agências de notícias oriundas da mídia tradicional.

Nesse aspecto, a Internet um instrumento utilizado na redação para acompanhar e supervisionar o trabalho do repórter na rua, de modo que poder ser cobrado a ajustar o enfoque de sua cobertura àquele oferecido pelas agências e jornais online. A pressão pela homogeneização dos conteúdos no rádio acentuada porque se pode acompanhar em tempo real a cobertura do concorrente. A situação leva a questionar se observação e percepção do repórter no local do acontecimento já não são mais suficientes, sendo necessário recorrer mediação da tecnologia para apreender o real. No limite, pode-se criar uma dependência da tecnologia para confirmar o que se viu na rua.

O ambiente da Internet acrescenta percepção dos jornalistas também a noção de liberdade de ação sobre a informação. Quando os despachos das agências aparecem na rede como se fosse um produto de livre circulação que qualquer um pode ter acesso. E quem os utiliza, apropria-se desses textos como sendo seu e não de outro. Segue assim um

dos valores culturais da Internet: o que está na rede não é de ninguém. Esse sentimento está presente no processo de produção do rádio-jornalismo, onde a informação que jorra na tela do computador a base para a composição de boa parte dos noticiários.

A liberdade de ação na busca e apropriação da informação traz para o campo da produção da notícia a percepção da total transparência da realidade. Na raiz dessa percepção está a crença de que a verdade a informação, segundo Philippe Breton (2000):

“Esta noção de transparência é consubstancial ao culto da informação. Ela é sua tradução imediata. Ela tem implicações práticas e espirituais: ela condiciona a atividade concreta daqueles que realizam as técnicas ao mesmo tempo em que ela constitui o ideal de um mundo luminoso, sem manchas, sem entropia. Nesta nova mística, a transparência um estado que se procura alcançar. A transparência associada a um ideal de luz, harmonia e êxtase. Ela dá a impressão de passar do outro lado do espelho.”

É nesse contexto que os valores-notícia adquirem sentido e significado, ou seja, no conjunto de procedimentos que caracteriza a ação do jornalista no campo da produção, seguindo regras específicas de seu modo de funcionamento. A Internet contribui para moldar crescentemente as formas como se vive e experimenta a produção da notícia. O que mudou foram os horizontes desse mundo e os paradigmas da sua experiência perceptiva (Fidalgo, 2002).

No processo de conhecimento, um sujeito e um objeto encontram-se face a face. A relação que existe entre os dois é o próprio conhecimento. A oposição dos dois termos não pode ser suprimida. Mas um não está separado do outro. O sujeito só é sujeito em relação ao objeto, e o objeto em relação ao sujeito. A função do sujeito consiste em apreender o objeto; a do objeto em poder ser apreendido pelo sujeito. O sujeito não pode captar o objeto sem sair de si (sem se transcender); mas não pode ter consciência do que é apreendido, sem entrar em si, sem

se reencontrar na sua própria esfera. O conhecimento realiza-se, por assim dizer, em três tempos: o sujeito sai de si, está fora de si e regressa finalmente a si.

Segundo Kant (citado por Savater, 1999), conhecimento é uma combinação do que a realidade traz ao sujeito com as formas da sensibilidade e o entendimento desse sujeito. Esse conhecimento sobre o real é verdadeiro, porém não chega senão até onde permitem as faculdades humanas. Significa dizer que o que se conhece não é a realidade pura, mas apenas como é o real para o sujeito que o conhece. Portanto, se existem condições a priori, isto implica que o sujeito desempenha um papel ativo no processo do conhecimento, traz algo para esse conhecimento e não se limita a receber passivamente o que percebe.

É na relação diária com a Internet que os jornalistas aprendem sobre dessa natureza tecnológica, a manusear seus recursos para obter informação. Os jornalistas não aprendem, mas são afetados por ela. Esse conhecimento transcende ao nível operacional de entrar e extrair da rede. Envolve a forma de construção do conhecimento a partir dessa experiência diária. Nesse aprendizado acaba por constituir novas formas de percepção do mundo e do processo comunicativo. Na sociedade da informação não se imagina mais o aprendizado em cima de saberes estáveis, herdados pela tradição. A forma do saber-fluxo, por natureza caótico e sujeito a flutuações. São mutações cognitivas igualmente velozes, às vezes pouco perceptíveis, que ocorrem no ambiente da redação jornalística, cujos sinais podem ser evidenciados no modo como os jornalistas interagem com a rede.

Um componente dessa análise a percepção que os jornalistas têm dos valores que presidem as escolhas. Essa percepção construída, em parte, no profissionalismo, ou seja, na cultura profissional. O profissionalismo traduz um conjunto de conhecimentos relativos atividade profissional e que tem aceitação pública. De certo modo, o profissionalismo controla o comportamento dos jornalistas ao estabelecer padrões e normas de comportamento, e ao determinar o sistema de reconhecimento profissional (Soloski, 1993:95). Esse conjunto de conhecimento se traduz numa cultura

profissional aceita no contexto da organização e exercitada no momento da seleção da notícia.

A questão saber até que ponto a mutação nas rotinas produtiva contribui para minar, paulatinamente, os fundamentos básicos do jornalismo, defendidos na cultura profissional como a imparcialidade e a busca da verdade, considerando que na base do processo de produção adquire cada vez mais importância um dispositivo técnico de acesso não somente a informação em estado bruto como também a dados de segunda ou terceira mão. A visão de mundo natural confronta-se com a intencionalidade. As notícias não aparecem de forma natural, mas se fazem como consequência da vontade humana, da história, das circunstâncias sociais das instituições e das convenções da profissão, e agora também sob influência das tecnologias da informação.

Conclusão

É certo que a mudança na percepção dos jornalistas sobre os valores-notícia está sendo condicionada pela convivência e coexistência com o ambiente tecnológico e cultural da Internet. Nesse aspecto, Van Dijk (1990: 173-5) aponta correspondência entre os valores jornalísticos e a cognição social. Quer dizer, os valores que guiam os jornalistas na seleção dos acontecimentos são reconhecidos pelo público como legítimos, porque fazem parte do conjunto dos processos mentais, de pensamento e da percepção social sobre o que notícia. De fato, os valores jornalísticos refletem os valores econômicos, sociais e ideológicos na reprodução do discurso sobre a sociedade através dos meios de comunicação. Se os valores-notícia representam a forma como os jornalistas vêem o mundo no se pode desconsiderar que esse mundo passa por uma mutação de valores.⁶

Integrantes da noticiabilidade, os valores-notícia são de alguma forma uma resposta organizacional necessidade de produzir diariamente informação. claro que estão

sujeitos a interpretações individuais dentro do contexto da organização e da cultura organizacional. No entanto, ao contribuir para o corte e focalização dos acontecimentos que serão transformados em notícia no rádio, a Internet condiciona novos parâmetros referenciais para os valores-notícia e da noticiabilidade.

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

É bem verdade que as mutações de valores baseadas nessa referencialidade em construção ainda são pouco perceptíveis no presente. Na mutação, tem-se a impressão que a mínima flutuação de nossa percepção visual, provoca rupturas na simetria do que se v. Ao lançar o olhar sob esses fenômenos, tem-se a sensação que faltam elementos teóricos e conceituais suficientes para compreend-los.

As análises parecem precárias, parciais. É uma situação típica da transição, como identificou Boaventura de Sousa Santos (1997:58):

“Duvidamos suficientemente do passado para imaginarmos o futuro, mas vivemos demasiadamente o presente para podermos realizar nele o futuro. Estamos divididos, fragmentados. Sabemo-nos o caminho, mas não exatamente onde estamos na jornada”.

Bibliografia

Bastos, Helder. *Jornalismo Electrónico – Internet e reconfiguração de práticas nas redacções.* – Coimbra, Livraria Minerva Editora, 2000.

Bianco, Nelía R. Del. *Radiojornalismo em Mutação —A influência tecnológica e cultural da Internet na transformação da noticiabilidade no rádio.* Tese (Doutorado em Comunicação). São Paulo, ECA-USP, 2004.

Breton, Philippe. *Le culte de l'Internet - Une menace pour le lien social*, cap. 4 - Un univers de croyance. Tradução livre por Samy Leal Adghimi e Hicham Chaoui. Paris, Éditions La Découverte, 2000.

Castells, Manuel. *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura - A Sociedade em Rede.* São Paulo, Paz e Terra, 1999.

----- *La Galáxia Internet – Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad.* Barcelona, Aret, 2001.

Fidalgo, António. Percepção e Experiência na Internet. BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, na Covilhã-Portugal, 2002. <http://www.bocc.ubi.pt/index2.html> 2002.

Johnson, Steven. *Cultura da Interface – Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar.* Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2001.

Kovach, Bill e **Rosenstiel**, Tom. *Os Elementos do Jornalismo – O que os jornalistas devem saber e o público exigir.* São Paulo, Geração Editorial, 2003.

Hall, Stuart et.al. A Produção Social das Notícias: O ‘Mugging’ nos media. In **Traquina**, Nelson. *Jornalismo: Questões, teorias e histórias.* Lisboa, Vega, 1993, p. 224-249.

Hessen, Johannes. *Teoria do Conhecimento.* Coimbra, Arménio Amado, 1973.

Kunczik, Michael. *Conceitos de jornalismo – Norte e sul.* São Paulo, Edusp, 2001.

Lemos, Andr. *Cibercultura – Tecnologia e vida social na cultura contemporânea.* Porto Alegre, Sulina, 2002.

McLuhan, Marshall. *Os meios de Comunicação como Extensões do Homem.* São Paulo, Cultrix, 2000.

Mouillaud, Maurice. A Crítica do Acontecimento ou o Fato em Questão. In **Mouillaud**, Maurice e **Porto**, Sergio D. (org.) *O Jornal da Forma ao Sentido.* Brasília, Paralelo 15, 1997.

Nogueira, Luís. Jornalismo na Rede: Arquivo, acesso, tempo, estatística e memória. *Webjornalismo.com.* 05.03.2003. Disponível em: <http://www.webjornalismo.com/sections.php?op=viewarticle&artid=10>

Palácios, Marcos. Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas, *Observatório da Imprensa*, 11.12.2000.

Rodrigo Alsina, Miguel. *La Contrucción de la Noticia.* Barcelona, Paidós, 1989.

Rodrigues, Adriano Duarte. O Acontecimento. In **Traquina**, Nelson. *Jornalismo: Questões, teorias e histórias.* Lisboa, Vega, 1993, p. 27-34.

Ramonet, Ignácio. *A tirania da Comunicação.* Petrópolis, Vozes, 1999.

Santos, Boaventura de Sousa. *Um discurso sobre as Ciências.* Porto, Edições Afrontamento, 1997, 9ª ed.

Savater, Fernando. *As Perguntas da Vida.* Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1999.

Soloski, John. O jornalismo e o Profissionalismo: Alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In **Traquina**, Nelson. *Jornalismo: Questões, teorias e histórias.* Lisboa, Vega, 1993, p. 91-100.

Sousa, Pedro Jorge. *As Notícias e os seus Efeitos.* Coimbra, Minerva, 2000.

Traquina, Nelson. *Jornalismo: Questões, teorias e histórias.* Lisboa, Vega, 1993.

----- *O Estudo do Jornalismo no Século XX.* São Leopoldo, Editora Unisinos, 2002.

Tuchmann, Gaye. *La Producción de la Noticia - Estudios sobre la construcción de la realidad.* México, Gustavo Gilli, 1983.

Van Dijik, Teun A. La Noticia como Discurso – Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona, Ediciones Paidós, 1990.

Wolf, Mauro. *Teorias da Comunicação.* Lisboa, Presença, 1987. 1º ed.

Wolton, Dominique. *Sobre la Comunicación.* Madrid, Acento Editorial, 1999.

¹ Professora da Universidade de Brasília, doutora em Comunicação pela Universidade de São Paulo, Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília. Endereço eletrônico: nbianco@uol.com.br. A participação da pesquisadora no VI Lusocom teve apoio e patrocínio da Finatec – Fundação de Empreendimentos Científicos e Tecnológicos conforme edital nº 001/2004.

² A pesquisa realizada parte integrante da Tese de Doutorado “Radiojornalismo em mutação – a influência tecnológica e cultural da Internet na transformação da noticiabilidade no rádio” realizada pela autora na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, sob orientação da professora Elizabeth Saad Corrêa. As emissoras analisadas têm em comum uma slida base de atividade centrada no radiojornalismo tradicional, além de terem sido pioneiras no Brasil na criação sites dedicados ao jornalismo online com uso de áudio. A programação dessas emissoras segue o estilo *talk and news* com divulgação notícias 24 horas dia em fluxo contínuo.

³ As contribuições de Hall (1993) e Tuchman (1983), especialmente, foram decisivas para mostrar que as notícias não são espelho da realidade, mas sim um processo de construção negociado passo a passo e orientado segundo interesses e valores que colocam em jogo a luta pela construção de sentidos, de interpretação da realidade, de sobrevivência econômica das empresas.

⁴ Na raiz desse argumento está a visão multidimensional de Castells (1999) que reconhece a mútua interação entre sociedade e

tecnologia. Para além de visões que apregoam o caráter autônomo da técnica a ponto de determinar processos históricos e sociais em última instância, Castells acredita que, ao contrário de determinar, a técnica potencializa as transformações na base social.

⁵ “... um corte porque separa um campo e aquilo que o envolve; uma focalização, porque interdita a hemorragia do sentido para alm da moldura, intensifica as relações entre os objetos e os indivíduos que estão compreendidos dentro do campo e os reverbera para um centro. O produto do corte e da focalização institui o que se chamar de cena. A cena o local nativo do acontecimento. (...) A moldura, isolando um fragmento da experiência, separa-o do seu contexto e permite sua conservação e seu transporte. Enquanto que a ação, no campo, perde sua identidade e metamorfoseia-se em efeitos que a tornam irreconhecível, a informação conserva sua identidade ao longo de seus deslocamentos, eis a uma propriedade fundamental do enquadramento.” (Mouillaud, 1997:61-62)

⁶ Essa referencialidade em construção tem como parâmetros o fato de que na sociedade emergente a informação a matéria prima e força motriz do sistema produtivo; que as redes informatizadas são instrumentos de comunicação e ferramentas organizativas fundamentais; que h um predomínio da lógica da flexibilidade nos sistemas técnicos e organizacionais de modo a contribuir para sua integração e convergência mundial; e por fim que h predominância de uma estrutura de comunicação integrada em rede, digital e interativa capaz de disponibilizar informação em grande escala e alta velocidade (Castells, 1999: 78-9).