

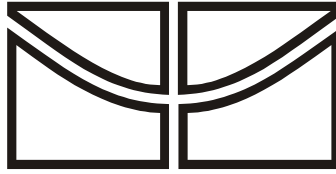
Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Programa de Pós-Graduação

**Os novos desafios do tempo real**

Múltiplas temporalidades nas plataformas do *Broadcast* e *Valor PRO*

Elizabeth Cataldo

Brasília  
2015



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Programa de Pós-Graduação

Elizabeth Cataldo

## **Os novos desafios do tempo real**

Múltiplas temporalidades nas plataformas do *Broadcast* e *Valor PRO*

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestra em Comunicação Social pela linha de pesquisa Jornalismo e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. David Renault

Brasília  
2015

## **Os novos desafios do tempo real**

Múltiplas temporalidades nas plataformas do *Broadcast* e *Valor PRO*

Elizabeth Cataldo

Orientador: Prof. Dr. David Renault

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestra em Comunicação Social pela linha de pesquisa Jornalismo e Sociedade.

Prof. Dr. David Renault da Silva – Orientador  
Universidade de Brasília (UnB)

Prof. Dr. Fábio Henrique Pereira  
Universidade de Brasília (UnB)

Dra. Maria da Graça Costa Ramos  
Colunista jornal “O Globo”

Prof. Dra. Thaís de Mendonça Jorge - Suplente  
Universidade de Brasília (UnB)

A meu irmão Luizinho, lembrança intensa.

## **Agradecimentos**

Aos jornalistas da *Agência Estado* e do *Valor Econômico* a generosidade de participar das entrevistas e compartilhar suas experiências.

À Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) por ter acolhido o projeto de pesquisa.

Ao professor David Renault, meu orientador, o apoio e amizade.

## Resumo

CATALDO, Elizabeth. **Os novos desafios do tempo real: Múltiplas temporalidades nas plataformas do *Broadcast* e *Valor PRO***. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social na linha Jornalismo e Sociedade) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2015.

No contexto das mudanças estruturais no jornalismo, que se acentuam a partir dos anos 1990, os serviços de informação em fluxo contínuo comportam múltiplas temporalidades. Para investigar a relação entre os diversos conteúdos e as conexões com o percurso histórico do jornalismo, realizamos pesquisa quantitativa e qualitativa com base em dados dos produtos *Broadcast* e *Valor PRO*, representativos do segmento jornalístico voltado para os mercados financeiro e corporativo. Como resultado, constatamos o impacto da aceleração da produção noticiosa nas rotinas produtivas, em especial no processo de *gatekeeping*, com o desafio de manter a precisão das informações publicadas. A investigação focou as coberturas em tempo real e o papel complementar dos conteúdos interpretativos e opinativos nesses serviços de informação. Com a moldura teórica dos estudos de *Newsmaking* e gêneros jornalísticos, debatemos as transformações no papel do jornalista e os reflexos na cultura profissional.

**Palavras-chave:** jornalismo; tempo real; mudanças estruturais; *Newsmaking*; gêneros jornalísticos.

## **Abstract**

In the context of structural changes in journalism, which are accentuated from the 1990s, information services streaming gathers multiple temporalities. To investigate the relationship between the various contents and the connections with the historical background of journalism, we conducted quantitative and qualitative research based on data from products *Broadcast* and *Valor PRO*, representative of the journalistic industry focused on the financial and corporate markets. As a result, we found the impact of the acceleration in the routines of production of news, particularly in the *gatekeeping* process, with the challenge of maintaining the accuracy of the information published. The research focused on the real-time coverage and the complementary role of interpretive and opinion content in these information services. With the theoretical framework of the study *Newsmaking* and journalistic genres, we discuss the changes in the journalist's role and reflections in the professional culture.

**Key-words:** journalism; structural changes; real time; Newsmaking; journalistic genres.

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	9
1.2. Objetivos.....	17
1.2.1. Objetivo geral.....	17
1.2.2. Objetivos específicos.....	17
1.3. Justificativa.....	17
<b>2. REVISÃO DE ESTUDOS</b> .....	19
2.1. A dimensão da temporalidade.....	19
2.2. Abordagem crítica do “tempo real”.....	29
2.3. Múltiplas temporalidades.....	41
2.3.1. Simultaneidade.....	45
2.3.2. Instantaneidade.....	47
2.3.3. Periodicidade.....	49
2.3.4. Novidade.....	51
2.3.5. Revelação pública.....	52
2.4. A noção de “tempo real”.....	54
<b>3. REFERENCIAL TEÓRICO E METODOLÓGICO</b> .....	58
3.1. A produção da notícia.....	59
3.2. <i>Gatekeeping</i> .....	64
3.3. Noticiabilidade e valores-notícia.....	74
3.4. Gêneros jornalísticos.....	78
3.4.1. Interpretação e contextualização.....	84
3.4.2. Mutações.....	91
<b>4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	95
4.1. Pesquisa quantitativa.....	98
4.2. Pesquisa qualitativa.....	107
<b>5. RESULTADOS DA PESQUISA E CONCLUSÕES</b> .....	108
5.1. Exploração do material.....	108
5.2. Indicadores e inferências.....	118



5.3. Interpretação da pesquisa quantitativa .....	135
5.4. Pesquisa qualitativa .....	138
5.5. Interpretação da pesquisa qualitativa.....	156
5.5.1. Dinâmica dos conteúdos .....	156
5.5.2. Rotinas produtivas e <i>gatekeeping</i> .....	158
5.5.4. Conclusões Gerais .....	162
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>166</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>173</b>
APÊNDICE A – Entrevista: Adriana Fernandes .....	174
APÊNDICE B – Entrevista: João Caminoto .....	184
APÊNDICE C – Entrevista: Maria Cristina Fernandes.....	195
APÊNDICE D – Entrevista: Raquel Balarin .....	203
APÊNDICE E – Entrevista: Silvana Rocha.....	214
APÊNDICE F – Entrevista: Vera Brandimarte .....	223

## 1. INTRODUÇÃO

A abordagem do jornalismo como uma prática social, que opera a temporalidade de maneira específica, abre caminho para a pesquisa em busca de respostas à dimensão do “tempo real” no exercício profissional. O movimento de aceleração produtiva, que alcança os jornalistas e deles extrai manifestações que realimentam o ciclo da efemeridade, é particularmente crítico para o papel desempenhado por essa comunidade de intérpretes da realidade. As marcas temporais estão presentes no percurso histórico do jornalismo e compreendê-las faz parte do esforço de contribuir para a reflexão sobre as perspectivas da mídia digital<sup>1</sup>, em meio a um processo de mudanças estruturais de grande expressão.

As rotinas de que o jornalismo lança mão para conviver com o transitório e o imprevisível fazem parte do desafio de superação do tempo, que simboliza, no universo jornalístico, a própria representação da competência e habilidade profissionais. As estratégias e técnicas que compõem essas rotinas são reveladoras da ambição do jornalismo de dotar de sentido os acontecimentos do mundo. Ao atravessar esse contexto com a emergência de um novo padrão econômico e social, sustentado por instrumentos tecnológicos inovadores, os serviços de informação em tempo real abrem um leque de possibilidades, mas também de incertezas, ainda pouco sedimentadas – como é típico dos processos de transformação.

A caracterização do fator tempo como sinônimo de tirania é uma das imagens recorrentes nos estudos de jornalismo. Sousa (2002) menciona essa expressão para abordar a conformação da notícia e a própria cultura dos jornalistas. Traquina (2008, p. 82) toca no mesmo ponto: “O trabalho jornalístico é uma atividade prática onde os jornalistas lutam contra a tirania do fator tempo”. A palavra remete ainda aos ecos da transição vivida pela Europa rumo à sociedade industrial, a partir do século XVII, quando se acentuam mudanças históricas que impactaram a percepção da temporalidade. Nas imagens desse período, como relata Thompson (1998, p. 268), o tempo aparece como “devorador, desfigurador, tirano sangrento, ceifeiro”.

A centralidade do tempo na prática jornalística, portanto, é orgânica e está impressa nos valores que definem o caráter da notícia e seu consumo. O tempo condiciona a disputa para divulgar as informações em primeira mão, molda as rotinas dos jornalistas no chão das

---

<sup>1</sup> Adotamos o conceito de mídia digital para o conjunto de meios de comunicação que se valem de recursos informáticos, nos termos do *Dicionário Houaiss de Comunicação e Multimídia* (2013). De acordo com Jorge (2013, p. 3), pode-se aplicar “jornalismo digital e meio digital, jornalismo na web, jornalismo na rede e jornalismo na internet; webjornalista, jornalistas na rede e jornalista de internet, assim como ciberjornalismo e cibermeio, todos para englobar o jornalismo que se pratica em rede”.

fábricas midiáticas e influencia os gêneros jornalísticos adaptados aos ritmos dos acontecimentos. É ainda a temporalidade que define a própria relação do público com o universo da comunicação. Ao focar os serviços informativos *Broadcast* e *Valor PRO*, a intenção foi aprofundar essa discussão e identificar as características dos espaços jornalísticos que ocupam, assim como as tensões provocadas pelos diferentes formatos e ritmos produtivos.

O primeiro desafio que se apresenta nessa discussão é a própria definição de tempo real, que se generalizou de forma imprecisa com o advento da internet e a multiplicidade de plataformas e ferramentas tecnológicas, incorporadas a partir do final dos anos 1980 no cotidiano das redações. Nesta dissertação, como tivemos oportunidade de aprofundar no capítulo de *Revisão de Estudos*, adotamos a expressão tempo real como sinônimo de coberturas jornalísticas simultâneas aos acontecimentos, enquanto a referência ao fluxo contínuo de informações abrange tanto essas coberturas como aquelas em tempo diferido, ou seja, sem relação com a simultaneidade dos acontecimentos. A menção às coberturas “ao vivo” fica restrita às transmissões eletrônicas instantâneas de áudio e vídeo.

O tratamento que conferimos aos objetos de estudo desta pesquisa é o de produtos de informação jornalística, que podem também ser designados como serviços informativos, inseridos no mercado de consumo de conteúdos noticiosos – definição que abrange o conjunto dos diferentes gêneros jornalísticos. Pelas características de exclusividade e acesso restrito mediante pagamento, podemos nos referir tanto aos assinantes desses produtos como aos seus clientes, que também são leitores dos textos jornalísticos ali publicados e usuários de suas plataformas, termo que se emprega geralmente para os que navegam nos ambientes virtuais.

As plataformas em que transitam os produtos *Broadcast* e *Valor PRO* têm características distintas dos sites abertos na internet, já que utilizam canais específicos na web, com uma arquitetura de sistema que combina *hardwares* e *softwares* para armazenar e distribuir informações em milissegundos, a medida de milésimo de segundo. Nesse sistema, é possível integrar dados estatísticos, cotações de bolsas, textos, gráficos, imagens – reunidos como um grande banco de dados, que será acessado por intermédio de uma série de aplicativos na ponta de saída para o usuário. Desse amplo conjunto, escolhemos nos deter especificamente nos conteúdos de texto escrito, que caracterizam o tipo de exercício jornalístico que nos interessou investigar.

Imersa nessas plataformas que operam em tempo real, em consonância com a dinâmica dos mercados financeiros que acompanham, a prática jornalística passa por um caminho de adaptação de processos e atitudes. É no terreno limítrofe entre o acontecido e o noticiado que

se dá o embate pela informação em tempo real, com implicações profundas nas rotinas produtivas do jornalismo e na sua própria gênese, como atribuição de sentido aos acontecimentos. São fenômenos que compõem o cenário traçado por Adghirni e Pereira (2011) de mudanças estruturais no campo jornalístico, que incluem justamente as novas formas de produção da notícia, assim como os movimentos de convergência digital e a crise da empresa jornalística enquanto modelo de negócio.

A magnitude dos processos que se enquadram no conceito de mudança estrutural, como alertam os autores, deve ser “suficientemente abrangente e profunda para alterar radicalmente o modo como determinada atividade é praticada e simbolicamente reconhecida/definida pelos atores” (2011, p. 5). É importante ressaltar, como eles fazem, que uma mudança estrutural não se confunde com modificações de caráter conjuntural ou com microinovações que possam afetar aspectos específicos de uma prática social. Trata-se, portanto, de detectar a profundidade e a amplitude dessas transformações, para que seja possível delinear com mais precisão a realidade midiática contemporânea.

As mudanças estruturais que atingem a prática jornalística estão articuladas a transformações mais amplas, que se situam no contexto socioeconômico, político e cultural e são tributárias dos avanços da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC). Os conceitos de Harvey (1996) sobre a compressão do tempo-espço, que acompanha a dinâmica do próprio capitalismo, e as concepções de Castells (2013) sobre os novos paradigmas tecnológicos, que sustentam a chamada sociedade informacional, são centrais para a compreensão dos produtos pesquisados. Sob o signo da pós-modernidade, delineada por Harvey em tons agudos, encontram-se os traços de fragmentação e transitoriedade que caracterizam os informativos em fluxo contínuo; fundamentados em Castells, localizam-se o espaço de fluxos e o “tempo intemporal” do ciclo capitalista baseado no processamento e distribuição da informação, como fontes fundamentais de produtividade e poder.

Os dois autores configuram de maneira consistente a abrangência dos processos de globalização que se aprofundam a partir dos anos 1970. Atribuem relevância e centralidade, especialmente nos estudos de Castells, ao funcionamento integrado dos mercados financeiros internacionais, que ocupam posição estratégica na economia contemporânea. É na dinâmica incessante desses mercados integrados globalmente que encontramos os produtos especializados de informação em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, que seguem o circuito das transações eletrônicas no setor financeiro em diferentes partes do mundo. Os estudiosos da Economia Política enfatizam, nesse cenário, a importância da participação das companhias globais de comunicação e do crescimento do valor dos conteúdos midiáticos.

É possível identificar nos serviços de informação em fluxo contínuo, com foco na área econômico-financeira, a forte presença das empresas globais *Bloomberg*, baseada nos Estados Unidos, e da *Thomson Reuters*, resultado da fusão da canadense *Thomson Corporation* com a tradicional agência noticiosa britânica. Esses gigantes conglomerados, que empregam milhares de funcionários e faturam bilhões de dólares, estão presentes também no Brasil, com redações próprias e atuação concentrada principalmente em São Paulo, Rio e Brasília. São essas companhias que costumam liderar o mercado global de informações econômico-financeiras em tempo real, com plataformas tecnologicamente sofisticadas, que combinam informação jornalística com robustos bancos de dados e serviços de cotações de bolsas e moedas.

Os concorrentes da *Bloomberg* e da *Thomson Reuters* no Brasil, entre outros atores do mercado, são justamente o *Broadcast*, da *Agência Estado (AE)*, que se vincula por sua vez ao *Grupo Estado*, e o *Valor PRO*, ligado ao jornal *Valor Econômico* – este fruto da associação do *Grupo Folha* e do *Grupo Globo*. Para atuar no universo dos produtos digitais de informação voltados para os mercados financeiros e corporativos, as empresas brasileiras não poderiam prescindir do acompanhamento intensivo, em tempo real, do noticiário econômico-financeiro em escala global, o que demandaria investimentos de alto custo, em dimensão muito superior ao porte das organizações nacionais.

A saída encontrada tanto pela *Agência Estado* como pelo *Valor*<sup>2</sup> foi estabelecer uma parceria comercial e editorial com a *Dow Jones (DJ)*, que integra o conglomerado transnacional de mídia de Rupert Murdoch, também o principal controlador do tradicional *Wall Street Journal*, um dos mais importantes jornais econômicos do mundo. Mesmo que não tenha participação societária nos serviços nacionais, ao provê-los do noticiário em tempo real sobre os mercados globais, a *Dow Jones* ocupa uma posição estratégica no cenário da informação econômico-financeira no Brasil. Sem acesso às informações especializadas da *DJ*, os produtos brasileiros perderiam viabilidade pela dificuldade de encontrar outros parceiros estrangeiros que disponibilizem seus conteúdos noticiosos, em tempo real, para serem revendidos e traduzidos por terceiros. A atuação da *Agência Estado* e do *Valor Econômico* nesse segmento está conectada, assim, com estruturas poderosas em âmbito global.

Em sua origem, as duas organizações nacionais partiram de experiências distintas até se encontrarem na disputa acirrada por um mercado consumidor disposto a pagar recursos vultosos para receber, a tempo e a hora, informações especializadas, com precisão e

---

<sup>2</sup> As menções no formato abreviado *Valor* correspondem ao *Valor Econômico*. O produto de informação em fluxo contínuo, *Valor PRO*, será sempre mencionado de forma completa.

confiabilidade. A estimativa de especialistas consultados para esta pesquisa é que o conjunto dos produtos de informação em fluxo contínuo para os mercados financeiro e corporativo, incluindo também as filiais de empresas internacionais, fature no Brasil em torno de R\$ 350 milhões ao ano. A *Agência Estado* desfruta de sólida posição nesse segmento editorial há cerca de duas décadas, enquanto o *Valor Econômico* lançou somente em 2013 um serviço semelhante, depois de praticamente dois anos de intensa preparação. Ambas as empresas assentaram suas experiências, em maior ou menor grau, em processos de redações convergentes, embora tenham partido de uma identidade jornalística fundamentalmente diversa.

Na *Agência Estado*, criada em 1970 com o propósito inicial de revender conteúdos do jornal *O Estado de S. Paulo*, conforme Caldas (2003), o movimento em direção a um novo e promissor segmento de produtos editoriais ocorreu de forma pioneira no início dos anos 1990. Nesse caminho, a *AE* valeu-se de um modelo de organização e um padrão de cultura profissional consolidados como agência de notícias, mais afeita à torrente informacional que se acentuaria na era digital. Os antecedentes dos novos processos não lhe eram desconhecidos, portanto, desde a época em que começou a fornecer notícias por telex para redações de todo o País. A agência contou também, como aponta Adghirni (2001), com a consultoria influente da Universidade de Navarra (Espanha), que implantou a concepção da redação como turbina de informação – uma metáfora que aproxima a produção jornalística aos gasodutos ou oleodutos que abastecem as cidades de energia, e destaca a transformação da notícia em mercadoria comercializável.

No *Valor Econômico*, a lógica editorial do produto impresso, lançado em 2000, foi a de praticar um jornalismo diferenciado, que lhe permitisse ocupar o nicho de mercado de informações econômicas, financeiras e de negócios, antes liderado pela *Gazeta Mercantil*, já então em fase de degradação empresarial. Nessa moldura, a cobertura informativa factual, entendida como os acontecimentos de registro coletivo, ficou em segundo plano para abrir caminho ao exercício preferencial do “furo” jornalístico – a exclusividade de conteúdos, avessa à chamada “comoditização” da notícia, aquela que pode ser encontrada com pequenas variações em todos os veículos informativos ao alcance do público.

Do ponto de vista da estrutura redacional, a sucursal de Brasília da *Agência Estado* foi pioneira na implantação de modelos de redação integrada, envolvendo o jornal impresso e o serviço em fluxo contínuo, ainda no início dos anos 1990. A iniciativa ocorreu, portanto, muito antes que a discussão sobre integração de redações se generalizasse no cenário marcado mais ostensivamente pela internet, a partir do ano de 2000. O mesmo padrão não se repetiu

plenamente na sede do *Grupo Estado*, em São Paulo, que registra movimentos mais recentes nesse sentido, como a mudança da equipe do *Broadcast* para o mesmo setor em que se localiza a editoria de economia do jornal *Estado*. Os avanços anotados no processo de integração desses segmentos do *Grupo Estado* foram registrados pelo editor-chefe da *AE*, João Caminoto, em entrevista à autora.

No *Valor*, a existência de uma redação integrada para a produção jornalística destinada às plataformas impressa e digital foi sempre a premissa crucial do projeto implantado para o serviço em fluxo contínuo. O ingresso no mercado de informações especializadas em tempo real para os setores financeiro e corporativo foi justificado pela diretora de redação, Vera Brandimarte, em entrevista à autora, como um desdobramento natural da atuação da empresa. “O *Valor* buscava uma nova fonte de receita relevante o suficiente para fazer frente à provável perda da receita de publicidade legal”<sup>3</sup>, explicou, referindo-se à supressão das exigências legais para a publicação de fatos relevantes das empresas listadas em bolsa de valores nos jornais de grande circulação – fonte tradicional de receita dos diários brasileiros especializados em economia.

Além disso, no projeto do *Valor PRO*, considerou-se que “as sinergias entre o jornal e um serviço de tempo real para o mercado financeiro e corporativo eram imensas, já que este era o conteúdo que o jornal perseguia todos os dias”, acrescentou Brandimarte, que situou em R\$ 100 milhões os investimentos realizados na nova plataforma. Os recursos investidos enriqueceram também, segundo ela, os conteúdos do jornal impresso, a exemplo do processo de sinergia que acontece nos produtos do *Grupo Estado*. Na entrevista com a diretora do *Valor Econômico*, foi ainda abordado o corte de pessoal ocorrido na redação no primeiro semestre de 2013, creditado à estagnação da economia brasileira e à necessidade de preservação do equilíbrio econômico-financeiro da empresa.

Ao analisar as mudanças estruturais por que passa o jornalismo e a aceleração do processo de convergência das mídias, a uma velocidade crescente no Brasil e no mundo, Renault (2013, p. 4) destaca que as novas iniciativas dos grupos tradicionais de comunicação visam “assegurar a participação nos novos mercados consumidores”. Na tentativa de reinventar-se, como ele aponta, os grupos de mídia se deparam com dificuldades de transportar para os sites na internet o mesmo patamar de rentabilidade alcançado nos veículos impressos, que ainda representam a maior parcela de suas receitas. A expectativa de que os produtos em fluxo contínuo para os mercados financeiro e corporativo proporcionem

---

<sup>3</sup> Entrevista concedida por BRANDIMARTE, Vera. [ago. 2014]. Entrevistadora: Elizabeth Cataldo. São Paulo, 2014. 1 arquivo .mp3. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice F desta dissertação.

lucratividade maior do que os sites abertos na internet justifica a posição estratégica que ocupam, em que pese o declínio recente de oportunidades de negócio, conforme apontaram outros especialistas consultados.

De qualquer maneira, com pontos de partida diferentes, tanto a *Agência Estado* como o *Valor Econômico* vivem processos de intensidade singular no panorama jornalístico brasileiro em função da convivência com serviços editoriais de extrema velocidade, impregnados pela fragmentação da narrativa jornalística. São experiências que transcendem, na nossa avaliação, as pressões do ritmo temporal que encontramos em sites da internet, não só pela inserção na dinâmica dos mercados financeiros globais como também pela utilização de plataformas especialmente construídas para comprimir a milésimos de segundo a publicação de informações e dados. O enfrentamento dos limites temporais nesses ambientes determina condições especiais para a produção jornalística.

Ao analisarem o *boom* dos serviços de informação em fluxo contínuo, voltados principalmente para o mercado financeiro, Jorge, Pereira e Adghirni (2009) enfatizaram o surgimento de novas técnicas jornalísticas para atender a demanda por informações em tempo real, com a produção de textos curtos, “cujo valor estaria na atualidade, medida por segundos” (2009, p. 77). Adghirni (2001) reflete as inquietações provocadas pela introdução das novas rotinas produtivas e as incertezas que atravessam a identidade do jornalista: “Terá [o jornalista] ainda valor como produtor de sentidos na medida em que o conceito de informação como direito e como bem público se transforma em mercadoria veloz, estratégica e perecível na sociedade da informação?” (2001, p. 13).

No processo de investigação sobre a natureza desses serviços de informação, tivemos em mente as práticas jornalísticas de que lançam mão e os padrões estritos que seguem para transmitir os valores-notícia válidos no processo de *gatekeeping*. Para isso, pudemos nos valer também da nossa própria trajetória profissional nas duas empresas pesquisadas, no segmento de informações em tempo real, com o procedimento ético de explicitar de forma transparente os trechos desta dissertação que estejam referenciados nessa experiência<sup>4</sup>. O trabalho de nossa autoria evitou o conceito de agência de notícias para os serviços em fluxo contínuo, considerando-o impreciso para refletir as práticas jornalísticas e comerciais adotadas no *Broadcast* e no *Valor PRO*<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Na *Agência Estado*, fui editora regional, em Brasília, e diretora de Informação, em São Paulo. No *Valor*, participei da implantação do serviço em tempo real.

<sup>5</sup> Na definição contida no *Dicionário Houaiss de Comunicação e Multimídia*, a agência de notícia “elabora e fornece regularmente matérias jornalísticas para seus assinantes (geralmente órgãos de imprensa, além de outras instituições governamentais e privadas)” (NEIVA, 2013, p. 11). No seu significado primordial, as agências de



A emergência, nesses produtos, da demanda por conteúdos interpretativos e opinativos estabelece diferentes dinâmicas em torno de formatos jornalísticos que se complementam e disputam espaços de produção nas redações. Nesse ponto, os estudos relacionados ao *Newsmaking* e aos gêneros jornalísticos se estabelecem como vetores principais desta dissertação, pela pertinência de seus conceitos aos aspectos que motivaram a pesquisa. As indagações que animaram este projeto passam pela inserção dos jornalistas em produtos de informação caracterizados pela celeridade e pela ênfase nas coberturas factuais em tempo real. A tentativa foi a de detectar áreas de interpretação e análise que configurem a produção de sentidos nesse contexto jornalístico.

Castilho (2005) observa que a contextualização da informação converteu-se no grande dilema dos profissionais do jornalismo, apontando que “a identificação de causas, consequências, interesses e atores tornou-se, frequentemente, tão ou mais importante do que o fato em si” (CASTILHO, 2005, p. 248 apud RODRIGUES, 2005, p.21). A perspectiva adotada nesta dissertação é que o ritmo do noticiário em tempo real, caracterizado pelo registro factual simultâneo, atenderia um tipo de necessidade informacional por parte do público – seja do mercado financeiro ou não – e que novas camadas de significação seriam demandadas para completá-lo. É como se a dosagem cavalariça de informação factual diária, instantânea, imediata, forjasse o seu próprio antídoto, composto justamente pela interpretação e opinião. É nesse diálogo de gêneros jornalísticos que residiu um dos focos principais da investigação.

### **1.1. Problema**

Quais espaços podem ser detectados, nos produtos *Broadcast* e *Valor PRO*, para a publicação de conteúdos interpretativos e opinativos e qual a correlação estabelecida com as coberturas jornalísticas em tempo real?

---

notícias oferecem material jornalístico que é reelaborado pelos jornais, emissoras de rádio e televisão assinantes. A rigor, a *Agência Estado* continua a prestar serviços nesse segmento, como agência de notícias para veículos de comunicação, mas com outras linhas de produto que não o *Broadcast*.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo geral**

Investigar como ocorrem e coexistem a produção de conteúdos informativos em tempo real e a geração de textos interpretativos e opinativos nos produtos *Broadcast* e *Valor PRO*, no contexto das temporalidades específicas que operam.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Aprofundar o exame dos gêneros jornalísticos envolvidos nos diferentes ritmos de produção nos serviços em fluxo contínuo, no ambiente de redações integradas. Nesse aspecto, caberá discutir a baixa valoração da cobertura factual, enquadrada no gênero informativo.
- Analisar as práticas e rotinas jornalísticas adotadas para minimizar erros de informação e edição nas coberturas em tempo real, marcadas pela velocidade de produção, com foco nos processos de *gatekeeping* e ênfase nas estratégias corporativas.
- Avaliar o alcance da repercussão das mudanças acarretadas pela convivência com as coberturas em tempo real na cultura profissional e no processo de especialização dos jornalistas das empresas pesquisadas.

## **1.3. Justificativa**

As transformações provocadas pelos meios digitais – que traduzem, por sua vez, processos mais amplos de ordem econômica, social e política – não afetam somente aqueles que se dedicam especificamente à produção da notícia no meio virtual, mas todos os profissionais do jornalismo, como observa Carlos Castilho. É cada vez mais improvável, portanto, que seja possível conceber trincheiras de resistência, mesmo nas plataformas impressas, que estejam a salvo do impacto dessas mudanças.

Nessa atmosfera convulsionada, os jornalistas perderam o controle da informação, que agora pode ser garimpada em outras fontes pelos leitores, que se tornam protagonistas

também na geração de conteúdos próprios. A produção da notícia se reinventa frente à nova realidade do processo contínuo de informação proporcionado pelo espaço digital, enquanto se altera dramaticamente a função do profissional de jornalismo, instado a desempenhar novos papéis no processo de convergência digital que marca o cenário da comunicação. É a própria identidade do jornalista que está na berlinda nesse processo de transição.

O modelo de negócio que sustentou a empresa jornalística na era analógica mostra, cada vez mais, as fragilidades a que está exposto no novo cenário digital. David Renault aponta o dilema dessas empresas.

Apenas uma pequena parcela da publicidade que deixou os impressos foi para os meios digitais e há dificuldade até mesmo para se definir quanto o mercado está disposto a pagar pelo anúncio digital, que, teoricamente, pode ter uma visibilidade maior do que o impresso, na maioria das vezes. A pergunta é simples: como e quanto cobrar sem perder espaço publicitário e leitores? Os jornais sabem que os pesados investimentos que são feitos em tecnologia digital, até mesmo para não ficar atrás da concorrência, precisam ter retorno, mas a parte substancial das receitas ainda vem dos impressos. Aí, as contas não fecham e há uma pressão enorme para redução de custos, inclusive de pessoal, e aumento das receitas (RENAULT, 2013, p. 6).

São questões concretas que se inserem no processo de mudanças estruturais do jornalismo, de acordo com a conceituação de Adghirni e Pereira (2011). A experiência da produção noticiosa em tempo real, pela sua complexidade operacional e pela desconstrução de práticas e valores tradicionalmente observados nas redações, ilustra de forma contundente essas mutações profundas em curso. Abordá-las de forma detida, a partir das experiências representativas da *Agência Estado* e do *Valor Econômico*, pode significar uma contribuição para a compreensão dos novos fenômenos midiáticos e um caminho para identificar as respostas necessárias à convivência com os desafios contemporâneos da comunicação.

Nesses dois casos, carregados de simbolismo sobre os rumos da mídia brasileira, é possível buscar parâmetros para novas rotinas de trabalho, pautadas pelos esforços de treinamento e reciclagem dos profissionais, assim como mapear os conflitos e obstáculos envolvidos na implantação desses novos modelos. A convicção que permeia este projeto de pesquisa é a de que os casos da *Agência Estado* e do *Valor* podem ser encarados como verdadeiros laboratórios de experimentação de processos complexos e desafiantes, mas também instigantes e transformadores. A representatividade das redações de ambos potencializou os resultados da pesquisa.

A busca pela identificação dos espaços de análise, interpretação e opinião – e a própria discussão sobre a menor valoração do gênero informativo – relaciona-se à preocupação de

avaliar a mediação do jornalista profissional nos ambientes saturados de informação, como é o caso dos serviços em fluxo contínuo. Até que ponto a extrema segmentação de produtos, típica das plataformas digitais, e a orientação mercadológica da produção jornalística afetam as zonas de produção de sentido pelo jornalista profissional são outras das questões que justificam este projeto de pesquisa.

O pressuposto é que a tendência posta no horizonte da mídia é de declínio dos produtos impressos, com o conseqüente incremento da hegemonia dos parâmetros digitais na produção, circulação e consumo de informação jornalística. Assim, as rotinas produtivas e os formatos de conteúdos hoje adotados nos serviços informativos em fluxo contínuo, com especialização na área econômico-financeira, podem se estender também a outros segmentos editoriais e a outras parcelas de público. A rigor, esse processo já ocorre, em maior ou menor medida, com a incorporação das técnicas de noticiário em tempo real nos sites da internet aberta ao público em geral.

A intensidade com que operam os serviços especializados, com coberturas em tempo real, ainda pode ser considerada singular no panorama da mídia. Portanto, esses produtos guardam referências úteis para o fazer jornalístico, que podem se generalizar no futuro próximo. O movimento em direção à produção noticiosa em tempo real na mídia não está restrito, como acreditamos, ao público de operadores do mercado financeiro ou de tomadores de decisão nas esferas pública e privada. Pelo contrário, a realidade das redes sociais contemporâneas, com ações simultâneas de seus usuários, é um exemplo claro dessa perspectiva. Ao mesmo tempo, a busca por interpretação e contexto, mesmo entre leitores especializados como são os dos serviços pesquisados, indica a possibilidade de tornar válida e abrangente a afirmação de que os gêneros informativos e interpretativos são indissociáveis no ecossistema da mídia.

## **2. REVISÃO DE ESTUDOS**

### **2.1. A dimensão da temporalidade**

Na revisão dos estudos sobre produtos de informação em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, as principais reflexões estão centradas na dimensão da temporalidade. No jornalismo, o tempo se institucionaliza tanto como fator de identidade como de tensão, na visão de Franciscato (2005), que ressalta as marcas da experiência social

na construção temporal. A dissonância entre o que o autor chama de velocidade do mundo e o ritmo da produção do discurso jornalístico está na origem desse retesamento, ao mesmo tempo em que o fenômeno temporal “é um componente essencial da definição e das relações que o jornalismo desencadeia na sociedade” (2005, p. 15).

Adotamos neste trabalho a abordagem proposta por Franciscato (2005, p. 90) de que a instituição jornalística está “entranhada no ambiente histórico e social em que atua”. Significa perceber o jornalismo imerso em um contexto espaço-temporal concreto, “sendo atravessado e estando envolvido por dispositivos, tensões e movimentos oriundos tanto do ambiente interno como externo de relações”. É nesse marco que se podem identificar recursos e limites para o desenvolvimento da atividade e da organização jornalística. Daí a importância conferida à historicidade da noção temporal, com a ressalva de que não pretendemos traçar uma sequência cronológica ou adotar uma estrutura linear nessa abordagem, seguindo a proposta desenvolvida pelo próprio autor.

Em artigo dedicado à análise da relação entre tempo e jornalismo, Fábio Pereira (2004, p. 2), discute “a forma como a percepção do tempo na sociedade influencia as condições de produção da notícia e a identidade profissional do jornalista”. O autor revisa as noções de temporalidade na física e na filosofia, abrangendo também o estudo das mudanças de ritmos temporais que surgem com a Modernidade e na passagem desta etapa para as sociedades em rede. “A Modernidade traz a separação entre a percepção do tempo e sua vinculação com os ritmos naturais”, sublinha Pereira, que cita E. P. Thompson como referência nos estudos sobre esse tema.

Os antecedentes históricos desse processo, na perspectiva traçada por Thompson (1998, p. 268), apontam mudanças fundamentais na experiência temporal na cultura da Europa Ocidental, no período de 1330 a 1650, marcado pela disseminação do uso de relógios e os sintomas de uma “nova disciplina puritana e exatidão burguesa”. Um renovado senso de imediatismo se instala à medida que avançam os rigores da medição do tempo. São representativas dessas transformações as imagens do período elisabetano citadas por Thompson e que caracterizam o tempo como “devorador, desfigurador, tirano sangrento, ceifeiro” (1998, p. 268).

No processo de transição para a sociedade industrial madura, que avança a partir do século XVII, reestruturam-se hábitos de trabalho e são geradas diferentes notações de tempo. Na orientação por tarefas, em que a jornada de trabalho pode variar de acordo com a carga e a complexidade das atividades, é mais tênue a separação entre o trabalho e a vida, misturando-se as relações sociais e as situações de labor. Thompson (1998, p. 271-272) destaca que a

orientação por tarefas é considerada “mais humanamente compreensível do que o trabalho de horário marcado”. Em outro ângulo, os que se aculturaram no regime de observância dos horários acreditam que o desempenho por tarefa engendra uma atitude displicente e desprovida de urgência em relação ao trabalho. A noção do tempo cronológico é considerada por Thompson como central na constituição do capitalismo industrial, de acordo com a leitura de Castells (2013, p. 525-526), que concebe a Modernidade como “o domínio do tempo cronológico sobre o espaço e a sociedade”.

De fato, Thompson (1998) situa por volta de 1790 o período em que o relógio passou a regular cada vez mais os novos ritmos exigidos pelo capitalismo industrial, acentuando-se a necessidade de sincronização do trabalho com a introdução da manufatura em grande escala. Na esteira desse processo, os trabalhadores passam a conviver com “a folha de controle do tempo, o controlador do tempo, os delatores e as multas” (1998, p. 287). O formato do trabalho por tarefa, em que se alternavam períodos de atividade intensa com outros de ociosidade, subsistiu no século XIX apenas em caráter complementar ao regime de horário marcado, subtraindo dos trabalhadores o controle de sua vida produtiva. As sociedades industriais maduras são caracterizadas justamente pela nítida demarcação entre vida privada e profissional, tendo como pano de fundo a estrita administração do tempo.

Thompson (1998) evita, no entanto, uma visão idealizada da cultura popular anterior à era industrial, considerando-a, em muitos aspectos, “ociosa, intelectualmente vazia, desprovida de espírito e, na verdade, terrivelmente pobre” (1998, p.300). Sem disciplina do tempo, acrescenta, “não teríamos as energias persistentes do homem industrial” (1998, p. 300). A formação de uma “consciência do tempo”, indicada pela presença massiva dos relógios de parede e de bolso, como anota Franciscato (2005, p. 69), ordena a rotina de movimentos nos espaços públicos e privados de sociedades em rápido processo de urbanização. Um sentido de urgência emerge na atmosfera cultural dos séculos XVII ao XIX, no rumo do processo de industrialização e urbanização.

Ao mesmo tempo em que sofre as transformações do período, o jornalismo realimenta as novas dimensões de temporalidade extraídas desse contexto histórico.

Se os dois primeiros processos [transformações tecnológicas e econômicas] criaram bases e recursos para que a vida social alcançasse determinados ritmos e procedimentos, serão os aspectos sociais e culturais que irão sedimentar, por meio de componentes simbólicos, práticas, interações e hábitos sociais, os sentidos de temporalidade predominantes na época. Um dos marcos nesta redefinição da experiência social do tempo é a criação de uma ‘cultura do tempo presente’, em que fatores como novidade, originalidade e simultaneidade dão sentidos temporais particulares às práticas sociais. Viver o presente se torna como que uma obsessão

social, tanto pelos fatores culturais quanto pela organização de sociedades urbanizadas que dependiam da regulação do tempo para obter um sincronismo de ações. O jornalismo se consolida nesta cultura e, de certa forma, contribui para alimentá-la, potencializando este desejo pelo novo e pelas coisas do tempo presente da vida cotidiana (FRANCISCATO, 2005, p. 63).

O conceito de que o jornalismo reforça e potencializa a percepção de tempo presente é especialmente relevante para a discussão que propomos. A prática jornalística opera um tipo específico de temporalidade, pontua Franciscato (2005), a ponto de a imprensa escrita tornar-se referência na vida cotidiana dos leitores e funcionar como um marcador temporal da organização da vida social. A periodicidade dos jornais deve ser entendida nessa dimensão, ao mesmo tempo em que se constitui como resposta a um contexto mais amplo de aceleração do ciclo produtivo – antes, no capitalismo industrial e, mais à frente, como parte da dinâmica que Castells (2013) chamou de sociedade informacional ou capitalismo informacional.

Harvey (1996, p. 219) acentua que a história do capitalismo tem se caracterizado pela aceleração do ritmo de vida, “ao mesmo tempo em que venceu as barreiras espaciais em tal grau que por vezes o mundo parece encolher sobre nós”. O conceito clássico que ele traz à luz é o de compressão do tempo-espço, que envolve processos capazes de revolucionar as qualidades objetivas do espaço e do tempo, “a ponto de nos forçarem a alterar, às vezes radicalmente, o modo como representamos o mundo para nós mesmos”. A superação das barreiras espaciais pelo tempo assume concretude nas transformações ocorridas nos transportes e nas telecomunicações, que aniquilam distâncias e aproximam os horizontes temporais até se chegar a um ponto em que só existe o presente – “o mundo do esquizofrênico”.

Antunes (2007, p. 2) pensa em consonância o regime temporal que articula o discurso jornalístico contemporâneo, que não evidencia mais as noções de passado, presente e futuro – elementos que considera essenciais na representação da experiência do tempo. Prevalece, segundo ele, um regime de “presentismo” de “apologia ao instante”, com a diminuição do sentido histórico em favor de um horizonte restrito somente ao presente. Nessa nova configuração temporal, “a mídia joga um papel importante ao produzir permanentemente certo tipo de equivalência entre tempo presente e atualidade”. Antunes associa esse fenômeno “à dinâmica dos meios de comunicação e seu fluxo ininterrupto e dantesco de informações”, que vincularia os indivíduos à imediatividade do tempo real, o que remete ao nosso objeto de estudo.

O pensamento de Antunes (2007) guarda relação com a conceituação da pós-modernidade proposta por Harvey (1996), que caracteriza esses processos com contornos dramáticos:

(...) com acelerações dos tempos de giro na produção, na troca e no consumo, que produzem, por assim dizer, a perda de um sentido do futuro, exceto e na medida em que o futuro possa ser descontado do presente. A volatilidade e a efemeridade também tornam difícil manter qualquer sentido firme de continuidade. A experiência passada é comprimida em algum presente avassalador. (...) Se é impossível falar alguma coisa da solidez e da permanência em meio a este mundo efêmero e fragmentado, por que não entrar no jogo [da linguagem]? Tudo, da escritura de romances e do filosofar à experiência de trabalhar ou construir um lar, tem de enfrentar o desafio do tempo de giro em aceleração e do rápido cancelamento de valores tradicionais e historicamente adquiridos (HARVEY, 1996, p. 263).

Para Harvey (1996, p. 219), a experiência da compressão do tempo-espaço “é um desafio, um estímulo, uma tensão e, às vezes, uma profunda perturbação, capaz de provocar, por isso mesmo, uma diversidade de reações sociais, culturais e políticas”. Mais contundente ainda é sua posição de que a experiência intensa de transição do modelo fordista para a acumulação flexível, vivida a partir dos anos 1970, teve um impacto “desorientado e disruptivo” (1996, p. 257) sobre as práticas políticas e econômicas, com desdobramentos no equilíbrio do poder de classe. Os estudos de Harvey focam com atenção essa transição do modelo fordista de produção, com a característica de rígida padronização dos processos fabris, para o que se configura como o modelo de acumulação flexível, com a implantação de novas formas organizacionais e tecnológicas. Nessa etapa que se convencionou chamar de pós-modernista, a marca vital é a fragmentação e a descentralização, a par de uma ênfase no consumo de serviços.

O autor britânico aponta a reversão da tendência fordista de integração vertical da produção graças a mecanismos como subcontratação e transferência de sedes de corporações, que avançam ao lado de uma crescente centralização financeira – fenômenos que Castells (2013) vai detalhar à exaustão. O importante, por ora, é a constatação de que a aceleração do tempo de giro na produção foi acompanhada de maior velocidade também na troca e no consumo. Para os trabalhadores, “tudo isso implicou uma intensificação dos processos de trabalho e uma aceleração na desqualificação e requalificação necessárias ao atendimento de novas necessidades de trabalho” (HARVEY, 1996, p. 257). À ênfase “nos valores e virtudes da instantaneidade” (1996, p.258), identificada pelo autor ainda no domínio da produção de mercadorias, corresponderia uma transformação de valores e estilos de vida, também contaminados pelo signo do descarte.



O cenário traçado por Harvey (1996, p. 264) é marcado por ajustes espaciais, em que pouca coisa estaria a salvo do “fúror da compressão do tempo-espaço”. O sistema de comunicação por satélite, que tornou praticamente indistintos os custos de transmissão de curta e longa distâncias, ao lado da redução drástica dos preços relativos de transportes por vias marítimas e aéreas, permitiram “outra difícil rodada do processo de aniquilação do espaço por meio do tempo que sempre esteve presente no centro da dinâmica capitalista” (1996, p. 264). É nesse ponto que se torna importante trazer à reflexão a proposta formulada por Castells (2013), que desafia, como ele mesmo classifica, a maioria das teorias sociais clássicas, que supõem o domínio do espaço pelo tempo.

Na hipótese formulada por Castells (2013), o espaço é que organiza o tempo na sociedade em rede, entendida como uma nova lógica, que abrange conjuntos de sistemas e relações fortemente baseados nas tecnologias de informação que se disseminaram a partir dos anos 1970. Na sua visão, as redes constituem “a nova morfologia social de nossas sociedades” (2013, p. 565) e a sua difusão modifica de forma crucial a operação e os resultados dos processos produtivos, assim como o poder e a cultura. Segundo ele, a disponibilidade de novas redes de telecomunicações e de sistemas de informações “preparou o terreno para a integração global dos mercados financeiros e a articulação segmentada da produção e do comércio mundial” (2013, p.98), tornando-se a base fundamental para o processo de reestruturação socioeconômica nos anos 1980.

(...) o novo sistema de comunicação transforma radicalmente o espaço e o tempo, as dimensões fundamentais da vida humana. Localidades ficam despojadas de seu sentido cultural, histórico e geográfico e reintegram-se em redes funcionais ou em colagens de imagens, ocasionando um espaço de fluxos que substitui o espaço de lugares. O tempo é apagado no novo sistema de comunicação já que passado, presente e futuro podem ser programados para interagir entre si na mesma mensagem. O espaço de fluxos e o tempo intemporal são as bases principais de uma nova cultura, que transcende e inclui a diversidade dos sistemas de representação historicamente transmitidos: a cultura da virtualidade real, onde o faz-de-conta vai se tornando realidade (CASTELLS, 2013, p. 462).

Ao introduzir os conceitos de “espaço de fluxos” e de “tempo intemporal”, Castells fundamenta um novo paradigma tecnológico, em conformidade com a análise clássica das revoluções científicas feita por Kuhn. O pressuposto de Castells é que foi criada uma infraestrutura tecnológica avançada e complexa, com sistemas interativos de informações e computadores de enorme capacidade de processamento em alta velocidade. Nesse contexto, a informação é a principal matéria-prima. Porém, ao contrário do que ocorreu nos momentos históricos anteriores, “são tecnologias para agir sobre a informação e não apenas informações

para agir sobre a tecnologia” (2013, p. 108-109). Em outras palavras, como o próprio autor coloca, “os produtos das novas indústrias de tecnologia da informação são dispositivos de processamento de informações ou o próprio processamento de informações” (2013, p. 120).

A especificidade histórica dessa nova economia levou Castells (2013, p. 64-65) a cunhar a expressão “sociedade informacional”, que traduziria uma forma específica de organização social em que “a geração, o processamento e a transmissão da informação tornam-se as fontes fundamentais de produtividade e de poder”<sup>6</sup>. Trata-se de uma nova sociedade que está sendo construída, segundo ele, em torno de fluxos – de capital, de informação, de tecnologia, de interação organizacional, de imagens, sons e símbolos.

A base material para a emergência do espaço de fluxos está baseada na tecnologia da informação, considerada por ele estrategicamente crucial para a construção da sociedade em rede. A nova forma espacial que resulta da combinação desses processos pode ser comparada à cidade ou região na organização da sociedade mercantil ou da sociedade industrial. A hipótese de Castells (2013, p. 517) é que o espaço de lugares não desaparece, até porque é nele que as pessoas vivem. No entanto, “como a função e o poder em nossas sociedades estão organizadas no espaço de fluxos, a dominação estrutural de sua lógica altera de forma fundamental o significado e a dinâmica dos lugares”.

É nesse terreno virtual que se dá o surgimento do tempo intemporal, na visão de Castells (2013, p. 526), e que resulta da fragmentação do tempo linear e previsível. Mais do que isso, a transformação identificada por ele aprofunda-se e compreende a mistura de tempos para criar “um universo eterno”, valendo-se da tecnologia para a apropriação seletiva de tudo que se possa oferecer ao “presente eterno”. Como pano de fundo, ocorre “a liberação do capital em relação ao tempo e a fuga da cultura ao relógio [que] são decisivamente facilitadas pelas novas tecnologias da informação e embutidas na estrutura da sociedade em rede”.

O panorama amplo traçado por Castells (2013) situa a tecnologia como elemento estruturante da sociedade e o seu esforço de mapear os processos tecnológicos de informação

---

<sup>6</sup> Castells detalha seus conceitos: “Minha terminologia tenta estabelecer um paralelo com a distinção entre indústria e industrial. Uma sociedade industrial (conceito comum na tradição sociológica) não é apenas uma sociedade em que há indústrias, mas uma sociedade em que as formas sociais e tecnológicas de organização industrial permeiam todas as esferas de atividade, começando com as atividades predominantes localizadas no sistema econômico e na tecnologia militar e alcançando os objetos e hábitos da vida cotidiana. Meu emprego dos termos ‘sociedade informacional’ e ‘economia informacional’ tenta uma caracterização mais precisa das transformações atuais, além da sensata observação de que a informação e os conhecimentos são importantes para nossas sociedades. (...) Uma das características principais da sociedade informacional é a lógica de sua estrutura básica em redes, o que explica o uso do conceito de ‘sociedade em rede’ (...) Contudo, outros componentes da ‘sociedade informacional’, como movimentos sociais ou o Estado, mostram características que vão além da lógica dos sistemas em redes, embora sejam muito influenciados por essa lógica, típica da nova estrutura social. Dessa forma, ‘a sociedade em rede’ não esgota todo o sentido de ‘sociedade informacional’” (CASTELLS, 2013, p. 64-65).

aliados a sistemas econômicos produtivos e comerciais fornece margem, segundo Franciscato (2005, p. 200), para que a sua obra seja considerada “uma leitura tecnologizante da sociedade”. É claro que a tecnologia não determina a sociedade, ressalva Castells (2013, p. 43), que coloca em segundo plano a discussão sobre o tema: “Na verdade, o dilema do determinismo tecnológico é, provavelmente, um problema infundado, dado que a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”. Ele também não deixa dúvidas sobre a importância que confere à revolução da tecnologia da informação ao compará-la a um evento histórico da mesma magnitude da Revolução Industrial no século XVIII.

Mesmo sem negar o aspecto central da economia e da tecnologia na organização das relações sociais, Franciscato (2005) insiste em uma leitura mais ampla e menos determinista e simplificada, ao nomear os fatores internos e externos à instituição jornalística. Ele propõe uma visão mais complexa, que acentua as dimensões sociais, econômicas, culturais e políticas ao tratar da periodicidade dos jornais, um dos elementos da dimensão temporal da atualidade jornalística em seu estudo. “A tecnologia tem alcançado penetração profunda na sociedade porque ela se vincula a práticas e processos sociais para contribuir na construção de novas formas de interações sociais” (2005, p. 141), argumenta, para concluir que a tecnologia, por si, não estabelece nem estrutura essas práticas.

A discussão é pertinente ao nosso trabalho sobre os produtos de informação em fluxo contínuo, que apresentam em relevo tanto a dimensão tecnológica como econômica, seja pelo direcionamento ao público especializado em temas econômico-financeiros, seja pelo conceito de tempo real embutido em suas práticas e símbolos. Assim, valorizamos a leitura de Castells (2013) sobre a sociedade informacional e o *locus* privilegiado que ele confere ao capital financeiro nesse contexto. Mesmo que concordemos com a premissa de Franciscato (2005) a respeito da amplitude dos processos sociais, políticos e culturais em torno do eixo econômico e tecnológico, encontramos nas engrenagens descritas por Castells (2013) dados e argumentos que nos ajudam a delinear com mais nitidez o objeto de trabalho a que nos dedicamos.

Harvey (1996) já havia proporcionado uma contribuição fecunda ao tema quando tratou do processo de aceleração no giro da produção, na troca e no consumo. Ele citou os bancos eletrônicos e o dinheiro de plástico como algumas das inovações que aumentaram a rapidez do fluxo de dinheiro. Com o suporte do comércio computadorizado, serviços e mercados financeiros também foram acelerados, “de modo a fazer, como diz o ditado, ‘vinte e quatro horas ser um tempo bem longo’ nos mercados globais de ações” (HARVEY, 1996, p. 257-258). O autor, no entanto, não atribui ao setor financeiro a centralidade que lhe outorga

Castells (2013), que situa as organizações financeiras, ao lado das empresas de tecnologia, como os primeiros beneficiários diretos da desregulamentação dos mercados e das tecnologias inovadoras de informação.

As raízes da liberalização das transações financeiras domésticas e internacionais, inicialmente nos Estados Unidos e na Inglaterra, e gradualmente no restante do mundo, são localizadas por Castells (2013) durante as décadas de 1980 e 1990, referências importantes para situarmos o surgimento, no Brasil, dos serviços digitais de informação com foco na área financeira. A tecnologia da informação alterou, em termos qualitativos, a maneira de realizar as transações financeiras. “Computadores potentes e modelos matemáticos avançados permitiam projetos, rastreamento e prognósticos avançados de produtos financeiros cada vez mais complexos, funcionando tanto em tempo real quanto no futuro” (2013, p. 194). Um dos principais desdobramentos desse processo de transformação das finanças foi a integração global dos mercados. A posição estratégica do setor financeiro para a formação de um mercado financeiro global eletronicamente conectado é inequívoca para Castells, que enxerga nesse segmento “a fonte suprema dos investimentos e da geração de valor para toda a economia” (2013, p. 202).

Como consequência da dinâmica baseada nas informações on-line, alinha-se, em primeiro lugar, o aumento substancial na quantidade de valores negociados, até pela aceleração expressiva do índice de giro do capital. Em segundo lugar, segundo Castells (2013, p.196), “as informações e, portanto, as turbulências nas informações, se tornam fundamentais na movimentação do capital e, portanto, no valor dos títulos”. Para completar esse quadro, a volatilidade financeira aumenta exponencialmente porque os padrões de investimento se tornam descentralizados, “os investidores entram e saem dos negócios com títulos e as tendências do mercado disparam reações quase imediatas” (2013, p. 196). Junte-se a esse contexto o declínio dos mercados centrais e as regulamentações menos estritas do comércio eletrônico, o que dificulta o rastreamento das movimentações de capitais. O resultado final, para Castells (2013, p. 203), é que “a volatilidade financeira sistêmica traz consigo a possibilidade de repetidas crises financeiras com efeitos devastadores nas economias e nas sociedades”.

Um aspecto particularmente relevante nos estudos de Castells (2013) é o caráter globalizante que assumem os mercados financeiros movidos a tecnologia da informação. São essas características que determinam, na visão dele, um tipo de capitalismo profundamente distinto de seus predecessores históricos. Ou seja, está se falando de capitalismo global – e não somente mundial –, “estruturado, em grande medida, em uma rede de fluxos financeiros”

(2013, p. 567). Nessa estrutura, o tempo é crucial para a geração de lucros em todo o sistema. “É a velocidade da transação, às vezes com programação computacional automática para tomadas de decisão quase instantâneas, que gera o ganho – ou a perda” (2013, p. 528). A arquitetura do sistema financeiro global é construída em turnos ininterruptos com base em diferentes fusos horários, de Londres a Tóquio, de Nova York a São Paulo.

A realidade dos mercados de capitais globalmente interdependentes “não é assunto de pouca importância na economia capitalista”, ressalta Castells. O capital é gerenciado vinte e quatro horas por dia, “funcionando em tempo real pela primeira vez na história” (2013, p. 142), no coração de uma economia informacional, global e em rede. É a essa estrutura que os serviços de informação em fluxo contínuo, com coberturas jornalísticas em tempo real, estão vinculados. Castells descreve com riqueza os meandros desse contexto, decisivo para os rumos da economia em geral:

(...) é o desempenho do capital nos mercados globalmente interdependentes que decide, em grande parte, o destino das economias em geral. (...) os movimentos nos mercados financeiros são o resultado de uma combinação complexa de leis de mercado, estratégias empresariais, regulamentos de motivação política, maquinações de bancos centrais, ideologia de tecnocratas, psicologia de massa, manobras especulativas e informações turbulentas de diversas origens (CASTELLS, 2013, p. 147).

Os contornos da globalização estão presentes também nos estudos de Economia Política desenvolvidos por Mosco (2006, p. 58), que identifica as tecnologias e os meios de comunicação de massa com o processo de “espacialização”, que significa transcender as limitações do espaço geográfico e do tempo, o que aproxima esse conceito dos estudos de Castells (2013). A comunicação é vista por Mosco como central no processo de espacialização, por proporcionar flexibilidade e controle ao sistema produtivo. São características que podem ser encontradas nos vários setores industriais, mas que adquirem relevo ainda mais significativo no segmento da comunicação e informação. O entrelaçamento do processo de espacialização com o fenômeno da globalização permeia a reestruturação de empresas e indústrias em escala mundial. Wasco, Murdock e Sousa (2001), acrescentam que as companhias transnacionais de mídia estão se apossando crescentemente do controle dos sistemas de comunicação.

Giddens (1997, p. 119) traz uma visão mais multifacetada do processo de globalização, em que também enxerga o papel crucial da comunicação eletrônica global e instantânea: “Embora dominada pelo poder ocidental, hoje em dia a globalização não pode

mais ser qualificada como um imperialismo unilateral”. As ramificações dos processos globais em diferentes destinos, e não mais em uma única direção, caracterizariam uma nova etapa histórica em que se torna possível o diálogo entre diferentes pela interpenetração de influências culturais, econômicas e sociais, antes compartimentadas em relações primordialmente excludentes. Ao fechar o foco para o plano econômico, Giddens aponta uma maior interdependência entre os países, com um crescimento acentuado da produção mundial, e ainda mais agudo no chamado “comércio invisível”, em que predominam os segmentos de serviços e finanças.

## 2.2. Abordagem crítica do “tempo real”

A chegada dos serviços de informação em fluxo contínuo no Brasil, com foco nos mercados financeiros, a partir dos anos 1990, foi acompanhada com interesse na área acadêmica e vários estudos e pesquisas foram produzidos sobre o tema. Em comum, seus autores partilham um viés crítico sobre o papel do sistema financeiro nas economias modernas e enxergam esses produtos como componentes de uma engrenagem ideológica mais ampla em favor dos agentes financeiros. Também as rotinas produtivas adotadas para a cobertura jornalística em tempo real e a edição em fluxo contínuo são enquadradas de forma negativa e em terreno oposto às práticas de um jornalismo de qualidade. Esses serviços são vinculados ainda a um declínio do papel do jornalista na produção de sentidos e na mediação dos conteúdos editoriais.

A maior parte dos trabalhos analisados foi elaborada na primeira década da disseminação desses produtos no cenário brasileiro, o que significa dizer sob impacto inicial das mudanças provocadas pela tecnologia digital no campo da comunicação. Um dos estudos pioneiros foi o de Elizabeth Brandão, em tese de doutorado defendida na Universidade de Brasília (UnB), em 1999, intitulada *Da ciência ao mercado, a informação em tempo real*. O seu objeto de estudo foi “a informação *on-line* e em tempo real produzida pelas agências de notícias, enfocando-se prioritariamente o trabalho da *Agência Estado*” (1999, p. 15), com uma moldura teórica assentada na interface entre a Ciência da Informação e a Ciência da Comunicação, nos termos em que apresenta o seu trabalho.

Um dos pontos centrais do enfoque de Brandão é a substituição do conceito de “notícia” por “informação”, como sintoma de uma mudança na natureza do jornalismo que se produz a partir dos anos 1980, sob influência inicial do segmento jornalístico econômico e

disseminando-se em seguida para outras áreas. O termo informação teria se consolidado nos serviços em tempo real como tradução de “uma concepção e um modo de fazer jornalismo totalmente vinculado ao mercado e às necessidades do cliente, do usuário da informação, conforme está sendo chamado aquele que era o leitor da notícia” (1999, p. 79).

Nesse contexto, a informação estaria caracterizada como produto, “pois seu objetivo é obter lucro” (1999, p.108). O pressuposto é que em lugar de ser “o relato de um fato” com foco no interesse público, a “notícia-informação” é elaborada para atender “à demanda específica de um determinado público e nem sempre é fato” (1999, p. 112). Todo esse processo estaria relacionado à constatação de que “a partir dos anos 80, o jornal assumiu que era produto”, submetendo o jornalista não mais a restrições de natureza política, mas sim à censura, conforme a expressão utilizada, “na forma de obediência aos desígnios do mercado” (1999, p. 102).

A percepção de que a visão mercantil do jornalismo esteja datada a partir dos anos 1980 nos parece imprecisa e em desacordo com a perspectiva histórica. Particularmente no nicho da informação econômico-financeiro, a estratégia de segmentação de produto sempre esteve presente nas plataformas impressas. Isso pôde ser constatado muito antes que os meios digitais dessem nova configuração ao panorama da mídia no mundo ou que o mercado financeiro se agigantasse com o ímpeto da globalização e da revolução tecnológica, nos termos abordados por Castells (2013). Mesmo nos jornais generalistas, as últimas décadas do século XIX testemunharam a disseminação da produção em massa e o uso intensivo da propaganda, como mencionado nos estudos de Brin, Charon e Bonville (2007), criando as condições para que os jornais se tornassem efetivamente “um comércio lucrativo forte” (2007, p. 3). O afluxo de publicidade, anotam os autores canadenses, criou novas oportunidades de negócios para os que se aventuravam nas empresas jornalísticas.

Brin, Charon e Bonville (2007) configuram os processos em curso a partir da década de 1970 e 1980 como “jornalismo de comunicação”, no fio histórico que começa com o “jornalismo de transmissão”, característico do século XVII, passando pelo “jornalismo de opinião” e o “jornalismo de informação”, ambos situados no decorrer do século XIX. Do ponto de vista da nossa dissertação, o foco é justamente o período batizado como jornalismo de comunicação, que reflete a complexidade dos processos históricos envolvidos e os dilemas da mídia contemporânea. É importante observar que o processo de segmentação e especialização é contextualizado de forma mais ampla, não apenas restrito ao nicho de informação para mercados financeiros. Ou seja, na era do jornalismo de comunicação, segundo os três pesquisadores, as novas mídias tendem a se multiplicar.

Os empresários de imprensa e os investidores, em busca de novos mercados para desenvolver e estimulados pelas inovações técnicas e pelo movimento de desregulamentação e de liberalização dos mercados, favorecem a multiplicação dos suportes midiáticos e dos serviços de informação. O mercado das mídias se caracteriza doravante por uma grande diversificação e por uma superabundância de oferta. A imprensa escrita cotidiana e as grandes redes de televisão, que dominam a indústria das mídias, veem suas parcelas de mercado esfacelar-se a favor de novas mídias, mais especializadas, mais inovadoras, menos respeitadoras das normas estabelecidas. A multiplicação e miniaturização dos equipamentos, o desenvolvimento das telecomunicações e, mais recentemente, a implantação da internet rápida, eis aí o tanto de técnicas onde o uso tende a colocar em questão as normas e as práticas usuais de produção, de difusão e de consumo da informação e que colocam produtores e consumidores de informação em um ambiente midiático em plena mutação (BRIN; CHARON; BONVILLE, 2007, p. 3).

É útil explorar um pouco mais o fio histórico desse processo para melhor caracterização do nosso objeto de estudo. Franciscato (2005) localiza na metade do século XIX o início de um ciclo de profissionalização do jornalismo, que marca a emergência do repórter como profissional de uma atividade atravessada por mudanças profundas de ordem tecnológica – “telégrafo, telefone, meios de transporte e novas máquinas ligadas à produção jornalística” (2005, p. 169). Na ordem econômica, as transformações não foram menos significativas, referindo-se à “formação do jornalismo orientado para o mercado e o crescente assalariamento dos repórteres contratados por empresas jornalísticas” (2005, p. 169). Traquina (2004) também situa no século XIX o início efetivo da comercialização do jornalismo, “com a emergência de uma nova mercadoria, a informação, ou melhor dito, a notícia” (2004, p. 33).

À medida que avançam as décadas e já no limiar do século XX, consolida-se um cenário de crescimento do número de jornais e de sua lucratividade, com a transformação das empresas em corporações. O surgimento da *penny press* (jornais vendidos por um centavo de dólar) caracterizou uma revolução comercial no jornalismo americano, “levando à descoberta dos méritos da temporalidade das notícias como fator de concorrência” (FRANCISCATO, 2005, p. 62). Registra-se o esforço para informar com rapidez, em atenção ao crescente hábito de consumo de notícias que estimulava os leitores a gastar mais um centavo para comprar, na esquina seguinte, um jornal com notícias mais recentes. As motivações que levaram à criação dos produtos de informação em fluxo contínuo para mercados financeiros não estão desconectadas, portanto, de uma moldura histórica mais ampla do jornalismo.

O conceito de notícia adotado por Brandão (1999) também merece um olhar mais aprofundado. Na sua concepção, o termo informação é o que “melhor espelha o conjunto de dados, notícias e análises diversas que são o insumo principal da sociedade de conhecimento” (1999, p.104). No ambiente agudamente competitivo do mercado, os sistemas de informação disponíveis nos produtos especializados estão qualificados como apoio à tomada de decisão e



redutores de incerteza – uma visão que nos parece adequada ao perfil dos serviços em foco. Em contrapartida, notícia é caracterizada por Brandão (1999) como uma informação que foi trabalhada por um profissional especial, o jornalista, que imprime sua individualidade em um texto característico e repleto de significados.

De acordo com essa linha de argumentação, a notícia coloca-se muito acima da organização de informações e dados, identificando-se com a “noção de opinião, de crítica, de registro de um fato, mas não de redutor de incerteza. Notícia é fato polemizado” (BRANDÃO, 1999, p.106). Nessa leitura, o pressuposto que nos parece colocado é que a mediação do jornalista ou os sinais de sua marca desaparecem nos serviços de informação em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, reservando-se aos veículos tradicionais, como os produtos impressos, a primazia do domínio jornalístico – uma perspectiva que consideramos pouco condizente com a dimensão dos processos envolvidos nesse contexto.

Além disso, as definições sobre as características da notícia adotadas por Brandão (1999) diferem fundamentalmente da clássica categorização consagrada por José Marques de Melo (1994) sobre os gêneros jornalísticos, que insere a notícia justamente no campo do relato dos fatos, na categoria informativa, enquanto a opinião e os comentários, com sua carga de nuances e complexidade, estão enquadrados na categoria do jornalismo opinativo. São discrepâncias detalhadas na abordagem sobre gêneros jornalísticos nos serviços de informação em fluxo contínuo, no capítulo teórico e metodológico. Ao se trabalhar os conceitos com maior exatidão, abre-se a perspectiva de obter dessas classificações conclusões úteis para analisar a prática jornalística e as mudanças estruturais que a permeiam.

O impacto inicial dos produtos de informação em fluxo contínuo foi captado em cheio pelo trabalho de Brandão (1999), particularmente no cenário de Brasília, onde a autora desenvolveu a maior parte da sua pesquisa. É importante reiterar que esses serviços antecederam, em alguns anos, a disseminação mais ampla de sites jornalísticos generalistas na internet. Na altura dos anos 1990, tornaram-se quase sinônimo de mídia on-line no panorama brasileiro, mesmo que os meios de transmissão utilizados nos primeiros anos de existência do serviço *Broadcast* estivessem fora da grande rede e conferissem um papel residual à internet. Adghirni (2001, p. 5) confirma essa premissa ao indicar que, no início dos anos 1990, “eram as agências exclusivas para assinantes, especializadas em notícias econômicas, que davam as cartas”. Depois, segundo ela, “com a ‘democratização’ da Internet e a criação do sistema *www*, praticamente todos os jornais do País passaram a ter edições on-line de seus veículos”.

Na análise de Brandão (1999, p.122), os atores políticos foram “confrontados com a transparência abusiva da instantaneidade da informação que interferiu no *timing* da política,

nos jogos de cena e no uso da mídia para a construção do espaço retórico, sempre tão indispensável às decisões políticas”. Indispensável também, segundo ela, ao trabalho jornalístico “enquanto prática e conjunto de crenças”.

A cultura política, que é o dia-a-dia do jornalismo brasileiro, está mudando tão radicalmente quanto o mercado financeiro. As decisões, declarações, o jogo da retórica que estava baseado no correr do tempo, um indicador de tendências e do clima político, enfrenta agora a irreverente invasão de um repórter com dois microfones: o do gravador, que garante a segurança do repórter e a insegurança da autoridade, e o do celular que conectado com a redação da agência amplifica imediatamente qualquer declaração para os principais centros do poder, com repercussões imediatas nos dois mercados: político e financeiro (BRANDÃO, 1999, p. 129).

A estranheza e rejeição provocadas pela irrupção da prática jornalística em tempo real no centro do poder, na capital da República, foram testemunhadas por mim na cobertura de eventos econômicos nos anos 1990, como editora do *InvestNews*, serviço de informação em fluxo contínuo da *Gazeta Mercantil*, então o principal jornal econômico do Brasil, e posteriormente na *Agência Estado*. Em entrevista a Jaqueline de Paiva e Silva, autora da dissertação de mestrado *A Broadcast, o Mercado Financeiro e a Cobertura da Economia da Grande Imprensa*, defendida em 2002, analisei que o governo federal estava acostumado a reagir aos acontecimentos em um ciclo de vinte e quatro horas ou mais, próprio dos produtos impressos. “O fato acontecia, era noticiado e só então o governo começava a preparar a resposta”, afirmei. O tempo real colocou em xeque as estratégias oficiais de comunicação, que considerei “velhas e ineficientes” (SILVA, 2002, p. 40).

O testemunho mais emblemático sobre esse período, e que aparece tanto na tese de doutorado de Brandão (1999) como na dissertação de mestrado de Silva (2002), é o do jornalista Sandro Vaia, que foi diretor de Informação da *Agência Estado*, no período pioneiro de implantação do serviço *Broadcast* e de outros produtos gestados para o universo digital. Em entrevistas concedidas às autoras dos estudos acadêmicos e em artigo publicado pela *Associação Brasileira de Imprensa* e pela *Associação Brasileira de Anunciantes*, em data não especificada, conforme as referências fornecidas por Brandão, Vaia comentou que o ciclo da notícia deixou de ter hora e que essa realidade provocou reações de perplexidade. O artigo de Vaia foi distribuído internamente na *AE* em 22 de setembro de 1997, em versão a que tivemos acesso e que adotaremos como referência neste trabalho<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> O próprio autor, consultado por mim em setembro de 2014, não soube precisar a data completa da publicação original.

De qualquer maneira, trata-se de um texto, intitulado *A Notícia Instantânea*, que se enquadra no período histórico da primeira fase de funcionamento do *Broadcast* e que capta as reações ao inesperado e novo ator no cenário da mídia e do poder: o tempo real. No caso dos jornalistas, muitos deles oriundos do jornal impresso, o impacto no modo de atuar foi anotado por Vaia (1997, p. 4): “Deixaram de escrever para a glória, para escrever para mercados. Tornaram-se utilitários, mais objetivos. Tiveram que apurar a sua linguagem, depurá-la de pretensões literárias”. No campo político, a novidade que se infiltrou nos espaços e nas temporalidades da cobertura jornalística foi igualmente relevante.

No começo, houve algumas perplexidades. O ministro das Comunicações, Sérgio Motta, não se conformava que as suas observações sobre a *masturbação sociológica*, feitas em *petit comité* a uma audiência seleta de políticos, viessem a público de maneira tão rápida e surpreendente, a ponto de provocar uma resposta imediata de seu chefe, o presidente da República, informado da infeliz frase durante uma viagem a Nova York. Correndo atrás do prejuízo, Motta chegou a sugerir ao diretor regional da Agência Estado que *esse tal de tempo real tinha que ser proibido* (VAIA, 1997, p. 4).

Outro exemplo citado por Vaia (1997) foi a crise que envolveu o então líder do governo, deputado Luis Eduardo Magalhães, que jogou seu lance de renúncia sobre a mesa do presidente da República para forçar uma repreensão pública ao mesmo ministro Sérgio Motta, por uma entrevista considerada impertinente. Entre a eclosão e o desfecho da crise, acompanhada de perto pela cobertura em tempo real do *Broadcast*, não se passaram mais do que duas horas. Um ritmo político e midiático muito diferente do que ocorria na etapa em que os jornais impressos predominavam: “Os esgrimistas tinham que obedecer a cadência dos jornais diários para tornar públicas as suas estocadas. Num dia a renúncia, no outro dia o anúncio das negociações, no dia seguinte um acordo próximo. No último dia, o anúncio do acordo e o fim da crise” (VAIA, 1997, p. 5).

Na era digital que o *Broadcast* praticamente inaugurava em Brasília, o xeque-mate de duas horas transcorreu entre a divulgação da primeira notícia na plataforma sobre a renúncia de Magalhães, que teve forte impacto negativo nos mercados financeiros, e a nota oficial do Palácio do Planalto para confirmar a permanência do líder do governo, depois de céleres negociações conduzidas no meio tempo. Essa nova dinâmica preconizava mudanças que se acentuariam no decorrer dos anos seguintes.

No contexto anterior ao funcionamento dos serviços de cobertura em tempo real e de informação em fluxo contínuo, “o mercado financeiro era uma comunidade muito concentrada, carente de comunicação e infraestrutura, fortemente influenciada pela ‘indústria do boato’”, como descreveu a analista de mercado da *AE* Ione Amorim, em entrevista

concedida a Silva (2002, p. 27). Esse conjunto de mudanças foi resumido por Vaia no artigo mencionado sobre o tema:

As transformações provocadas pelo exercício do jornalismo instantâneo focado em segmentos profissionais atingem todos: o mercado, obrigado a abandonar práticas pouco transparentes; os atores políticos, obrigados a medir o *timing* e o alcance de suas palavras; as autoridades financeiras, obrigadas a administrar com extremo zelo e cautela o anúncio de medidas importantes; os jornalistas, obrigados a aprofundar seus conhecimentos e a saber, por exemplo, que, numa economia globalizada, numa determinada circunstância, a oscilação do valor do *bath* tailandês pode ser a mais importante das notícias para aquele seu leitor específico (VAIA, 1997, p. 5).

A visão de Silva (2002) ao analisar a etapa inicial das transformações acarretadas pela atuação do *Broadcast*, alicerçada na tradição do *Grupo Estado* no jornalismo econômico, voltou-se para a estruturação de um espaço público diferenciado para o diálogo entre o mercado financeiro e o governo, considerado como o poder executivo federal. “O capital financeiro, principalmente o de curto prazo e especulativo, acostumado a se movimentar à primeira ameaça de instabilidade, logo percebeu as possibilidades do espaço privilegiado a que a *Broadcast* se propunha a ser” (2002, p. 19). O governo, que a princípio resistia a dialogar nesse âmbito, segundo sua percepção, “acabou descobrindo que não poderia ficar mudo em tal esfera. Começou, então, a utilizá-lo quando precisava acalmar, informar sobre decisões, medir forças e até dar sinais de alteração ou manutenção de suas políticas para o mercado” (2002, p. 19).

O levantamento minucioso feito por Silva (2002) na pesquisa de campo recaiu sobre os conteúdos editoriais do *Broadcast* e de outros veículos do *Grupo Estado* – o site noticioso mantido então no domínio *ageestado.com.br* e o jornal impresso *O Estado de S. Paulo* – estendendo-se também para veículos de informação de diferentes grupos empresariais da mídia brasileira. O objetivo foi demonstrar “como os interesses do mercado financeiro se tornaram preponderantes na cobertura de temas econômicos de grande parte da imprensa brasileira, principalmente no noticiário produzido a partir de Brasília” (2002, p. 6). A pesquisadora procurou detectar a construção da hegemonia do setor financeiro na mídia, situando nas “agências em tempo real”, com destaque para o *Broadcast*, “uma influência considerável na falta do olhar social e no privilégio dado à visão técnica de temas importantes para a sociedade, que são a política e a economia” (2002, p. 6).

O rastreamento das notícias geradas originalmente no *Broadcast*, definidas como uma “informação-produto” pelas características utilitárias e pelo público a que se destina, levou a pesquisadora a constatar que “outros veículos, com públicos que não necessitam desta

informação para tomar decisões financeiras, acabam por consumi-la com o mesmo tom e abordagem do mercado financeiro” (SILVA, 2002, p. 80). A cadeia de transmissão dos conteúdos afeitos ao mercado financeiro, segundo o roteiro traçado, partia do *Broadcast* para o site *agestado.com.br*, passava pelo jornal impresso *O Estado de S. Paulo* e chegava aos serviços noticiosos da *Agência Estado* vendidos para veículos de terceiros, o que permitia alcançar a mídia regional. Por fim, jornais que estavam ausentes desse circuito de agendamento, como *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *Jornal do Brasil*, também teriam sofrido “enorme influência do mercado financeiro em sua cobertura” (SILVA, 2002, p. 167).

A moldura teórica adotada por Silva foram os estudos de *agenda setting*, que preconizam a influência da mídia no agendamento de temas de discussão pública e de interações do cotidiano, a ponto de a sociedade tender a incluir ou excluir do debate “os temas que a mídia inclui ou exclui do seu próprio sistema de seleção de assuntos”, conforme a definição de Luiz Martins da Silva (2007, p. 86). No trabalho de dissertação de Mestrado, Jaqueline Silva busca também a noção de enquadramento, considerando-a mais direcionada e com maior influência que o agendamento, com base “nos padrões de interpretação e seleção que dariam uma imagem ao assunto e que revelariam implicitamente metáforas, seleções, descrições e outros dispositivos simbólicos” (2002, p. 60). O *Broadcast*, segundo sua visão, atuaria tanto no agendamento dos temas de interesse do mercado financeiro como no enquadramento desses temas sob a mesma ótica, influenciando outros veículos de comunicação a reproduzirem perspectivas mais favoráveis às demandas do sistema financeiro.

Estudioso da teoria de *agenda setting*, Luiz Martins da Silva lembra a necessidade de se repensar a validade e a atualidade do conceito de agendamento, mais de quatro décadas depois de sua formulação. Em texto publicado em 2007, ele procurou fundamentar a possibilidade de transmutar o público “de uma condição de reles massa de manobra à de sujeito capaz de produzir sentidos midiáticos sob um novo primado, o de que numa sociedade democrática e plural há também uma constelação de sujeitos coletivos e de respectivos lugares de fala” (2007, p. 84). A proposta de Luiz Martins da Silva não significa que ele invalide os pressupostos teóricos tradicionais e sim que defende a existência de outra agenda, que denomina de “contra-agendamento”.

A sua hipótese é que a sociedade também tem suas pautas – destacadas no plural – e busca incluí-las na mídia e na esfera pública. O contra-agendamento abrange um conjunto de atuações, “que passam, estrategicamente, pela publicação de conteúdos na mídia” (2007, p. 85) e certamente não se esgotam nessa etapa. Martins da Silva explica que “o agendamento pode partir da sociedade para a mídia” (2007, p.84), o que significa o reverso do

entendimento do processo comunicacional como uma “produção de efeitos” a partir de um emissor sobre uma “audiência massiva” (2007, p. 84). A discussão, no entanto, foge ao escopo deste trabalho, cabendo apenas indicar a existência de uma abordagem teórica mais ampla do que a proposta em relação ao papel do *Broadcast* no agendamento e enquadramento dos temas financeiros na mídia.

O livro de autoria de Paula Pulitti publicado em 2013, com o título *O juro da notícia – Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro*, resultado da tese de Doutorado defendida em 2009, na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), retoma o fio condutor do trabalho de Silva sobre a hegemonia do setor financeiro na mídia. O conceito de “financeirização” que norteia o seu trabalho significa “o predomínio de temas do neoliberalismo financeiro e de fontes ligadas a ele no noticiário econômico” (2013, p. 21). A dimensão do conceito que adota “embute a ideologia do neoliberalismo financeiro, o que se traduz em privatizações, desregulamentação, reformas e rigidez fiscal”. No noticiário, “esses temas aparecem como sendo os mais importantes e fundamentais da agenda econômica nacional” (2013, p. 21).

Pulitti apontou uma série de estratégias comunicacionais utilizadas pelo sistema financeiro para construir o espaço preponderante que teria passado a ocupar no noticiário, entre as quais destaca, com especial ênfase, o papel dos departamentos de economia dos bancos no relacionamento entre economistas e jornalistas. A função primordial desses departamentos é elaborar análises para clientes pagantes e setores das próprias instituições financeiras, mas 82% enviam esse mesmo material de forma gratuita para os jornalistas, segundo o seu levantamento. “Isso denota uma função comunicacional, pois o relatório chega aos jornalistas mesmo sem ter sido solicitado”, afirma (2013, p. 198). O resultado concreto é que os jornalistas, de acordo com o comportamento indicado por Pulitti, teriam se acomodado a essa oferta de material analítico preparado pelos especialistas dos bancos e se acostumado a ouvir “sempre as mesmas fontes” (2013, p. 198).

Na configuração delineada por Pulitti, os produtos de informação em fluxo contínuo e cobertura em tempo real, especialmente o *Broadcast*, têm seu papel destacado, embora o foco da pesquisa empírica tenham sido os jornais impressos *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*. No panorama internacional, Pulitti situa os jornais *Financial Times* (Reino Unido), *The Wall Street Journal* (Estados Unidos) e a revista britânica *The Economist* como órgãos de imprensa centrais no movimento de financeirização da mídia global, com base no estudo de Furtado (2000). Maior efeito ainda nessa modelagem, segundo a autora, tiveram as agências noticiosas que investiram pesadamente em “tecnologias que permitissem os agentes

econômicos acompanhar mais agilmente o ambiente de cada moeda, taxas de juros e de inflação” (PULITTI, 2013, p. 95), na esteira no crescimento exponencial do mercado desregulado do eurodólar, na década de 1970.

As empresas norte-americanas *Dow Jones* e *Bloomberg* e mais a britânica *Reuters* foram os principais atores nesse processo, que tem como marco no Brasil a atuação do *Broadcast*, da *Agência Estado*, como cita Pulitti (2013, p. 95): “Os noticiários eletrônicos em tempo real, criados para atender às necessidades do mercado financeiro, se configuraram como um lucrativo mercado para algumas das tradicionais agências noticiosas”. Adghirni (2001) também esboça o contexto histórico que caracterizou o surgimento no cenário brasileiro dos serviços de fluxo contínuo voltados para o mercado financeiro no Brasil:

A adoção das tecnologias da informação e comunicação, com um sentido operacional voltado para o mercado, bem como a visão comercial do jornal como usina de informação, causaram uma transformação no jornalismo brasileiro de grandes proporções (2001, p. 4).

A influência da Universidade de Navarra, da Espanha, nesse processo de transformação experimentado no Brasil, a partir do final da década de 1980, foi decisiva, na avaliação de Adghirni (2001, p. 4). Os professores de Navarra prestaram consultoria a alguns dos principais veículos de mídia no País, introduzindo a noção de “usina de informação”, que se desdobraria em uma gama diversificada de produtos destinados a diversos públicos e objetivos. “Segundo essa concepção, os jornais seriam ‘informadutos’, espécie de canais de informação que irrigam o tecido social assim como os gasodutos de oleodutos abastecem a cidade de energia”. É nesse contexto que se identifica o *boom* dos serviços especializados para o mercado financeiro, inspirados no modelo pioneiro desenvolvido pela *Reuters*. “Começa a surgir uma nova técnica jornalística que é necessária para produzir a informação em tempo real e a informação *on-line*, uma notícia muito curta, cujo valor está na atualidade que, por sua vez, é medida em segundos”.

A ênfase na velocidade da produção jornalística é o ponto central do trabalho de Sylvia Moretzsohn, publicado em 2002, com o título *Jornalismo em “tempo real” – O fetiche da velocidade*. Moretzsohn considera a era do tempo real na mídia responsável por mudanças profundas no jornalismo, atendo-se à visão de que a velocidade configura uma ideologia, fundamentada no conceito marxista de fetichismo da mercadoria. “A velocidade é consumida como fetiche, pois ‘chegar na frente’ torna-se mais importante do que ‘dizer a verdade’: a estrutura da empresa jornalística está montada para atender a essa lógica” (2002, p. 120),

afirmou. A autora se valeu dos conceitos de Harvey (1996) para identificar a aceleração do tempo com a própria lógica do capital. Assim, acelera-se o ritmo dos processos econômicos e, em consequência, da vida social, com o jornalismo inserido “nessa engrenagem que alimenta a volatilidade” (MORETZSOHN, 2002, p. 27).

Na discussão da temporalidade, Moretzsohn reserva críticas contundentes à análise de Castells (2013) de que as tecnologias da informação e a estrutura da sociedade em rede permitem a fuga da cultura do relógio e representam a libertação do capital em relação ao tempo. Para a autora, “a desregulamentação e a flexibilidade atuais não representam libertação alguma, apenas uma nova forma de lidar com o tempo para ‘economizá-lo’ e daí extrair mais-valia” (2002, p. 39). Da mesma maneira, a visão de que é possível escapar da cultura do relógio “esconde um novo e invisível aprisionamento”. Por trás da fluidez da sociedade em rede e da indistinção formal entre os tempos de trabalho e lazer, está o “trabalhador em tempo integral”.

Moretzsohn (2002) cita Ignacio Ramonet e a sua interpretação da internet como a nova utopia tecnológica capaz de interligar o mundo com informações em tempo real e fluxo contínuo, nos mesmos moldes da operação do mercado financeiro. “O tempo do mercado financeiro dita a regra que pode ser sintetizada na expressão *rush or perish* – a rapidez é a condição da sobrevivência sem que, entretanto, se saiba em que sentido é preciso ser rápido” (2002, p. 128). A partir do foco na aceleração da produção jornalística, Moretzsohn cita a época em que cenas antológicas do cinema retratavam as salas enfumaçadas onde se reuniam jornalistas às voltas com jogos de cartas, até que uma nova informação os sacudisse e os lançasse ao telefone para contar versões sensacionais dos fatos, que iriam ganhar vida em edições extras dos jornais impressos.

“É em torno dessa ideia de dinamismo que a imagem da atividade jornalística se constrói: meninos jornaleiros saem às ruas apregoando edições extras, vinhetas alertam o espectador para o bombardeio de imagens”, descreve Moretzshon. “Notícias de última hora: tudo é urgência. É a ideologia da velocidade e do progresso” (2002, p.46). A própria imagem da mídia associada às rotativas que trabalhavam em ritmo frenético nos filmes de gângsteres dos anos 1930, entre outros elementos, ajudaria a manter o fetiche da velocidade. Nessa perspectiva histórica, a autora considera que o tempo real radicaliza a corrida contra o tempo que sempre marcou a profissão jornalística. Mais do que isso, ela enxerga um processo de banalização da informação em tempo real, que carregaria em sua gênese a eliminação do controle da qualidade na produção das notícias veiculadas.



Essas considerações indicam que as contradições entre, de um lado, uma estrutura que favorece a precipitação e a aposta em “prognósticos” como valor de atualidade e, de outro, o respeito a regras que exigem um distanciamento (e, portanto, alguma desaceleração) para a apuração rigorosa da notícia, é tão antiga quanto a própria constituição da imprensa como atividade industrial. Agora, na era do “tempo real”, essas contradições tendem a se agravar, e a se “resolver” pela eliminação de um dos termos do problema - a necessidade de veicular informações corretas e contextualizadas -, pois “qualquer explicação serve” para sustentar a notícia transmitida instantaneamente (MORETZSOHN, 2002, p. 128).

A noção de que os serviços de informação em fluxo contínuo, com cobertura em tempo real, tenham eliminado o braço que sustenta a veiculação de informações corretas e contextualizadas e apostado apenas na velocidade como valor de consumo nos parece inadequada e desprovida de elementos suficientes de comprovação. Consideramos mais pertinente a colocação da própria Moretzsohn (2002) de que, a subordinar-se apenas à instantaneidade, o jornalismo estaria condenado a desaparecer, pois seria incapaz de realizar o trabalho de análise “que é a sua razão de ser” (2002, p. 178). A autora também busca distinguir entre o instantâneo e o efêmero, defendendo a necessidade de que os meios sujeitos ao “imediatismo” estejam submetidos ao mesmo compromisso com a precisão, pois “informar com rapidez não pode ser igual a desinformar” (2002, p. 178).

A discussão sobre a relação entre rapidez e precisão, ou imprecisão, é instigante e pertinente aos propósitos dessa dissertação. Jorge (2013) cita a obra de Moretzsohn em sua menção a uma das máximas do jornalismo norte-americano na competição pelas notícias: *Get it first, but first get it right* (consiga primeiro, mas, primeiro, consiga certo). “No meio *on-line*, a preocupação, para muitos, ainda hoje, resume-se em conseguir primeiro as notícias, ainda que isso esteja longe do ideal de perfeição e qualidade e provoque erros” (JORGE, 2013, p. 28-29). Adghirni (2001) cita o livro *Journalistes Précaires*, publicado em 1998 sob a direção de Alain Accardo, para mencionar o processo de “precarização” que atinge as empresas jornalísticas cada vez mais submetidas à lei do mercado, com efeitos considerados desastrosos para os profissionais, o que se reflete na qualidade da informação. “De fato, os riscos de erros devido à velocidade são grandes. E podem custar o próprio emprego do jornalista”, afirmou a pesquisadora (2001, p. 6).

A apuração rigorosa da informação, uma das tarefas fundamentais do jornalismo, estaria posta em plano secundário, também na visão de Franciscato (2005), diante do fenômeno do jornalismo em tempo real, que se aproxima dramaticamente da meta de instantaneidade e utiliza o “instante” como ordenador temático. O mesmo autor avalia que a exiguidade temporal do jornalismo em tempo real, atrelada ao fluxo contínuo de produção e veiculação de notícias, reduz drasticamente o tempo de edição, dificultando “conexões e

contextualizações mais ricas e complexas” (2005, p. 244-245). Essa caracterização é fundamental para a discussão que propomos sobre a geração de conteúdos analíticos e contextualizados nos produtos de informação em fluxo contínuo com coberturas em tempo real.

A exemplo de outros autores, Moretzsohn (2002, p. 178) defende que o jornal impresso deveria assumir “como pressuposto” o trabalho de análise, “deixando a informação imediata a cargo dos meios tecnicamente mais preparados para isso”. A ressalva da autora é que não se trata simplesmente “de revalorizar o potencial analítico do jornalismo impresso, condenando os outros meios à suspeição do ‘imediatismo’ mistificador e sujeito ao erro, como se a superficialidade fosse uma característica da linguagem desses meios”. Como a própria autora traduz, “isto seria considerar que, afinal, o jornalismo impresso é o único digno de levar o nome dessa atividade”, uma percepção que enxergamos difusa em muitas das críticas perpetradas contra o jornalismo digital. De alguma maneira, apesar da ressalva, avaliamos a divisão proposta entre jornalismo analítico, que estaria reservado ao campo impresso, e o jornalismo informativo, que melhor se abrigaria nos meios digitais, como redutora de uma realidade mais complexa e multifacetada.

### **2.3. Múltiplas temporalidades**

“Trabalhar com o tempo ou contra o tempo representa um dos maiores desafios tanto para os jornalistas profissionais como para os pesquisadores em jornalismo”, destacam Adghirni e Moraes (2010, p. 237) no texto que dedicaram ao tema. A relação com o tempo, lembram as autoras, foi uma das primeiras questões trazidas a debate com o surgimento da internet. A dimensão conferida ao fenômeno é fornecida pela referência à pesquisadora francesa Roselyne Ryngoot (2002), que considera as representações temporais uma das grandes revoluções da imprensa on-line. Na nossa abordagem, os serviços de informação pesquisados se inserem no conceito de imprensa on-line, em rede, mesmo que possam se valer de conexões alternativas à internet. Daí a importância que conferimos às reflexões mais abrangentes sobre o jornalismo digital, com as ressalvas pontuais que fazemos às especificidades assumidas pelos produtos de fluxo contínuo para os mercados financeiros e corporativos.

Os dois aspectos considerados fundamentais na relação de temporalidade entre o jornalismo impresso e o digital, de volta à Ryngoot, são a periodicidade e a historicidade.

Essas dimensões se reorganizam em uma nova forma de temporalidade midiática, denominada de informação permanente, que Adghirni e Moraes (2010) preferem nominar como informação em fluxo contínuo – conceito que abordaremos de forma mais detalhada. O que nos interessa, nesse ponto, é aprofundar a discussão sobre as marcas temporais do jornalismo digital. Nesse sentido, o conceito de informação permanente de que se vale Ryngoot pode ser considerado uma inovação “que corresponde à hibridização de temporalidades permitida pela reutilização de enunciados, o que, contra toda ordem normal dos valores-notícias, coloca as informações de arquivos (ou o banco de dados) no mesmo nível das notícias” (ADGHIRNI; MORAES, 2010, p. 238).

A noção de periodicidade está enraizada no funcionamento do jornalismo e condiciona a relação do público com a mídia, destacam as autoras. A divisão em categorias temporais – como publicações diárias, semanais, mensais, entre outras – está presente no imaginário do público. A periodicidade também participa do processo de mercantilização da informação, condicionando a segmentação de produtos, a organização profissional, assim como a própria cultura da empresa jornalística e a identidade profissional do jornalista. É de grande magnitude, portanto, considerar, como fazem Adghirni e Moraes (2010), que a internet – ou a mídia digital, como também adotamos – inaugura uma nova temporalidade, situada entre o efêmero (tempo real) e a estocagem, entendida como “arquivo de velhas matérias guardadas para consulta posterior, muitas vezes mediante pagamento, ou em forma de banco de dados atualizados regularmente pelos documentaristas das empresas” (2010, p. 240).

As duas autoras recorrem a outro pesquisador francês, Bruno Patino, para pontuar que a internet não é apenas a mídia da instantaneidade, mas também a mídia da memória, na medida em que os sites são consultados para a recuperação de notícias que não foram acompanhadas no instante em que os acontecimentos transcorriam. Isso se traduz pela possibilidade de consulta a conteúdos diversos, exemplificados como arquivos recapitulativos, cronologias, bibliografias, entre outros. Trata-se de uma realidade que se torna possível “graças ao espaço infinito disponibilizado pela rede”, assim como “significa a ausência de limites físicos (paginação na mídia impressa, tempo cronometrado no rádio e televisão)” (2010, p. 240). A conclusão importante para o nosso trabalho é que a mídia internet comporta a apresentação de matérias de dupla temporalidade: “instantânea e recapitulativa (fluxo e indexação)”.

É oportuno revisitar os conceitos de Castells (2013) para aprofundar ainda mais a abordagem sobre as diferentes temporalidades que coexistem na mídia digital. O conceito do “tempo intemporal” do autor remete à mistura de tempos na mídia dentro do mesmo canal de

comunicação, que está à disposição do usuário e receptivo aos seus impulsos interativos. Cria-se “uma colagem temporal em que não apenas se misturam gêneros, mas seus tempos síncronos em um horizonte aberto, sem começo, nem fim, nem sequência” (CASTELLS, 2013, p. 554). A conclusão do autor é que a intemporalidade do hipertexto significa uma característica decisiva de nossa cultura. Esse enquadramento nos parece diferir da abordagem de Adghirni e Moraes (2010) de identificar com clareza duas temporalidades na mídia digital, que convivem no mesmo espaço de fluxos, mas assumem características marcadamente diferentes — entre o efêmero ou instantâneo e a memória.

Franciscato (2005) problematiza diretamente a presunção de Castells ao decompor o seu conceito de tempo intemporal em duas ordens distintas de fenômenos. O primeiro é decorrente da instantaneidade de transmissão de informações, por meio da estrutura de redes e da interatividade dos atores individuais e institucionais. O segundo fenômeno seria o rompimento da sequencialidade da leitura, por meio de recursos de construção textual como o hipertexto, que Jorge (2013, p. 38) define como “meio de organizar material relacionado por um sistema de referências cruzadas”, acionado por ligações ou vínculos entre os textos<sup>8</sup>. No primeiro fenômeno, o da instantaneidade, Franciscato enxerga uma clara afirmação do tempo presente como o tempo da interação. Porém, contesta que o segundo aspecto, ao possibilitar o rompimento de um padrão de temporalidade linear das sequências, crie o tempo indiferenciado que sustenta o conceito de Castells de tempo intemporal, identificado com a eternidade.

Mais apropriado, na visão de Franciscato (2005), seria considerar que essa quebra da linearidade possa gerar a confusão sistêmica na ordem sequencial dos fenômenos a que se refere Castells (2013). Mesmo assim, destaca que esses fenômenos somente serão destituídos de sua temporalidade original, como no exemplo da temporalidade impregnada nos eventos jornalísticos, “se a confusão se estender ao leitor, à sua eventual incapacidade de ordenar racional e causalmente a colagem de eventos ‘hipertextuais’ que construirá” (2013, p. 202). A conclusão de Franciscato é um ponto-chave para o nosso estudo:

Consideramos, isto sim, que esta reordenação de textos e conteúdos possibilita ao leitor uma pluralidade de tempos sociais ou pelo menos experimentar os tempos sociais existentes de uma forma singular e criativa, inserindo-os dentro de uma nova lógica, mais particular sua e não imposta pelo produtor, o que não significaria

---

<sup>8</sup> “Hipertextualidade é a característica que dá nome ao hipertexto e se refere à capacidade de os textos se unirem em vínculos e serem recuperados a um comando do mouse ou do teclado. Os vínculos criados entre os hipertextos são denominados hipervínculos, *hyperlinks* ou simplesmente *links*, laços ou enlaces” (JORGE, 2013, p. 61).

necessariamente uma anulação da temporalidade conforme a expressão “tempo intemporal” induz (FRANCISCATO, 2005, p. 202).

O que Franciscato (2005) sustenta, portanto, é que a mídia digital oferece aos que acessam os seus conteúdos uma pluralidade de tempos sociais e não a intemporalidade conceituada por Castells (2013). “A mídia não impõe uma única temporalidade, embora seus ritmos, acelerações e ênfases induzam, muitas vezes, os ritmos de diversos grupos sociais ou da sociedade como um todo”, reafirma mais à frente (2005, p. 222). Ele ainda acrescenta que a mídia também opera com uma multiplicidade de temporalidades, “construindo diferentes relações temporais de acordo com os gêneros midiáticos produzidos e os suportes utilizados” (2005, p. 222).

A possibilidade de experimentar uma variedade de tempos sociais de forma singular e criativa, como prevê Franciscato (2005), é particularmente enriquecedora para a visão que buscamos sobre os produtos informativos em fluxo contínuo. Destaca-se também em sua abordagem a perspectiva de que o receptor da informação possa escapar da lógica imposta pelo produtor do conteúdo na mídia digital, buscando uma nova lógica, mais particular. A referência aos gêneros que se estabelecem na mídia, especialmente no jornalismo, é central para o enfoque que propomos neste trabalho, que procurou extrair das diferentes classificações de categorias e gêneros a indicação temporal operada pelos produtos de informação em fluxo contínuo. A nova temporalidade que caracteriza a mídia digital torna-se, nesse ângulo, uma experiência menos asfixiante e mais plena de possibilidades e sentidos.

A reestruturação baseada nos fluxos de informação em rede tem repercussão direta no tecido social, como preconiza Franciscato (2005). É nesse contexto que se torna tecnológica e socialmente possível falar-se em tempo real, um fenômeno que o autor identifica com formas e tensões próprias. “O jornalismo que opera em uma dimensão de tempo real se defronta com a possibilidade de romper práticas tradicionais tanto na produção quanto na circulação de seu produto” (2005, p. 165). Ressalte-se, mais uma vez, que a busca por um ritmo de produção jornalística mais veloz está presente na história do jornalismo como um de seus eixos estruturantes, como indicam os autores consultados. Em outras palavras, a aceleração da temporalidade operada pelo jornalismo é perceptível ao longo de sua história, afetando o seu modo de produção, circulação e consumo. Traquina (2004) é um dos autores que atestam essa trajetória:

A obsessão pelos fatos acompanhou uma crescente obsessão com o tempo e uma maior orientação por parte da imprensa para os acontecimentos. O impacto

tecnológico marcou o jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas-de-fechamento, permitindo a realização de um valor central na cultura jornalística – o imediatismo. De novas edições dos jornais no mesmo dia à quebra da programação televisiva anunciada com boletins, novos avanços tecnológicos nas últimas décadas do século XX tornaram possível, de longa distância, atingir o cúmulo do imediatismo – *a transmissão direta do acontecimento* (TRAQUINA, 2004, p. 53).

É sob impacto da tecnologia da informação e da organização da sociedade em rede que Franciscato (2005) busca uma rediscussão dos fenômenos temporais que constituíram o processo de formação histórica do jornalismo. O autor propõe cinco categorias descritivas que, no seu conjunto, compõem o fenômeno complexo que ele denomina de atualidade jornalística: “instantaneidade”, “simultaneidade”, “periodicidade”, “novidade” e “revelação pública”. Em todas essas categorias, ele destaca que o jornalismo opera um tipo específico de temporalidade, embora inserido num contexto social, econômico, política e cultural mais amplo. Enfeixadas no conceito de atualidade jornalística, as categorias descritivas guardam relação estreita com os produtos informativos em fluxo contínuo. Embora tenhamos revisto algumas dessas categorias à luz dos estudos de outros pesquisadores, e do próprio Franciscato, parece-nos oportuno abordá-las agora de forma mais sistemática.

### **2.3.1. Simultaneidade**

A experiência de simultaneidade proporcionada pelo surgimento do telégrafo e do telefone, no século XIX, trouxe a novidade do estabelecimento da comunicação com um segundo espaço físico, criando a sensação de se ter acesso ou estar presente em dois ou mais locais ao mesmo tempo. A partir dessas referências históricas, Franciscato (2005) volta-se para o contexto contemporâneo em que as inovações tecnológicas criam novas possibilidades de interações sociais. “A mudança estrutural da sociedade com a formação das redes de comunicação e de troca de dados multiplicou inúmeras vezes a experiência incipiente de simultaneidade alcançada pelo telégrafo e o telefone” (2005, p. 213). Na sua visão, a ampliação das possibilidades de relações simultâneas estimula a construção de um sentido mais plural da temporalidade:

Se há um aumento de conexões que um indivíduo estabelece com outros, com instituições ou com eventos diversos relatados e transmitidos por profissionais da mídia, o seu sentido de tempo presente construído nas relações sociais se modifica, pois admite a vivência simultânea de uma pluralidade de situações que circulam por

instituições e suportes neste ‘espaço de fluxos’ sugerido por Castells (FRANCISCATO, 2005, p. 215).

O autor busca respaldo também no pensamento de Milton Santos (1977), que diferencia o “tempo das sucessões”, concernente ao fluxo contínuo do tempo e à sucessão dos fenômenos num sentido de sequência, do “tempo das coexistências”, que seria o eixo da simultaneidade. Este seria constituído pelas “diferentes experiências temporais que indivíduos e grupos sociais poderiam ter em seus ambientes particulares, mas com a coincidência de que estas experiências ocorreriam num mesmo momento” (2005, p. 215). Ao aplicar os conceitos de Milton Santos às dimensões de temporalidade da atualidade jornalística, Franciscato (2005) considera plausível deduzir que os grupos sociais na sociedade contemporânea podem ter experiências particulares de tempo e, ainda assim, estarem ligados a um sentido geral e comum de temporalidade, com base na experiência temporal oferecida pela mídia. É na mídia digital que o autor considera possível perceber como o jornalismo opera mais propriamente o tempo das coexistências.

O entendimento de simultaneidade na composição da atualidade jornalística não se limita à concomitância no tempo, mas abrange também a criação ou recriação de formas culturais ou sociais, materiais ou simbólicas que ocorrem num tempo comum. O exemplo histórico da entrada em cena do jornal impresso é um bom parâmetro desse processo carregado de complexidade. “A constituição de um ato de leitura periódica de jornais, seja em regularidade mensal, semanal ou diária, por um público amplo, disperso e fragmentado em nações ocidentais dos séculos XVII a XIX criou um novo laço ou vínculo social” (FRANCISCATO, 2005, p. 131-132). Nos jornais, este ato de leitura se torna mais efetivamente simultâneo com o advento da periodicidade diária, “criando uma cerimônia de leitura executada diária e simultaneamente por milhares de pessoas”.

Além disso, ao ver réplicas exatas do seu jornal sendo consumidas em diferentes locais públicos e privados, o leitor teria a confirmação de que “pertence a uma comunidade imaginária que está visivelmente enraizada na vida cotidiana de uma nação, criando um senso de confiança” ou um “sentido de comunhão” (2005, p. 132). O rádio e a televisão também criaram rituais de simultaneidade com suas comunidades de ouvintes e telespectadores – basta lembrar, no caso do Brasil, os exemplos do noticiário radiofônico *Repórter Esso*, até os anos 1960, ou do *Jornal Nacional* da TV Globo, este ainda válido, embora combatido pela concorrência da internet e das redes sociais. O surgimento do jornalismo on-line dificulta essa “simultaneidade cerimonial” a que se refere Franciscato (2002), na medida em que não

há um ritual de leitura em que a recepção seja executada simultaneamente, no mesmo momento do dia, por uma comunidade de leitores.

No caso dos produtos informativos pesquisados para esta dissertação, no entanto, consideramos válidos os pressupostos da existência de uma relação de simultaneidade entre os usuários desses serviços, que estão mais firmemente atrelados à dimensão da cobertura em tempo real pelas características da dinâmica dos mercados econômico-financeiros a que se vinculam. Esses aspectos levam os usuários a reagir de maneira coletiva às informações, oscilações de cotações e divulgação de indicadores que ocorrem ao longo do dia. Aplicamos também, nesse caso, o conceito de Franciscato (2005) de que a simultaneidade não se resume a um fato mecânico, com hora marcada, e sim que se estende a um conjunto de relações culturais ou sociais, materiais ou simbólicas. Há um forte simbolismo a unir essa comunidade de usuários que se movimenta no tempo dos fluxos de capitais em âmbito global. Vínculos econômicos e sociais, por sua vez, sedimentam essa relação de simultaneidade.

### **2.3.2. Instantaneidade**

O sentido predominante de instantaneidade, empregado por Franciscato (2005) com relação às experiências do jornalismo, refere-se à busca da ausência de intervalo de tempo entre a ocorrência de um evento e sua transmissão até a recepção pelo público. Trata-se de reforçar e qualificar tanto o sentido de imediatismo ou rapidez de uma ação quanto de vinculação de um intervalo ínfimo de tempo – ou de sua virtual inexistência – ao momento presente. Em uma perspectiva histórica, o autor considera mais adequado falar de uma evolução gradativa na velocidade tanto da transmissão e distribuição da notícia quanto nos modos de sua produção. Se o surgimento do telégrafo acelerou o processo de produção da notícia, proporcionando recursos para transmissão instantânea de um ponto a outro, o mesmo não acontecia com as outras etapas do processo de produção e distribuição dos jornais, que não eram alcançadas por idêntica instantaneidade.

Em qualquer perspectiva, o efeito social e cultural dessa aceleração da transmissão foi “fantástico”, segundo ele, para a criação de “um novo sentido de recenticidade e brevidade na produção e no conteúdo jornalístico, assim como para reforçar, no público, seu vínculo com o tempo presente dos eventos em desdobramento” (2005, p. 117). A organização jornalística tratou de enfatizar esses sentidos ao conferir centralidade ao seu compromisso de “superação” da diferença de tempo entre o evento e sua circulação pública na forma de notícia. Essa



superação, no entanto, era apenas parcial e consistia “em crença simbólica de uma impressão de imediatividade da comunicação jornalística” (2005, p. 117). Com as limitações dos recursos tecnológicos disponíveis até as primeiras décadas do século XX, o sentido de instantaneidade se restringia à apresentação de relatos sobre eventos ocorridos algumas horas antes da circulação dos jornais, em sua periodicidade diária ou nas edições extras.

Posteriormente, o rádio e a televisão desenvolveriam formas de transmissão e comunicação ao vivo para superar intervalos de tempo na transmissão e distribuição de notícias. Essas transmissões conseguiam ligar o público com o jornalista ou o desenrolar de eventos, redefinindo o sentido contemporâneo da instantaneidade no jornalismo e introduzindo novos modos de atuação do profissional como mediador social. O movimento de estreitamento do intervalo de tempo entre a ocorrência do evento e sua recepção “era captado pelo público com uma sensação de que o ‘instante presente’ dos eventos não vivenciados diretamente estava cada vez mais próximo do tempo de experiência cotidiana do leitor” (2005, p. 122-123). A surpreendente capacidade de colocar o leitor no “tempo dos eventos” só foi possível, afirma Franciscato (2005), pela constituição histórica da instituição jornalística.

Como fenômeno contemporâneo, a cobertura jornalística ao vivo é uma das dimensões do jornalismo em tempo real, que não se esgota nesse aspecto, embora este caracterize de maneira mais direta a percepção de instantaneidade. A própria dinâmica da produção e edição de conteúdos em fluxo contínuo se insere também na noção de tempo real, como veremos. “Operar em tempo real na mídia significa mais do que a instantaneidade dos conteúdos, mas o estabelecimento de novas linguagens, conteúdos e relações entre os meios e seus públicos”, argumenta Franciscato (2005, p. 238). Na configuração mais ampla da categoria de instantaneidade, “o jornalismo em tempo real busca superar, técnica e concretamente, a defasagem entre o tempo do movimento das coisas do mundo e o tempo da produção jornalística” (2005, p. 240).

Os avanços tecnológicos, como observa o autor, situaram a instantaneidade e a simultaneidade como duas experiências temporais muito próximas e interligadas. De um ponto de vista tecnológico, a simultaneidade depende da transmissão instantânea de informações para se efetivar. Em certo sentido, reconhece Franciscato (2005), “a simultaneidade é uma potencialização das relações de instantaneidade, pois se baseia na tecnologia da instantaneidade para inter-relacionar diferentes atores ou eventos em uma situação de sincronismo” (2005, p. 261). Essa definição nos parece particularmente pertinente aos produtos em fluxo contínuo para os mercados, na medida em que as coberturas em tempo

real, proporcionadas pelas tecnologias de instantaneidade disponíveis, potencializam as relações de simultaneidade, justificando a nossa premissa de que existe um sentido de comunhão, como definiu o autor, no público que acompanha o ritmo desses serviços.

Antes das novas possibilidades abertas pela tecnologia digital, a defasagem entre o tempo de ocorrência do evento e sua publicação era minimizada, em primeiro lugar, pelo compromisso institucionalizado do jornalismo de produzir conteúdos relacionados a uma experiência social do tempo presente. Em segundo lugar, o autor aponta uma prática formal “ligada ao modo expressivo como a atividade jornalística constrói seu discurso visando reafirmar o vínculo do conteúdo com o tempo presente”.

O exemplo citado é o uso do tempo verbal de títulos dos jornais impressos diários, que são conjugados no presente mesmo que o conteúdo da matéria se refira explicitamente ao dia anterior. Esses recursos discursivos também estão presentes no jornalismo em tempo real, que marca os produtos em fluxo contínuo pesquisados, exacerbando a capacidade de colocar o leitor ou usuário no tempo dos eventos. O importante a destacar, nesse ponto, é a concepção de Franciscato de que jornalismo em tempo real não é apenas uma tecnologia de transmissão e que a mediação do jornalista e das organizações subsiste nessa experiência.

Na verdade, o jornalismo em tempo real (e, de certo modo, também o jornalismo “ao vivo”) não é apenas uma tecnologia de transmissão, mas um novo contrato de sentido ou modo de interação, em que evento, jornalista e público agem em simultaneidade. Embora em aparência o jornalismo em tempo real pareça nos colocar, como espectadores, em contato direto com o evento, ele não supera a mediação do jornalista e da organização, tanto nas possibilidades técnicas da produção de conteúdos pelas organizações (recursos de transmissão e edição de som e imagem, por exemplo) quanto no caráter interpretativo do jornalismo ao selecionar conteúdos, linguagens e estabelecer enquadramentos temáticos (FRANCISCATO, 2005, p. 240).

### **2.3.3. Periodicidade**

Adighirni e Moraes (2010) abordaram a periodicidade como uma noção enraizada no funcionamento do jornalismo e um fator de condicionamento na relação do público com a mídia, além da influência no processo de mercantilização dos veículos de comunicação. Nessa perspectiva histórica, Franciscato (2005) menciona que a incipiente organização jornalística dos séculos XVII e XVIII redefiniu e reordenou formas de experimentar socialmente o tempo, ao conduzir sua produção para intervalos temporais regulares e fixos. “A periodicidade

tornou-se um modo de ordenar o tempo social com capacidade não apenas de controle e normatização, mas de criação de formas, práticas e processos sociais materiais ou simbólicos” (2005, p. 142). Nas relações complexas estabelecidas pela periodicidade jornalística, o autor identifica a condução e o estímulo à criação de rotinas e relações de produção internas à organização jornalística.

Com a crescente consolidação de um padrão industrial e de administração racional nas empresas jornalísticas modernas, nos séculos XIX e XX, a periodicidade tornou-se um fator capaz de orientar a aplicação de controles precisos do tempo e das etapas de produção, dentro de um cronograma “rígido e rotinizado” (FRANCISCATO, 2005, p. 143). O autor defende que “entender a periodicidade neste movimento interno à instituição jornalística é perceber de que forma ela conduziu a uma normatização do tempo nas organizações e penetrou nas percepções e formas individuais de uso do tempo pelo repórter”. A periodização condiciona o trabalho jornalístico para a fragmentação dos eventos em unidades temporais cada vez menores, indica o autor, que evita atribuir a esse processo um papel predominantemente negativo. Para ele, apontar “as limitações e constrangimentos da regulação e controle social do tempo sobre a atividade jornalística” (2005, p. 144) faz parte da ênfase necessária para a compreensão de que a periodicidade é parte de um sentido temporal maior operado pelo jornalismo.

O modelo de jornalismo em tempo real, sob um ritmo de atualização contínua, afeta diretamente a periodicidade como manifestação da atualidade jornalística, de acordo com a análise de Franciscato (2005, p. 241): “Oferecer notícias de forma contínua poderia significar que cortes no tempo do evento (...) seriam superados por um relato de movimentos na velocidade do seu surgimento, e não no tempo imposto por *deadlines*”. O jornalismo em tempo real emerge premido pela velocidade das redes eletrônicas e digitais, procurando corresponder “a uma ansiedade pelo instantâneo”, o que poderia indicar uma disposição de romper com estruturas e práticas consolidadas, como a produção periodizada. No entanto, como alerta o autor, a produção contínua surge articulada a determinadas periodizações que parecem habituais ao leitor, mesmo nas mídias eletrônicas e on-line.

O exemplo citado por Franciscato é o das emissoras *all news* de rádio e televisão, em que se nota o enfraquecimento das grades rígidas e compartimentadas da programação. Mesmo assim, “a periodicidade é ainda fragilmente mantida em alguns programas referenciais existentes, como os telejornais principais ou programas jornalísticos temáticos” (2005, p. 242). Na cena midiática em que o autor detecta “uma crescente valorização do tempo real”, modifica-se a relação de periodicidade do leitor com o suporte. A mídia on-line esforça-se

para fornecer informações que revelem sua atuação contínua, adotando marcadores como a informação da hora em que cada notícia foi apurada. Nos produtos pesquisados para esta dissertação, esses marcadores temporais são abundantes, como teremos oportunidade de analisar, assim como se utilizam conteúdos específicos para marcar a periodicidade que subsiste na linha contínua de atualização.

#### **2.3.4. Novidade**

Na composição da atualidade jornalística como dimensão da temporalidade, a categoria de novidade conduz a uma vinculação do “novo” ao tempo presente. Por sua vez, o novo, para Franciscato (2005, p. 156), está inevitavelmente ligado ao “agora”, visto como um incisivo marcador temporal do presente: “Considerar a novidade como parte de uma dimensão temporal do presente implica ver o tempo presente como uma construção social realizada com ferramentas mais concretas, como aquelas aplicadas cotidianamente nas rotinas de produção jornalística”. O jornalismo, segundo ele, fornece “conteúdos e referências temporais para seu público”. Mais do que isso, as ferramentas jornalísticas constroem midiaticamente esse presente, apesar das limitações impostas pelas rotinas, estruturas e práticas. Ainda nessas circunstâncias, “fornecer indicadores que possibilitem à sociedade a apreensão de um sentido de tempo presente é um papel fundamental do jornalismo”.

Para além do sentido operativo que a novidade assume como critério de noticiabilidade, no âmbito dos estudos de *Newsmaking*, destacamos aqui a sua dimensão de temporalidade, conforme a análise de Franciscato (2005). Nesse enfoque, a fragmentação adotada no relato jornalístico da mídia digital procura reforçar o sentido de atualidade dos conteúdos, aplicando recursos discursivos como o uso intensivo de verbos no presente e a marcação do horário da publicação da notícia em frações de minutos – e até de segundos, como é o caso dos serviços em fluxo contínuo e coberturas em tempo real. Essa fragmentação, na visão do autor, poderia reforçar, ao mesmo tempo, a ideia de efemeridade do conteúdo noticioso, acentuando “a sensação de desatualização iminente das notícias” (2005, p. 247).

A ressalva de Franciscato (2005, p. 247) é que “a efemeridade das notícias não é um fator criado pela aceleração da velocidade no jornalismo contemporâneo, mas um fator constituinte deste”. A busca acelerada pelo instantâneo é considerada a expressão de uma construção cultural de valores jornalísticos, que se manifesta, por exemplo, na ambição do jornalista e sua empresa de lutarem para divulgar uma informação antes do concorrente – em

qualquer suporte utilizado. A conclusão de Franciscato (2005) é que o jornalismo on-line não descarta e nem desestrutura boa parte das características “ancestrais e fundantes” já institucionalizadas, mas possibilita à instituição jornalística “desenvolver relações temporais novas do fator ‘novidade’ com outros conteúdos ou fontes de informação” (2005, p. 248)

A exemplo de Adghirni e Moraes (2010), Franciscato (2005) também considera a existência de duas relações de temporalidade no jornalismo em tempo real:

- Uma relação de linearidade do tempo que se desdobra no ritmo do tempo do evento. “Neste caso, marcar a hora de disponibilização da notícia é uma reafirmação da primazia do tempo cronológico na organização do conteúdo e na recepção pelo leitor”, que precisa “desta referência temporal simples para descobrir o ‘local’ exato da matéria na linha do tempo do evento e, assim, perceber o seu grau de atualidade” (2005, p. 248-249). A descrição se encaixa exatamente na dinâmica adotada pelos serviços em fluxo contínuo pesquisados.
- Há também a possibilidade de editar conteúdos e criar *links* (vínculos) para estabelecer uma “não linearidade” do tempo, interligando conteúdos jornalísticos com temporalidade diversa. Essa definição, pensada pelo autor com foco mais amplo no jornalismo praticado nos sites da internet, também se aplica em alguma medida aos serviços de fluxo contínuo para mercados – embora, nestes, o compromisso com a atualidade é mais estrito, como temos ressaltado.

### **2.3.5. Revelação pública**

A última categoria estabelecida por Franciscato (2005) como parte da dimensão temporal da atualidade jornalística é a revelação pública, conceituada pelo autor a partir da consideração de que o jornalismo é um ato discursivo e existe uma temporalidade no próprio ato de enunciar publicamente: “O momento da veiculação pública dos conteúdos noticiosos está vinculado ao tempo presente, ao tempo da enunciação” (2005, p. 159). Na sua concepção, existe um duplo movimento inserido no trabalho jornalístico: “o de revelar algo que estava no âmbito do segredo e o de publicizar esta revelação, visando exatamente sua propagação pública” (2005, p. 162). O conceito de “publicizar” está ancorado no pensamento de Habermas (1984), que situa o aspecto da “publicidade” como um dos fatores constituintes da

esfera pública, com um sentido dominante “daquilo que é submetido ao julgamento do público” (HABERMAS, 1984, p. 41 apud FRANCISCATO, 2005, p. 160).

No jornalismo on-line, Franciscato (2005) considera que, assim como acontece na mídia tradicional, há uma preservação do dispositivo de enunciação como momento privilegiado para estabelecer uma interação. O tempo da enunciação “marca um ‘ponto zero’ no tempo de circulação pública de uma notícia, o que seria uma das marcas fundadoras da atualidade jornalística” (2005, p. 250). As considerações do autor sobre o jornalismo ao vivo são relevantes para o nosso estudo, mesmo que os produtos pesquisados estejam atrelados à dimensão da cobertura em tempo real editada em fluxo contínuo. O ao vivo é considerado uma construção discursiva “que se baseia em uma mediação operada tecnologicamente para dar um efeito de ausência de mediação, um efeito de contato direto do público com o evento” (2005, p. 250).

É como se a transmissão ao vivo superasse a mediação do veículo de comunicação, o que “seria uma forma de afirmar um discurso com a pretensão de verdade, de eliminar a interpretação e a subjetividade” (2005, p. 251). Significa dizer que Franciscato reforça a existência da mediação jornalística, com sua carga de subjetividade, mesmo no tempo real referenciado na instantaneidade, ou seja, na transmissão ao vivo. O autor ressalva que, nessas condições, o tempo de interpretação do jornalista pode se reduzir, obrigando-o a operar em simultaneidade com o tempo do evento e do receptor. Se isso é verdade para o jornalismo ao vivo, muito mais válido ainda se torna, na nossa avaliação, para o jornalismo em tempo real baseado na construção textual escrita. A carga de interpretação e subjetividade do jornalista se coloca por inteiro nessa prática.

As modalidades de jornalismo ao vivo e em tempo real, de acordo com Franciscato (2005), exacerbam o poder do jornalista de dizer, ou seja, sua capacidade e legitimidade de produzir e transmitir instantaneamente imagens e informações sobre um evento. São utilizados modos específicos de dizer “baseados na tensão emotiva das imagens, na velocidade de sua transmissão, no sentimento de envolvimento, na dramaticidade da narrativa e na imprevisibilidade do desfecho” (2005, p. 253). A dedução é que a revelação pública, como componente temporal do jornalismo, está confirmada nas práticas jornalísticas contemporâneas.

Finalizado o percurso da construção do conceito de atualidade jornalística para reunir a complexidade de sentidos que o fenômeno temporal alcança, Franciscato (2005) conclui que o jornalismo opera essa dimensão temporal em uma pluralidade de manifestações, que se alternam em importância conforme as experiências particulares. Mesmo que novos

realinhamentos, que traduzimos como o avanço da mídia digital, indiquem a ascendência de determinados fenômenos em relação a outros.

A produção jornalística em tempo real com atualização contínua de conteúdos e a introdução do “ao vivo” como modo predominante de organização da produção jornalística são interpretadas por atores e estudiosos como a supremacia da instantaneidade enquanto definidor quase exclusivo da temporalidade operada pelo jornalismo contemporâneo, numa situação hipotética de identidade entre instantaneidade e atualidade jornalística. Em vez disso, optamos por pensar o jornalismo em tempo real como um modelo que extrapola uma supervalorização da instantaneidade e busca construir um jornalismo que amplie tanto a capacidade de informar e contextualizar eventos por meio de recursos novos de transmissão, edição e acesso quanto de operar temporalidades jornalísticas múltiplas (FRANCISCATO, 2002, p. 261-262).

A perspectiva deste autor, que traz uma contribuição enriquecedora para os estudos da dimensão temporal do jornalismo, é a mesma que adotamos neste trabalho. Também consideramos o jornalismo em tempo real, o que inclui os serviços em fluxo contínuo para os mercados, como um modelo que “extrapola uma supervalorização da instantaneidade” (2005, p. 261) e que busca ampliar a capacidade de informar e contextualizar eventos, operando temporalidades jornalísticas múltiplas.

#### **2.4. A noção de “tempo real”**

Um recorte específico sobre os conceitos de tempo real aplicados ao jornalismo, que estão difusos nos trabalhos revisados, é essencial para avançarmos na proposta deste trabalho, tendo em vista a profusão de definições encontradas na bibliografia e os sentidos muitas vezes díspares que assumem. Em sua tese de doutorado, Brandão (1999) utilizou inicialmente um conceito amparado na Ciência da Informação, que identifica tempo real com um tipo de informação eletrônica. A expressão significaria um “termo genérico utilizado para designar todos os sistemas ou serviços de informação em que ela [a informação] é armazenada ou distribuída por meio de um suporte magnético ou óptico e que, portanto, pode ser lida por computador” (RECODER; ABADAL; CODINA, 1995, p. 17, apud BRANDÃO, 1999, p. 15).

A definição é considerada insatisfatória por Brandão ao não fazer uma distinção técnica entre tempo real e on-line, o que é relevante para o foco de seu trabalho, conforme assinala. Assim, a pesquisadora propõe como conceito de tempo real a “informação sendo transmitida enquanto está acontecendo o fato, transmissão simultânea ao acontecimento”

(1999, p. 15), ao passo que o conceito de informação on-line significa “uma informação que está em rede, mas não necessariamente simultânea ao acontecimento” (1999, p. 15). A distinção nos parece apropriada, mas não esgota a discussão sobre o significado de tempo real e suas dimensões no âmbito da prática jornalística.

Pulitti (2013) adota como referência a abordagem de Kucinski (2004), que considera a denominação “tempo real” inserida na categoria dos conceitos-fetiche, ou falsos conceitos, associada “a uma suposta nova modalidade de jornalismo, chamada também de *online*” (2013, p. 94). O pressuposto é que se tenta dar conotação de novidade a um processo considerado muito antigo de transmissão ao vivo, que sempre caracterizou o rádio, o telégrafo e seus derivados, como o telex e o fax. Moretzsohn (2002) também cita o telex para comparar o ritmo da produção de notícias nos serviços em fluxo contínuo às antigas agências noticiosas que enviavam informações aos jornais por esse meio. A autora, no entanto, faz uma ressalva importante: “(...) a considerável diferença de que, então, o jornal reuniria aquele material para depois processar a informação, e agora a relação é diretamente com o público” (2002, p. 131).

A observação de Moretzsohn (2002) é realmente crucial para entendermos a magnitude dos processos envolvidos nos serviços informativos em fluxo contínuo voltados para o mercado financeiro, que se posicionam no ambiente digital por excelência. O fato de estarem em rede e acessíveis ao consumidor final da notícia jornalística, no formato textual escrito, os difere da lógica de transmissão ao vivo do rádio e da televisão, para citarmos dois suportes que estão também diretamente disponíveis ao público. Estabelece-se uma relação com o receptor baseada na leitura, o que pressupõe técnicas jornalísticas textuais para relatar as informações de forma concomitante aos acontecimentos, como indica a definição adotada por Brandão (1999). As plataformas digitais estão preparadas para a transmissão de áudio e vídeo, como acontece rotineiramente nos sites de internet, mas não focamos esse aspecto no nosso trabalho e sim a produção jornalística baseada na escrita.

Adghirni e Moraes (2007), no texto intitulado *Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo online*, destacam a nova forma de temporalidade midiática oferecida pelo suporte internet, que é a informação permanente. Nos meios profissionais do jornalismo, tornou-se corrente a expressão “em tempo real” para designar essa nova temporalidade, que as autoras preferem nomear como informação em fluxo contínuo. A justificativa é que, matematicamente falando, seria impossível transmitir uma informação textual via internet no exato momento em que o acontecimento se produz. “É preciso um certo tempo para elaborar, digitar e disparar o mecanismo tecnológico que vai distribuir a informação, mesmo que sejam



segundos depois do fato ocorrido” (2007, p. 237). As autoras chamam atenção para os processos que favorecem a fabricação artificial da realidade.

Com a informação em fluxo contínuo, estamos em permanência num sistema interativo. Um mesmo produto informativo é reiterado em diferentes ritmos aproximados, dando a impressão de renovação de conteúdos nem sempre verdadeira. Pode se tratar, em alguns sites noticiosos, de uma ilusão de fluxo contínuo. A mesma notícia pode voltar no decorrer de uma hora com um novo título, como se fosse uma informação nova. Esse ritmo de notícias em “torneira aberta”, sem interrupção, trabalha simultaneamente com a novidade e com a repetição para manter os públicos atentos (tanto no rádio quanto na internet em tempo real). Há uma fabricação artificial da novidade, num ritmo de ondas marítimas, como num vai e vem de vagas na praia, sem que se possa definir exatamente onde começa uma nova notícia e onde termina a notícia velha. A única referência de princípio está na indicação da hora, do minuto, do segundo na tela, ao lado do título da notícia que desfila numa sucessão permanente de acontecimentos num fluxo interminável (ADGHIRNI; MORAES, 2007, p. 240).

A abordagem mais focada na esfera da internet, como é o caso de Adghirni e Moraes, impõe algumas restrições em relação aos noticiosos contidos em plataformas especialmente construídas para a transmissão de informação em tempo real para os mercados financeiros – estas dispõem de mecanismos tecnológicos muitos mais ágeis do que a internet aberta ao acesso do público em geral. As diferenças não se resumem aos aspectos tecnológicos e se estendem também às características de edição. Se, nos sites de internet, é comum o recurso à repetição de notícias que alimentam as *home pages* e também as páginas internas, nos serviços para o mercado financeiro o desenho editorial é diferente e pressupõe uma sequência cronológica mais estrita. Resta válido, no entanto, o ponto central do conceito de informação em fluxo contínuo que se instala no ambiente midiático digital, o mesmo em que se encontram os serviços de informação para os mercados financeiros.

A expressão “tempo real” pode ainda ter outros significados, segundo as definições adotadas por Jorge (2013):

- “*Real time*” foi muito usada pelos websites informativos como sinônimo de notícias frescas, obtidas minutos antes e colocadas na rede, nas páginas de sites noticiosos, de maneira quase imediata;
- “Tempo real” seria a notícia que está acontecendo, a cobertura ao vivo, incorporando material gravado pouco antes (SEIB, 2001, p. IX). Nesse sentido, rádio e televisão transmitem em tempo real. O que a internet faz, ao transmitir informações logo que elas se desenrolam, ganhou outro nome mais próximo da realidade: “*near time*”, ou “tempo próximo”; e
- “Tempo real” também pode qualificar o repórter que trabalha sob esse sistema, para um veículo com cobertura em tempo real (JORGE, 2013, p. 28-29).

Franciscato (2005) lembra que as redes de comunicação digital permitiram a troca instantânea de dados em velocidade tal que sistemas econômicos como o mercado financeiro

adotaram o tempo real como lógica de funcionamento, a partir da década de 1980. Em pouco tempo, como ele sublinha, a expressão tempo real constituiu-se como um sentido de senso comum “para designar um agregado de práticas e saberes que giram em torno do uso da tecnologia com vistas à instantaneidade e à simultaneidade em áreas diversificadas” (2005, p. 235- 236).

Uma dessas áreas encontra-se na administração e gerenciamento empresarial, que tornou a expressão tempo real uma marca de eficiência e de qualificação para reduzir, ao máximo, o dispêndio de tempo envolvido no alcance de metas de produtividade. “Esta ampliação do termo para além de fronteiras tecnológicas diretas representa a sua absorção como conteúdo e prática econômicos e socioculturais”, afirma (2005, p. 236). A aplicação do conceito de tempo real na atuação voltada para a “eficiência sistêmica” abre a oportunidade para o autor questionar a abrangência que essa noção vem adquirindo nas relações e práticas sociais.

No contexto que nos interessa mais de perto nesta dissertação, Franciscato (2005) adota duas dimensões de tempo real que, em alguma medida, tocam em aspectos abordados nas conceituações anteriores, mas trazem maior nitidez aos processos que estruturam os produtos pesquisados. A primeira noção é restrita a uma forma específica de produção e veiculação de programas de áudio e vídeo – o “ao vivo” em transmissões de eventos ou na apresentação do noticiário, por exemplo. Trata-se da “aplicação de um recurso tecnológico com vistas à produção de programas (formatos e conteúdos) ligados ao instantâneo” (2005, p. 238).

A segunda noção insere-se na dinâmica de produção de conteúdos em fluxo contínuo, “particularmente no movimento de alimentação constante de notícias e sua fragmentação pela programação diária (às vezes nas 24 horas do dia), seja em rádio, televisão ou internet” (2005, p. 238). É essa segunda perspectiva, segundo ele, que define mais propriamente o novo fenômeno temporal. A exemplo de Adghirni e Moraes (2007), Franciscato (2005) chama atenção para a possibilidade de que o fluxo contínuo incorpore conteúdos que não tenham sido produzidos de forma efetivamente contínua. Em outro ponto de seu estudo, o autor refere-se ao “jornalismo em tempo real atrelado ao fluxo contínuo de produção e veiculação de notícias” (2005, p. 245).

A partir dos estudos revistos, adotamos os seguintes conceitos que melhor expressam a realidade da produção dos serviços informativos voltados para os mercados financeiros, que são objeto da nossa pesquisa:

- Cobertura jornalística em tempo real, como sinônimo de produção e transmissão de informação simultânea aos acontecimentos, da maneira mais próxima possível ao tempo do registro dos fatos;
- Informação em fluxo contínuo como sinônimo de edição de conteúdos jornalísticos em sequência contínua, abrangendo tanto coberturas em tempo real como textos jornalísticos em tempo diferido, sem relação de simultaneidade com os acontecimentos; e
- O conceito de jornalismo ao vivo, seguindo a classificação proposta por Franciscato, fica restrito às transmissões eletrônicas instantâneas, de áudio e vídeo.

### 3. REFERENCIAL TEÓRICO E METODOLÓGICO

A pesquisa sobre os serviços de informação em fluxo contínuo, na área econômico-financeira, valeu-se dos estudos e conceitos do *Newsmaking* e de gêneros jornalísticos para refletir sobre as experiências conduzidas pela *Agência Estado*, no *Broadcast*, e pelo *Valor Econômico*, no *Valor PRO*. Com esse instrumental teórico e conceitual, pretendeu-se colocar em relevo os ritmos produtivos e a organização do trabalho das redações encarregadas de dar vida a esses produtos, assim como compreender as categorias, os formatos noticiosos e interpretativos que se adaptam a esse segmento dos meios de comunicação.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa centrada no estudo sobre os emissores e os processos de produção. É nesse terreno que encontramos “as articulações, conexões e relações existentes entre a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e dos processos produtivos”, de acordo com os desdobramentos assinalados por Vizeu (2010, p. 223). No âmbito dos estudos de gênero, a pesquisa tem como critérios de análise a função e os aspectos formais, tradicionalmente adotados no campo jornalístico, sem desconsiderar a dimensão como fenômenos sociais e históricos. Ao falarmos de produtos associados às Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), estamos também abordando um tempo histórico determinado e realidades sociais específicas. Nesse marco teórico, Marcuschi (2002) chama atenção para o conjunto de gêneros textuais em emergência no contexto da tecnologia digital, com o predomínio da escrita.

“Compreender gênero é compreender a prática jornalística” – assinala Lia Seixas (2009, p.5), o que em alguma medida enlaça os campos teóricos do *Newsmaking* e dos gêneros, em foco nesta dissertação. Analisar os processos de produção nos serviços de

informação em fluxo contínuo diz respeito diretamente à avaliação sobre o tipo de gênero jornalístico que se está abordando. As rotinas produtivas válidas para os conteúdos da categoria informativa certamente diferem das práticas voltadas para aqueles inseridos na categoria opinativa, por exemplo – valendo-nos da classificação tradicional adotada por José Marques de Melo (1994), que teremos oportunidade de abordar com mais profundidade.

É importante demarcar que os emissores pesquisados – os produtos *Broadcast* e *Valor PRO* – abrigam diferentes categorias e gêneros jornalísticos nas plataformas digitais que utilizam. Se o principal ingrediente do cardápio são as informações em tempo real publicadas em fluxo contínuo, como definido anteriormente, uma série de outros formatos também se apresenta nesse espaço, desde os textos classificados como análises até os que se enquadram nas entrevistas tradicionais de pergunta e resposta, contemplando ainda as colunas assinadas e as reportagens especiais. No contexto de redações integradas, como se situam a *Agência Estado* e o *Valor Econômico*, diferentes rotinas jornalísticas, voltadas para formatos também diversos, convivem no mesmo ambiente ou são protagonizadas por parceiros terceirizados.

### **3.1. A produção da notícia**

Os estudos do *Newsmaking* trazem para a área da Comunicação a riqueza de um universo pouco explorado inicialmente pelos pesquisadores, que concentraram esforços acadêmicos nas investigações sobre as mensagens e seus efeitos na audiência – com toda a carga de controvérsia e novidade representada pelos meios de comunicação que se consolidaram na primeira metade do século XX. Wolf (2010) observa que a natureza administrativa de boa parte da *communication research* “contribuiu para atenuar o interesse cognitivo do tema” (2010, p. 182). Ele cita Halloran (1969) para situar que os estudos sobre emissores “foram confinados, de maneira geral, nos níveis mais baixos das operações de produção da mídia” (HALLORAN, 1969, p. 7, apud WOLF, 2010, p.183). As questões mais amplas e relevantes “raramente são colocadas e houve pouquíssimas tentativas sistemáticas de estudar o emissor, que ocupa uma posição crucial numa rede social”.

Na visão da pesquisadora norte-americana Gaye Tuchman (2002, p.92), as notícias ajudam a constituir a sociedade como “fenômeno social partilhado” e, ao descreverem um acontecimento, elas o definem e moldam. Assim como os leitores buscam sentido na carga de informações que recebem nas páginas dos jornais ou nas telas de televisão e de computadores, também os jornalistas aguçam a percepção para apreender e atribuir significado aos tópicos

que elegem como notícias. A abordagem interpretativa das notícias, proposta por Tuchman, contrapõe-se à noção ultrapassada de que as notícias apresentariam à sociedade um espelho de suas preocupações e interesses. São os jornalistas e as organizações jornalísticas que “invocam e aplicam normas” (TUCHMAN, 2002, p. 92) sobre os fatos noticiados, assim como se encarregam de definir essas mesmas normas.

Sousa (2002) observa, no entanto, que a caracterização das notícias como a representação espelhada da realidade sobrevive no meio social em geral, que ele conjectura como resultado dos valores positivistas que ainda marcam a sociedade. A resistência em abrir mão dessa concepção também está presente no ambiente dos jornalistas, “onde permanece viva a ideologia da objetividade e os procedimentos que dela resultam” (2002, p. 16-17). Traquina (2004) concorda com essa visão, mas lembra que os profissionais referem-se com frequência às notícias como “histórias”, na linguagem coloquial – o que acentua a “dimensão cultural das notícias”, infere o autor português (2004, p. 169). A ressalva feita pelo próprio Traquina é que considerar as notícias como “histórias” não significa tratá-las como peça ficcional e sim destacar a sua elaboração narrativa.

A abordagem defendida por Tuchman (2002) e outros autores de que as notícias traduzem uma realidade socialmente construída, e não um espelho dessa mesma sociedade, consagrou-se como referência para os estudiosos da Comunicação, mais especificamente do *Newsmaking*, a partir dos anos 1970. Essa noção se contrapõe também à visão de que as notícias seriam distorções sistemáticas e deliberadas para servir os interesses políticos de determinados agentes sociais, o que traduziria uma abordagem do campo jornalístico como uma “arena fechada”, segundo definiu Traquina (2004). O que não deve ser confundido com o conceito de “distorção inconsciente”, introduzido por Wolf (2010), e que seria fruto das práticas profissionais dos jornalistas, das suas rotinas de produção e de valores compartilhados e interiorizados – mesmo quando preservados os princípios de autonomia e independência dos profissionais.

Na linha construcionista adotada por Tuchman, Saperas (1987) afirma que a atividade exercida pela profissão jornalística deve ser entendida como a origem do processo de construção da realidade social. Alsina (2005, p. 46) reforça o mesmo ângulo: “Os acontecimentos chegam a nós através da mídia e são construídos através de sua realidade discursiva”. Wolf (2010, p. 189) argumenta que os meios de comunicação de massa, como ele nomeia, “constituem um núcleo central da produção simbólica nas sociedades atuais”.

Esses argumentos justificam a importância que o autor atribui aos estudos do *Newsmaking*, que penetram na intimidade do processo de elaboração da notícia. “É necessário

conhecer não apenas os sistemas de valores, de representações, de imaginário coletivo que eles propõem, mas também o modo, os processos, as restrições e as limitações com que se realizam”, defende (2010, p.189). O pesquisador italiano ainda destaca que “as exigências de organização e de estrutura e as características técnico-expressivas, *próprias de cada meio de comunicação*, são elementos cruciais para determinar a representação da realidade social fornecida pela mídia” (2010, p. 190, *grifo nosso*).

É na dimensão cognitiva que se pode apreender toda a complexidade da ação da mídia sobre a sociedade, graças ao papel socialmente legitimado conferido aos jornalistas para o exercício da construção da realidade. Grossi (1985) fala em “competências reconhecidas e reconhecíveis no interior dos aparelhos produtivos especializados” para o cumprimento dessa tarefa de atribuição de sentido aos acontecimentos (GROSSI, 1985, p. 383, apud SAPERAS, 1987, p. 144). Em momentos históricos do jornalismo dos Estados Unidos, como o caso do *Watergate*, na década de 1970, Tuchman (1978) qualificou a mídia como atores ativos da estruturação e liberação das informações que se tornaram a base para a formação do conhecimento sobre o tema.

Colocada sob holofotes, a atividade jornalística precisa ser, portanto, compreendida e percebida pelos pesquisadores para dissecar essas engrenagens que digerem acontecimentos factuais e devolvem ao público a representação da realidade. Nesse contexto, entender a cultura que envolve os profissionais do jornalismo faz parte do esforço de aprofundar o conhecimento sobre os mecanismos processuais acionados para a produção de notícias. Traquina (2004, p. 117) é um dos autores que conferem importância central aos marcos culturais dos jornalistas, que “professam saber o que é notícia e como escrevê-la”. Ele destaca a riqueza da cultura desses profissionais, que costumam se enxergar como defensores de valores humanitários nobres, a começar pelas liberdades democráticas, e se atribuem comportamentos heroicos e estoicos no cumprimento dessa missão.

Essa maneira de ver o mundo – trespassada por crenças, mitos, valores, símbolos e representações, como anota o pesquisador português – está presente na produção de notícias e vai imprimir a esse processo características especialmente densas para a investigação científica.

Os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias, e, por consequência, na definição da realidade. Há alguns momentos, ao nível individual, durante a realização de uma reportagem ou na redação da notícia, quando é decidido quem entrevistar ou que palavras serão utilizadas para escrever a matéria, de mais poder consoante a sua posição na hierarquia da empresa, e coletivamente como os profissionais de um campo de mediação que adquiriu cada vez mais

influência com a explosão midiática, tornando evidente que os jornalistas exercem poder. (...) não podemos compreender porque as notícias são como são sem compreender a cultura profissional da comunidade jornalística (TRAQUINA, 2004, p. 26).

Nesse terreno cultural, um personagem particularmente proeminente é a figura mítica e romântica do repórter, que emerge no século XIX como uma novidade no campo jornalístico, reforçando a visão de que as notícias seriam um espelho fidedigno da realidade. “A caça hábil dos fatos dava ao repórter a categoria comparável à do cientista, do explorador e do historiador”, descreve Traquina (2004, p. 53). A nova figura do repórter, em particular sua atuação como correspondente de guerra, contribuiu também para a afirmação do jornalismo como profissão. Esse processo de afirmação profissional avança no século XX, com a reivindicação dos jornalistas de um monopólio de saberes específicos, assumindo como certo “o direito e a obrigação de mediar e simplificar, cristalizar e identificar os elementos políticos no acontecimento noticioso” (TRAQUINA, 2004 p. 89). A técnica conhecida como “pirâmide invertida”, que abordaremos de forma detida, faz parte desse conjunto de saberes que dotaria os jornalistas de uma condição específica enquanto grupo profissional.

A noção de tempo também marca a cultura dos jornalistas e seus processos operacionais de forma decisiva, o que insere esses temas no âmbito dos estudos do *Newsmaking*. Wolf (2010) destaca justamente que essa moldura teórica articula-se em dois binários principais: “a cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho e dos processos de produção” (2010, p. 194). São as conexões e as relações entre esses dois aspectos que constituem o núcleo central desse tipo de pesquisa.

A cultura profissional é entendida como “um emaranhado inextricável de retóricas de fachada e astúcias táticas, de códigos, estereótipos, símbolos, padronizações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções da mídia e dos jornalistas na sociedade” (GARBARINO, 1982, p. 10, apud Wolf, 2010, p. 195). Traquina (2008, p. 24) cita o conceito de “comunidade interpretativa” – ou de “tribo”, como ele prefere – para definir a atuação dos profissionais do jornalismo.

Ainda no contexto da cultura profissional, Sousa (2002) menciona a definição de Schlesinger (1977) de que a profissão de jornalista demandaria um excepcional grau de precisão nos *timings*. Os jornalistas seriam membros de uma cultura cronometrada, teriam uma “espécie de cronamentalidade” (2002, p. 47) que os faria associar a classificação de notícias ao fator tempo e colocar em perspectiva a capacidade de vencer o tempo, como a demonstração mais clara de competência profissional. Os horários de fechamento e os

ponteiros do cronômetro são considerados dois dos mais potentes símbolos dessa cultura profissional.

“Os jornalistas têm uma maneira própria de sentir o tempo, obsessiva e frenética”, observa Traquina (2008, p. 50). A pressão do tempo, acentuada pela competitividade na mídia, segundo Sousa (2002), levaria os profissionais a relatar com frequência as histórias “em situação de incerteza” (2002, p. 48), seja porque nem sempre disponham de todos os dados desejáveis para a construção da notícia ou porque precisam selecionar rapidamente acontecimentos e informações. Essa precariedade da prática jornalística é uma marca histórica da atividade.

Traquina (2008, p. 37) afirma que as notícias são vistas como “um bem altamente precíval”, valorizando assim a velocidade da sua produção. O imediatismo surge como medida de combate à deterioração do valor da informação, segundo o autor português, para quem os membros da comunidade jornalística querem as notícias tão “quentes” quanto possível, e de preferência em primeira mão: “Notícias ‘frias’ são notícias ‘velhas’, que deixaram de ser notícia” (2008, p. 37).

O valor do imediatismo exprime, segundo o autor, que o fator tempo constitui o eixo central do campo jornalístico. Em termos logísticos, isso leva ao “reforço da importância da capacidade performativa dos jornalistas de uma empresa na montagem da cobertura” (2008, p.38). Esse conceito que Traquina utiliza em relação aos tradicionais meios impressos e televisivos alcança também, na nossa avaliação, as características dos serviços de informação em fluxo contínuo, em que essa capacidade “performativa” dos jornalistas aparece com grande destaque.

O fator tempo impediria também a profundidade, o que explicaria o fato de as notícias se concentrarem no primeiro plano (*foreground*) em detrimento da dimensão contextual de fundo (*background*). Schlesinger (1977) considera que tal situação contribui para abolir a consciência histórica. É um ponto particularmente relevante para os objetivos desta dissertação e permite estabelecer um fio condutor histórico em relação às características da notícia jornalística, desde a etapa em que a comunicação digital ainda não havia se estabelecido como realidade predominante no campo jornalístico. O caráter efêmero do noticiário e sua relação com a dinâmica da produção jornalística são desdobrados ainda mais por Schlesinger, que menciona como resultado final o estreitamento de contexto e a redução de “significatividade” da notícia:

(...) a produção é organizada de modo tal que sua dinâmica fundamental enfatiza a efemeridade das histórias. Se uma notícia se prolongar de um dia para outro,



assume-se que o público, depois de um dia de exposição, esteja adequadamente familiarizado com o problema, de maneira que permita que o *background* seja amplamente dado por conhecido. São sempre os desenvolvimentos do dia presente que ocupam o primeiro plano. O corolário desse ponto é que existe uma tendência inerente às notícias de serem emolduradas de modo descontínuo e anistórico, e isso implica um *estreitamento do contexto e, portanto, uma redução de significatividade* (SCHLESINGER, 1978, p. 105, apud WOLF, 2002, p.232, *grifo nosso*).

A consequência prática desse processo, para Sousa (2002), é que o fator tempo afeta o *news judgement*, até por estabelecer um conceito de atualidade. Nessa dinâmica, as empresas jornalísticas são caracterizadas como uma “máquina do tempo”, de acordo com a expressão de Schlesinger, desta vez citado por Traquina (2008, p. 39). Em outras palavras, como traduz o autor português, a organização jornalística funciona dentro de um ciclo temporal em que a urgência é um valor dominante. O que remete ao processo global de *Newsmaking*, especialmente no nível da seleção – *gatekeeping*. As informações mais atuais teriam, assim, maiores chances de passar pelos portões interpostos pela mídia, como observa Sousa (2002). A complexidade desse processo de filtragem das informações precisa ser analisada de forma mais detalhada para que possamos estabelecer referências importantes para a pesquisa sobre os produtos de informação em fluxo contínuo.

### 3.2. *Gatekeeping*

Na definição de Schoemaker e Vos (2011), no livro *Teoria do Gatekeeping – Seleção e construção da notícia*, o termo trata do “processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação na quantidade limitada de mensagens que chegam às pessoas diariamente” (2011, p. 11). Segundo os autores, as pessoas confiam em mediadores para transformar “bilhões de eventos em um subgrupo gerenciável de mensagens midiáticas” (2011, p. 11). A visão de Donohue, Tichenor e Olien (1972) destaca que o processo de *gatekeeping* inclui também a modelação, a revelação, o *timing*, a retenção ou a repetição de notícias, indicando uma abordagem mais ampla do conceito, que adotaremos nesta dissertação. A dimensão política do processo de *gatekeeping* é resumida por Bagdikian:

O poder de controlar o fluxo de informação é uma peça majoritária no controle da sociedade. Dar aos cidadãos a oportunidade de escolher entre ideias e informações é tão importante quanto lhes dar a oportunidade de escolha política (1983, p. 226, apud SCHOEMAKER; VOS, 2011, p. 14).

Em seus estudos, Schoemaker e Vos (2011) utilizam o termo “informação” para denominar a matéria-prima do processo de *gatekeeping*, atribuindo-se o propósito de descrever em termos gerais o fluxo de informação. O pensamento de Sousa (2002) guarda relação com essas definições, na medida em que ele considera o jornalista dos meios tradicionais, como jornais impressos e televisivos, “um gestor privilegiado dos fluxos de informação no meio social” (2002, p.89), o que confere a esses profissionais poder e proeminência social de grande magnitude. Nas mídias digitais, esse papel está na berlinda, como questionam Schoemaker e Vos, e o próprio Sousa.

Em perspectiva histórica, os autores norte-americanos indicam que a seletividade inerente ao processo de comunicação não possuía um foco teórico até que Kurt Lewin fornecesse a metáfora do *gatekeeper*. Mencionada pela primeira vez em estudo elaborado em 1947 sobre as possibilidades de mudança dos hábitos alimentares, com foco nas pessoas com maior controle na seleção dos alimentos, essa imagem marcou os estudos na área.

O primeiro pesquisador em comunicação a fazer a tradução da teoria dos canais e dos *gatekeepers* para um projeto de pesquisa foi David Manning White, em 1949. Ele convenceu o editor de um jornal de uma pequena cidade, que apelidou de Mr. Gates, a guardar todos os textos que recebia na redação das agências *Associated Press*, *United Press* e *International News Service*, durante uma semana. Assim, foi possível verificar que cerca de 90% dos textos enviados pelas agências não chegavam a ser publicados. As justificativas fornecidas por Mr. Gates sobre suas decisões de edição permitiram que White concluísse pelo caráter “altamente subjetivo” de sua seleção de notícias (SCHOEMAKER; VOS, 2011, p. 28).

Os estudos de White marcaram uma visão do processo de *gatekeeping* fortemente centrada na ação individual do jornalista, em suas características e valores, como um porteiro solitário às voltas com o poder de abrir as portas para que determinadas notícias atravessassem as barreiras e chegassem ao conhecimento do público, enquanto outras ficariam confinadas nas gavetas da redação. A tipologia do *gatekeeper* evoluiria dessa primeira concepção idealizada para a percepção de que o jornalista está inserido no âmbito institucional, o que significa dizer constrangido por valores organizacionais e culturais aos quais deve coerência. O conjunto dos meios de comunicação também exerce influência nesse processo de seleção de notícias, enquanto se destaca nos estudos de Wolf (2010) o peso dos pares e das fontes nos critérios aplicados para eleger os conteúdos a serem publicados. O público estaria, nessa escala hierárquica de influências no processo de seleção de notícias, em patamar inferior.

“Na seleção e no filtro das notícias, as normas ocupacionais, profissionais e organizacionais parecem mais fortes do que as preferências pessoais”, sustenta Wolf (2010, p. 185). Mais adiante, o autor reafirma esse posicionamento teórico, indicando que a superação do conceito individualista do *gatekeeper* acentuou, em particular, a ideia da seleção como um processo ordenado em termos hierárquicos e ligado a uma rede complexa de *feedback*. Robinson corrobora essa visão ao afirmar que as decisões do *gatekeeper* estão mais voltadas para “um conjunto de valores que incluem critérios tanto profissionais quanto organizacionais, como a eficiência, a produção de notícias, a velocidade” (1981, p. 97, apud WOLF, 2010, p. 186).

Os autores que abordam os mecanismos do *gatekeeping* conferem grande importância ao processo de socialização dos jornalistas dentro da redação. “O contexto profissional-organizacional-burocrático circunstante exerce uma influência decisiva nas escolhas dos *gatekeepers*”, justifica Wolf (2010, p.187). Ele cita o estudo clássico de Breed (1955) sobre o controle social nas redações ao abordar os mecanismos acionados para manter a linha político-editorial dos jornais, tema que considera raramente explicitado e discutido. A orientação editorial dos veículos é aprendida por “osmose”, segundo ele, e imposta sobretudo mediante o processo de socialização dos jornalistas dentro da redação.

Schoemaker e Vos (2011) detectam que os indivíduos se adaptam às políticas organizacionais não apenas porque são explicitamente ordenados a fazê-lo, mas também por meio de mecanismos sutis e explícitos. “A socialização naturaliza o processo de tomada de decisão, o que leva a uma força de trabalho que avalia as notícias de forma previsível” (2011, p. 109). A rejeição à visão excessivamente personalista do processo de *gatekeeping* condicionou modelos teóricos que caminharam no sentido oposto, e também extremado, de retirar quase por completo a importância da participação individual dos *gatekeepers*, que são enquadrados como passivos ou desprovidos de características distintivas relevantes.

Nessa linha de estudos, os *gatekeepers* seriam “peças intercambiáveis na máquina da mídia” (SCHOEMAKER; VOS, 2011, p. 31) e o papel de cada um ganharia relevância apenas na movimentação da engrenagem necessária para mover o fluxo das informações. Esses estudos tratam a organização de mídia como “algo monolítico”, segundo os pesquisadores norte-americanos, sublinhando uma atuação coletiva dos *gatekeepers* em obediência a um conjunto de regras.

Schoemaker e Vos (2011) recorrem aos princípios das heurísticas cognitivas<sup>9</sup> nos processos de tomada de decisões para reconhecer um papel ativo dos *gatekeepers* na produção das notícias, contestando a noção de que eles apenas recebem as mensagens – a terminologia utilizada pelos autores para abranger também as notícias – e passivamente as veem passar pelos canais. “Pelo contrário, eles interpretam as mensagens, resolvem ambiguidades, fazem suposições sofisticadas sobre coisas que não observaram diretamente e inferências sobre possíveis relações” (2011, p. 57) – uma perspectiva que também adotamos nesta dissertação. Em resumo, significa reconhecer, como indicam ambos os pesquisadores, que as regras de decisões são estabelecidas explícita ou implicitamente por organizações, o que as insere nos níveis organizacionais ou de rotina. Ao mesmo tempo, implica reconhecer também que sua aplicação é realizada por indivíduos, e “pessoas nem sempre executam as regras de uma mesma forma” (2011, p. 60).

Os mecanismos descritos pelos autores norte-americanos fazem parte da dinâmica de relacionamento entre os jornalistas e as fontes, que ocupa um lugar central no processo de produção e seleção da notícia. Para entender o funcionamento desses mecanismos, é preciso definir previamente que o processo de *gatekeeping* não se limita a um portão instalado dentro dos escritórios da redação, como poderia sugerir o personagem que deu origem a esses estudos, no final da década de 1940. Schoemaker e Vos (2011) ratificam os estudos que localizam na rua, com os repórteres, o início do processo de *gatekeeping*, e não na redação.

De acordo com essa vertente dos estudos, a notícia é construída a partir de uma série de dados primários, originando-se das fontes a parcela mais importante das informações. Ao citar Chibnall, os dois autores enfatizam que “o nexos jornalista/fonte constitui a arena mais importante do *gatekeeping*” (2011, p. 34). No momento em que a mensagem chega ao editor, as decisões mais importantes do processo de seleção já teriam sido tomadas:

(...) os eventos ocorreram, foram experienciados, relatos de experiências foram construídos para determinadas audiências, relatos desses relatos foram adaptados, e estes foram ou reservados para um futuro uso ou transformados em histórias jornalísticas completas. *Em todos os estágios*, ocorre seleção e processamento (CHIBNALL, 1977, p. 7, apud SCHOEMAKER; VOS, 2011, p. 34, *grifo nosso*).

---

<sup>9</sup> “Entre essas estratégias de avaliação, estão a heurística da disponibilidade e a heurística da representatividade (Nisbett e Ross, 1980). A heurística da disponibilidade entra em cena quando é solicitado às pessoas que avaliem a frequência dos objetos ou a probabilidade dos eventos: itens cognitivamente disponíveis (isto é, mais acessíveis na memória ou mais facilmente imaginados) têm mais chances de serem considerados itens mais frequentes ou mais prováveis. A heurística da representatividade ajuda as pessoas a decidir a que categoria um evento pertence: quanto mais semelhantes forem as características de um evento em relação aos demais da categoria em questão, maior a probabilidade de que ele seja incluído em tal categoria” (SCHOEMAKER; VOS, 2011, p. 57).

Essa abordagem é particularmente relevante para os serviços de informação em fluxo contínuo, com coberturas jornalísticas em tempo real, embora os conceitos tenham sido elaborados para os tradicionais produtos impressos e televisivos. A noção de que o processo de *gatekeeping* comporta múltiplos portões e não começa na redação, mas sim nas ruas, com os repórteres, permeia o trabalho de pesquisa realizado com o *Broadcast* e o *Valor PRO*. No caso do relacionamento com as fontes, como veremos, também os conceitos adotados aplicam-se por inteiro a esses produtos. Os autores consultados convergem para a perspectiva de que as fontes oficiais predominam no processo de coleta de notícias empreendido pelos jornalistas. Tuchman (1978) identifica a tendência das organizações jornalísticas de centralizarem as fontes de informação como um método para obter o máximo de notícias com o mínimo de investimento.

Wolf (2010) corrobora essa visão ao dizer que a fase de coleta das informações noticiáveis “é influenciada pela necessidade de se ter um fluxo constante e seguro de notícias, a fim de conseguir confeccionar, a cada vez, o produto exigido” (2010, p. 231). Essa dinâmica, segundo ele, acaba por privilegiar as fontes institucionais e as agências noticiosas como as que mais atendem as necessidades operacionais. Traquina (2004) também cita a questão da produtividade como um critério de avaliação, referindo-se igualmente à prevalência das fontes institucionais. O autor português destaca ainda que o critério de produtividade das fontes diz respeito não apenas à quantidade como também à qualidade dos materiais coletados. Os jornalistas precisam limitar o número de fontes a consultar “de forma a não ter custos demasiado elevados e prazos demasiado dilatados” (2004, p. 192).

O fator tempo, que condiciona o trabalho jornalístico, explica por que “as fontes estáveis, regulares, institucionais acabam por ser preferidas pelos membros da comunidade jornalística” (TRAQUINA, 2004, p. 193). No esforço para rotinizar o inesperado, como definiu Tuchman (1973), os jornalistas desenvolvem uma relação de dependência dos canais de rotina abastecidos por fontes oficiais. Esse processo é considerado ainda mais acentuado no caso dos profissionais especializados, que estabelecem “relações estreitas e contínuas com as próprias fontes, que acabam se tornando fontes pessoais, quase informantes que mantêm os cronistas atualizados, fornecendo-lhes indiscrições, notícias reservadas”, como descreve Wolf (2010, p. 239).

Sousa (2002, p. 70) também aponta o risco de os jornalistas especializados cultivarem “laços mais profundos com as fontes, no seio de uma relação comercial onde se vão estabelecendo direitos e obrigações recíprocas”, o que poderia, em determinados momentos, comprometer ou condicionar o jornalista a desvirtuar a informação. Wolf (2010, p. 239)

define como “simbióticas” essas obrigações recíprocas entre fonte e jornalista. Para o profissional especializado, o custo de perder esse tipo de fonte torna-se muito alto, levando-o “a uma dependência mais ou menos consciente, justificada pela produtividade da própria fonte”. Em contraponto, os jornalistas não especializados, que se ocupam de acontecimentos muito diferentes a cada dia, sem uma qualificação específica, poderiam desempenhar seu papel à margem das “relações complexas de conveniência recíproca” que envolvem os jornalistas especializados.

De uma maneira geral, no entanto, considera-se que os repórteres normalmente coletam notícias a partir de materiais oficiais procedentes do governo, releases, coletivas de imprensa e eventos não espontâneos, como cerimônias ou discursos. Os chamados canais de iniciativa, nos quais os profissionais realizam entrevistas e pesquisas originais ou cobrem eventos espontâneos, correspondem “a uma quantidade surpreendentemente pequena de notícias” (SCHOEMAKER; VOS, 2011, p. 81). Em qualquer dessas configurações, é importante destacar, como fazem os dois autores, que os repórteres não tomariam conhecimento da maior parte dos eventos se não existissem as fontes, pelo simples fato de que “os jornalistas experienciam somente alguns poucos eventos que podem se tornar notícia” (2011, p. 172).

Dentro dos propósitos desta dissertação, é oportuno demarcar a inserção dos produtos pesquisados no âmbito do jornalismo especializado, na área econômico-financeira especificamente, o que remete à questão da simbiose apontada na relação entre fontes e jornalistas nesse terreno. Schoemaker e Vos (2011) conferem ainda maior densidade à discussão sobre esse ponto ao defender que não se deve pressupor que “os *gatekeepers* aceitam de forma acrítica todas as informações fornecidas pelas fontes” (2011, p. 124), coerente com a visão de um papel ativo para esses profissionais.

A conclusão é que os veículos de comunicação não constituem meros recipientes de informações fornecidas pelas fontes. Pelo contrário, segundo os autores, esses veículos podem analisar criteriosamente as definições dadas pelas fontes sobre tópicos ou eventos. “Uma vez que as fontes possuem seus próprios interesses a promover, os *gatekeepers* precisam filtrar ativamente boatos e interpretar a mensagem à luz do que é conhecido a respeito da fonte, evento ou tema em questão” (SCHOEMAKER; VOS, 2011, p. 124).

Para isso, os autores norte-americanos destacam a abordagem teórica do “*second guessing*” (segunda leitura), nos termos propostos por Hewes e Graham (1989), que explicariam a forma como os profissionais avaliam e interpretam mensagens de acordo com sua necessidade de obter informações verdadeiras. Quando se realiza esse processo, a

intenção é a de “‘corrigir’ ou ‘desinfluenciar’ as informações usando seu conhecimento prévio para reinterpretar o conteúdo manifesto da mensagem original” (SCHOEMAKER; VOS, 2011, p. 54). O modelo do processo de *second guessing* elaborado por Hewes e Graham é constituído por quatro fases:

- a. A primeira fase trata da aquisição de conteúdo e começa quando o *gatekeeper* recebe a informação da fonte. A mensagem é inicialmente interpretada sem maior esforço de análise. Quando a mensagem entra em conflito com informações já presentes na memória ou porque aspectos da mensagem parecem falsos, o *gatekeeper* desconfia da veracidade da informação. Se não há maiores motivos para tal desconfiança, a informação é aceita e descarta-se o processo de *second guessing*. O processo também é interrompido se o *gatekeeper* está praticamente convencido de que a informação não é verdadeira, o que leva a mensagem a ser rejeitada, sem a necessidade de outras etapas de confirmação.
- b. O processo de *second guessing* ocorre quando o *gatekeeper* pensa que a informação recebida pode ser falsa e a necessidade de precisão é bastante alta. Nessas condições, o *gatekeeper* pode participar de um processo de *second guessing* conhecido como reinterpretação. Ou seja, ele pode acrescentar interpretações alternativas na tentativa de combater a imprecisão. Quanto maior a necessidade de informações precisas, maior será o esforço do *gatekeeper* para encontrar uma interpretação alternativa mais plausível.
- c. Na fase de avaliação da reinterpretação do *second guessing*, o *gatekeeper* avalia as possíveis reinterpretações uma a uma até que encontre a melhor, levando a uma remodelação da informação original. Se o *gatekeeper* se satisfaz com a remodelação, o processo chega ao fim.
- d. Caso o *gatekeeper* não se satisfaça com nenhuma das reinterpretações, o processo de *second guessing* prossegue até chegar à última fase, que é a da “escolha tática social”, na qual informações adicionais podem ser procuradas para verificar ou refutar algumas das várias interpretações.

Schoemaker e Vos (2011) consideram que a principal contribuição dos mecanismos de *second guessing* para os estudos do *gatekeeping* é justamente a concepção do *gatekeeper* como um processador ativo de informação, o que melhora a compreensão da elaboração cognitiva utilizada por esses profissionais na tomada de decisões. Segundo eles, essa concepção soma-se “à função elementar do *gatekeeper* de decidir se deixa a mensagem passar

ou não, mas também explica como as informações podem mudar qualitativamente em sua trajetória pelos canais e seções, portão a portão” (2011, p. 56). No caso dos produtos especializados na área econômico-financeira, que são objeto da nossa pesquisa, fica patente a necessidade de dotar as informações de alta precisão, o que pode inserir suas práticas no modelo previsto de *second guessing*, como se pretendeu verificar na pesquisa realizada.

De qualquer maneira, a abordagem dos autores norte-americanos de que o processo de *gatekeeping* não se caracteriza pela passividade dos jornalistas que dele participam é a que prevalece no nosso trabalho. Sousa (2002, p. 70) reforça essa perspectiva ao afirmar que na relação entre fontes e jornalistas “haveria espaços de cooperação, negociação e luta, pois objetivos de fontes e jornalistas nem sempre coincidiriam”. A valorização do papel dos jornalistas no processamento das informações não significa, entretanto, desconhecer a importância de outras dimensões na configuração do processo de *gatekeeping*.

No caso dos produtos que são objeto da nossa pesquisa, a abordagem proposta incorpora de forma proeminente também a influência das rotinas na ação dos *gatekeepers*. Nos produtos em fluxo contínuo, com cobertura em tempo real, a “rotina do inesperado”, a que se refere Tuchman (1973), alcança ainda mais relevância pela premência absoluta de tempo relativamente aos tradicionais produtos impressos e a necessidade de alta precisão nas informações fornecidas aos agentes econômicos e financeiros, que se baseiam nelas para a tomada de decisões que envolvem recursos em escala de bilhões de reais e dólares. Sem o estabelecimento de rotinas para lidar com uma variedade de eventos imprevistos, como indica a autora norte-americana, as organizações jornalísticas, como empreendimentos racionais, iriam à falência.

Traquina (2004, p.30) considera um “mito” a visão de que o jornalismo seria a antítese da rotina do horário comercial dos funcionários de escritórios. Para além do inesperado, segundo ele, “o jornalismo é também uma profissão marcada por rotinas” (2004, p. 30). A necessidade de impor ordem no espaço e no tempo está relacionada à possibilidade de que os acontecimentos noticiáveis venham a emergir a qualquer hora e em qualquer lugar. Para enfrentar essa “corrente opressiva de eventos e informações que precisam ser selecionados e transformados em notícias”, como se expressam Schoemaker e Vos (2011, p. 89), o estabelecimento de rotinas é uma resposta eficiente. “As rotinas poupam esforço”, ressaltam os dois pesquisadores norte-americanos, e também tendem a resultar em “processamentos mentais mais eficientes” (2011, p.89).

Os jornalistas utilizam modelos para processar grandes quantidades de informação de forma rápida e rotineira, o que se traduz também por maior eficiência econômica ao baratear o



custo das operações editoriais. Essa realidade vivida no meio jornalístico é uma das explicações da preferência pelas fontes oficiais e previsíveis, capazes de garantir um fluxo constante e seguro de notícias para assegurar a confecção dos produtos midiáticos. Nos estudos revisados por Traquina (2004), as notícias são vinculadas às instituições legitimadas e estabelecidas, com tendência a apoiar interpretações oficiosas dos acontecimentos controversos, identificando o jornalismo como uma força conservadora. Na posição assumida pelo autor português, o mais correto é afirmar que o jornalismo é “um quarto poder que defende sobretudo o *status quo*, mas periodicamente realiza o seu potencial de contrapoder” (2004, p. 201).

Nas empresas jornalísticas em que as rotinas são mais importantes, o produto será, desde o início, menos diversificado, na visão de Sousa (2002, p. 52), “até porque a seleção operada pelos *gatekeepers* tenderá para a uniformidade”. Schoemaker e Vos (2011, p. 60), também tocam na mesma tecla: “Quando as regras são muito explícitas ou exaustivas, a variabilidade de sua aplicação de uma pessoa a outra é pequena”. A definição de rotinas, adotada pelos dois autores, identifica-as com práticas e formas padronizadas, rotineiras, repetidas, que os trabalhadores dos veículos de comunicação usam para realizar seu trabalho. Os estudos mencionados por Schoemaker e Vos (2011) concluem que as rotinas exercem mais influência do que as forças a nível individual sobre as concepções do papel profissional de jornalistas, o que foi considerado válido tanto no jornalismo impresso como nas versões on-line dos veículos pesquisados.

Em resumo, as organizações desenvolvem rotinas como uma forma de cumprirem uma variedade de tarefas e metas coletivas. Elas se baseiam em uma força de trabalho intercambiável para cumprir prazos, preencher o buraco do noticiário diário ou da hora e classificar eventos como notícias. Tudo isso, mais as hierarquias organizacionais, reuniões, equipes e tecnologia, afetam o processo de *gatekeeping* (SCHOEMAKER; VOS, 2011, p. 83).

A força dos padrões estabelecidos historicamente para os produtos tradicionais da mídia, como os jornais impressos e televisivos, prevalece no cenário on-line, onde essas rotinas se mantêm poderosas, de acordo com a avaliação de Schoemaker e Vos (2011), que empreenderam um esforço de revisar os conceitos de *gatekeeping* à luz da mídia digital contemporânea. Nessa mesma linha, Sousa (2002) detecta um declínio da importância da figura do jornalista como gestor privilegiado de informação no meio social. “A função do *gatekeeper* do jornalista reduz-se quando as pessoas se precipitam para o site onde está disponível o relatório Clinton-Lewinsky em vez de esperarem pela versão da imprensa”

afirma (2002, p. 94), referindo-se ao episódio que envolveu o ex-presidente dos Estados Unidos Bill Clinton. Ao mesmo tempo, ele lembra que a sobrecarga informativa acarretada pela mídia on-line pode valorizar os jornalistas como “analistas e seletores de informação” (2002, p. 89).

As correntes que se dedicam ao estudo da mudança de paradigma, identificada pelos autores norte-americanos com a emergência da mídia digital, não apresentam um consenso sobre a natureza das rotinas do *gatekeeping* nesse novo cenário. Há os que enxergam nos veículos de comunicação on-line um desafio às próprias proposições do conceito de *gatekeeping*. Os portões estariam desaparecendo e até mesmo as rotinas e os furos de reportagem que determinavam o valor da notícia passaram a ser repensados.

Foram os estudos de Singer (1998) que levaram à conclusão de que as rotinas se mantêm poderosas no cenário on-line, sustentando a afirmação dos autores norte-americanos de que é improvável que o *gatekeeping* perca relevância na era digital. Acadêmicos como Bruns (2005), citado por Schoemaker e Vos (2011), identificaram, inclusive, o fenômeno que denominaram de *gatematching*, que significa a “observação dos portões de saída das publicações de notícia e outras fontes, para identificar materiais relevantes no momento em que estes são disponibilizados” (BRUNS, 2005, p. 17, apud SCHOEMAKER; VOS, 2011, p. 87). Em um mercado em que os veículos de comunicação competem intensamente, identifica-se esse fenômeno da monitoração como responsável pela modelagem dos conteúdos veiculados pelos diferentes veículos.

São as pressões competitivas que incentivam os *gatekeepers* “a monitorarem uns aos outros”, segundo os dois autores norte-americanos (2011, p. 133), e o efeito disso é o estabelecimento de uma agenda comum entre os veículos – observação particularmente pertinente aos produtos pesquisados para esta dissertação. Também se aplica inteiramente aos objetos da pesquisa a noção de que a mídia digital proporciona um “terceiro canal de *gatekeeping*”, como preconizam Schoemaker e Vos (2011, p. 180). Nesse conceito, a publicação de informações pela mídia não é o fim do processo de *gatekeeping*. Depois que os jornalistas escolhem eventos com base na sua avaliação do valor de notícia do item, “os leitores assumem o controle” (2011, p. 180) e podem decidir repassar essas informações para alguém ou acessar outra notícia.

Jorge (2013) complementa esse contexto, na nossa avaliação, ao mencionar os conceitos de Alejandro Rost (2006) de “interatividade seletiva”, traduzida pelos motores de busca, o hipertexto e gráficos, e de “interatividade comunicativa”, exemplificada pelas pesquisas e enquetes, fóruns, salas de bate-papo, escolha de notícias mais interessantes e mais

lidas, envio de notícias pelo correio eletrônico – entre outras ações. No caso dos produtos pesquisados, acreditamos que o mecanismo predominante é o de interatividade seletiva, o que significa dotar o usuário desses serviços da capacidade de exercer o terceiro canal de *gatekeeping* mencionado por Schoemaker e Vos (2011).

### 3.3. Noticiabilidade e valores-notícia

A adoção de rotinas na organização do trabalho e no processo de produção do jornalismo passa diretamente pelo conceito de “noticiabilidade”, que representa o conjunto dos valores-notícia determinantes para definir se um acontecimento ou assunto é susceptível de se tornar notícia, de acordo com a definição adotada por Traquina (2008). Em outras palavras, como menciona Wolf (2010, p. 195), a noticiabilidade de um evento traduz a sua “aptidão” para ser transformado em notícia. São esses mecanismos que conferem previsibilidade à operação jornalística e permitem que as organizações de mídia enfrentem a abundância de acontecimentos de uma forma planejada e racional. Como qualquer organização complexa, “um meio de informação não pode trabalhar com base em fenômenos idiossincráticos” (TUCHMAN, 1977, p. 45, apud WOLF, 2010, p. 195).

Para isso, segundo a autora norte-americana, é necessário reduzir os fenômenos a classificações construídas para esse fim, que resume em três tarefas básicas:

1. tornar possível o reconhecimento de um evento (inclusive dos excepcionais) como evento noticiável;
2. elaborar modos de relatar os eventos, que não levem em conta a pretensão de cada acontecimento ser uma exposição idiossincrática;
3. organizar o trabalho temporal e espacialmente de maneira tal que os eventos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de modo planejado. Essas tarefas estão inter-relacionadas (TUCHMAN, 1977, p. 45, apud WOLF, 2010, p. 195).

Assim, os valores-notícia “agem concretamente para tornar possível a rotinização do trabalho jornalístico” (WOLF, 2010, p. 228), por isso a importância defendida pelo autor de que esses valores sejam contextualizados nos procedimentos de produção, sob o argumento de que, nessas circunstâncias, adquirem seu significado e desenvolvem a sua função. Ao determinar a noticiabilidade dos acontecimentos, moldam as notícias dentro de um padrão considerado estável e previsível – mesmo que a cultura jornalística privilegie um saber instintivo e não reflexivo, conforme destaca Tuchman. Como já foi mencionado, a noção de *timing* marca a cultura jornalística de modo significativo e é no contexto da escassez

substantial de tempo e de meios que se acentua a relevância dos valores-notícia, o que nos remete para o cenário de exiguidade temporal aguda nas operações jornalísticas que envolvem coberturas em tempo real.

A organização jornalística a que Traquina (2008, p. 39) se refere de uma forma geral “funciona dentro de um ciclo temporal”, em que a urgência é um valor dominante. O autor adota como parâmetro o ciclo do “dia noticioso”, o que precisa ser relativizado quando abordamos a mídia digital na operação em fluxo contínuo. Os conceitos que ele aborda, no entanto, são relevantes por retratarem uma realidade que será ainda mais acentuada no ciclo de um *continuum* de notícias, mencionado por Jorge (2013), como reflexo da reestruturação das redações para funcionarem nas 24 horas do dia.

O que nos interessa destacar nesse ponto é a importância que Traquina (2008) consagra ao planejamento da atividade jornalística com o objetivo de organizar a “aparente instabilidade” da dinâmica noticiosa. Uma parte da operação jornalística é planejada antes do dia em que os acontecimentos cobertos têm lugar. “Um tal planejamento identifica os ‘acontecimentos futuros’ numa tentativa de impor ordem ao (possível) caos provocado pela imprevisibilidade de (alguns) acontecimentos” (2008, p. 39). Wolf (2010, p. 254) enfatiza que a programação é um “componente crucial” e de “forte importância” na fase de coleta de informações, como concluem os estudos e pesquisas do *Newsmaking*.

Nesse contexto, “os valores-notícia são, portanto, regras práticas que compreendem um *corpus* de conhecimentos profissionais que, implícita e muitas vezes explicitamente, explicam e guiam os procedimentos de trabalho redacional” (WOLF, 2010, p. 203). As observações do autor abrangem, na nossa avaliação, os serviços de informação em fluxo contínuo, especialmente na menção à necessidade de uma operação jornalística quase “automática”, marcada pela repetição de certos procedimentos:

(...) trata-se [os valores-notícia], preferencialmente, da lógica de uma tipificação, destinada à realização programada de objetivos práticos e, em primeiro lugar, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos. Sendo assim, os valores/notícia devem permitir uma seleção do material, feita apressadamente, de modo quase “automático”, caracterizado por um certo grau de flexibilidade e de comparação, que seja defensável *postmortem* e, sobretudo, que não seja suscetível de muitos obstáculos (2010, p. 205).

Traquina (2008) observa que os valores-notícia não são imutáveis e sim influenciados pela época histórica em que se vive, pelos locais de onde se fala, pelas políticas editoriais das próprias organizações midiáticas, entre outras variáveis. Para ele, as referências do que é notícia estão inseridas historicamente e a definição da noticiabilidade de um acontecimento ou

de um assunto “implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional (2008, p. 94).

Sousa (2002) também enfatiza a influência da evolução histórica sobre os fatores que configuram a notícia, como os diferentes tipos de forças ou ações – pessoal, social, cultural, ideológica e física/tecnológica. “Podemos, assim, dizer que as notícias que temos, que os conteúdos e os formatos das notícias que temos, são frutos da história” (2002, p. 90). O autor menciona, como exemplo, os avanços no processo de transmissão e difusão de informação, responsáveis por novas formas de noticiar.

Com a ressalva de que existem valores constantes na definição do que é noticiável ao longo do tempo – como o insólito, o extraordinário, o catastrófico, a guerra, a violência, a morte, a celebridade – subsiste válida a noção sobre o caráter mutante desses parâmetros. Nesse sentido, é útil relembrar a tipologia de valores-notícia adotada por Wolf (2010), que é reconhecida como referência no campo do *Newsmaking*. Como critérios substantivos, que se articulam em torno da importância e o interesse da notícia, ele lista quatro variáveis:

1. Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; (...)
2. Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; (...)
3. Quantidade de pessoas que o acontecimento (de fato ou potencialmente) envolve; (...)
4. Relevância e significatividade do acontecimento em relação aos desenvolvimentos futuros de uma determinada situação (2002, p. 208-214).

Os critérios relativos ao produto abrangem primordialmente a disponibilidade de material e os caracteres específicos do produto informativo. Nesse terreno, leva-se em consideração o acesso dos jornalistas ao evento, o esforço de cobertura para noticiá-lo e os custos envolvidos na operação de reportagem. Um critério central que Wolf situa entre aqueles relacionados ao produto é o da novidade, que ele aborda em conexão com o valor-notícia de frequência, acentuando que as notícias devem referir-se a eventos amparados o máximo possível pelo momento da transmissão do noticiário – uma dimensão temporal que abordamos no capítulo de *Revisão de Estudos*.

Para a determinação operativa do valor-notícia da novidade de um acontecimento, entram em jogo múltiplos fatores, segundo Wolf (2010), inclusive o da concorrência. Nos serviços com cobertura em tempo real, esse fator assume grande relevo, numa corrida acelerada pela primazia de noticiar com exclusividade. O autor ainda dedica mais atenção à abordagem dos critérios relativos à concorrência, ressaltando, em primeiro lugar, que os veículos de comunicação competidores no mercado tentam usar as informações exclusivas, os furos de

reportagem, para superar seus concorrentes, apesar das dificuldades que enfrentam para isso. Essa competição gera “expectativas recíprocas, no sentido de que pode acontecer de uma notícia ser selecionada por se esperar que os meios de comunicação concorrentes também o façam” (2010, p. 224).

Wolf (2010) menciona ainda os critérios relativos ao meio e ao público para capturar nos moldes teóricos aquilo que os jornalistas aprendem nas redações, de acordo com uma cadeia de comando, que pode ser ostensiva ou simplesmente percebida pela convivência. A sua visão é que os jornalistas conhecem pouco seu público, o que não os impede de adotar rotinas de produção que assumem suposições sobre o interesse de seus leitores e usuários. Uma das explicações aventadas por Wolf é que os profissionais convivem com referências e apelos constantes às exigências e necessidades dos destinatários do resultado de sua atividade. Assim, acabam por se valer de argumentos como profissionalismo, empenho e experiência para atestar que sabem discriminar o interesse de seu público, embora essas explicações não passem por nenhum critério independente para serem comprovadas.

Schoemaker e Vos (2011, p.78) afirmam que os jornalistas são expostos ao seu público “de forma modesta”, o que inclui encontros ocasionais com leitores ou telespectadores e comentários recebidos através do e-mail do jornalista, cada vez mais disponível nos veículos da mídia contemporânea. Os pesquisadores citados pelos dois autores norte-americanos, como Gates e Schlesinger, sustentam, mesmo assim, que os jornalistas possuem apenas uma ideia abstrata, de segunda mão, sobre o que o público deseja da mídia. A conclusão de Schoemaker e Vos (2011, p. 79) é que “os jornalistas se baseiam em rotinas fortemente estabelecidas, e não na audiência, para produzir notícias, que, acredita-se, sejam atraentes ao público-alvo”.

Na nossa avaliação, é possível concluir ainda que os jornalistas pelo menos presumem os interesses do seu público ao adotar essas rotinas, o que significa dizer que o público é um ator, em maior ou menor medida, na definição dos valores-notícia – um ponto que será colocado em relevo na pesquisa sobre os produtos em fluxo contínuo. O peso das rotinas na definição dos valores-notícia é ressaltado por Traquina (2008) ao abordar a ordem interna das organizações jornalísticas e sua estrutura de poder, que podem influenciar o espaço reservado a determinados valores-notícia na política editorial. “Os valores-notícia estão enterrados nas rotinas jornalísticas”, afirma (2008, p.93), o que se associa à sua percepção de inserção histórica desses valores para demarcar a perspectiva com que trabalhamos nesta dissertação.

### 3.4. Gêneros jornalísticos

“Aprender a fazer jornalismo é aprender a produzir gêneros jornalísticos”, afirma Lia Seixas (2009, p. 1) na obra que dedicou a essa área de estudo – *Redefinindo os gêneros jornalísticos* – e em que propôs uma abordagem do tema em sua dimensão sociodiscursiva. Jorge (2013) indica que a noção de gênero jornalístico é utilizada na análise literária, assim como na linguística, e está presente no exame do discurso midiático de acordo com o suporte: gêneros jornalísticos, como referência à imprensa escrita, gêneros televisivos e gêneros radiofônicos. No jornalismo digital, a autora destaca o sentido global de *textum*, “uma composição que absorve áudio, vídeo e interação com os leitores” (2013, p. 76), embora lembre que ainda persiste a predominância do texto escrito nesse universo.

Marcuschi (2002, p. 2), ao tratar dos gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital, identifica uma “nova economia da escrita”, como decorrência da introdução da escrita eletrônica, que estaria conduzindo, por sua vez, a uma cultura eletrônica: “Pode-se resumir esse aspecto numa expressão que está se tornando usual para designar o fenômeno, isto é, *letramento digital*, cujas características merecem ser melhor conhecidas” (2002, p. 2). Com as tecnologias digitais, de acordo com o autor, estaria ocorrendo uma espécie de “radicalização do uso da escrita”, tornando a sociedade “textualizada”, o que significa dizer mergulhada no plano da escrita. Marcuschi trabalha com a noção de gênero como fenômeno social e histórico, presente na nossa abordagem, que se concentra no texto escrito como principal objeto de atenção.

O trabalho de Seixas (2009) traz um resumo pertinente sobre a dimensão do referencial de gêneros jornalísticos:

- 1) O jornalista escreve inevitavelmente em gêneros,
- 2) Os gêneros funcionam para o jornalista como balizas/modelos de expressão que facilitam sua tarefa,
- 3) Os gêneros cumprem determinadas funções sociais,
- 4) Os gêneros são instituições vivas que evoluem para ajustar-se às funções próprias da atividade a que servem. Eles não só evoluem, também desaparecem e surgem outros novos.
- 5) A classificação dos gêneros importa, e muito, na medida em que reflete os valores da profissão e seus pressupostos epistemológicos (SANCHEZ; LÓPEZ PAN, 1988, p. 18 apud SEIXAS, 2009, p. 14).

O principal critério de definição de gênero para o campo do jornalismo é o da função ou finalidade, como aponta Seixas (2009), e que adotaremos nesta dissertação como eixo central. No caso brasileiro, o mais importante para os pesquisadores tem sido a finalidade das composições discursivas da produção jornalística, se informativa, opinativa e interpretativa,

segundo a autora. “No campo do jornalismo, os estudos existentes sobre gêneros são preponderantemente classificatórios” (2009, p. 56). Por necessidade de mercado e de ensino, de acordo com sua visão, o jornalismo dedicou-se a trabalhar a classificação de gêneros, em que ela enxerga também a influência da imprensa norte-americana, preocupada em delimitar os espaços da informação e da análise. O Brasil sofreu também a influência dos estudiosos espanhóis, que dividiram os gêneros pelos principais critérios de função e forma. No nosso caso, a abordagem funcional é útil aos propósitos deste projeto.

Nessa linha de pesquisa, um dos principais autores é José Marques de Melo (1994), que alerta sobre a natureza mutante e fluida das classificações utilizadas. No livro *A opinião no jornalismo brasileiro*, ainda hoje uma das principais referências na área de gêneros jornalísticos no Brasil, ele aborda o dilema das novas categorias que surgiam à época em que conduziu suas pesquisas iniciais, nos anos 1980, e as dificuldades para seu enquadramento. Melo cita as duas categorias que, historicamente, predominaram no jornalismo brasileiro – o informativo e o opinativo – e a convivência com as classificações consideradas novas. “Pelo menos essa é a tendência corrente nos países capitalistas, onde o jornalismo torna-se cada dia mais um negócio poderoso e suas formas de expressão buscam adequar-se aos desejos dos consumidores”, afirma (1994, p. 26).

Há um elo histórico entre essas afirmações e os modernos produtos em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, especialmente quando o autor aponta as iniciativas para se adaptar as formas de expressão do jornalismo às demandas dos consumidores nos negócios privados da mídia. No contexto desses produtos, também assumem relevância as classificações de notícias adotadas pelos pesquisadores para enquadrar os ritmos temporais e o tipo de conteúdo veiculado. Tuchman (1978) definiu cinco categorias para as notícias: *hard*, *soft*, *spot*, *developing* e *continuing*, considerando como distinção mais importante a que opõe os conceitos de *hard news* e *soft news* (1978, p. 48). Como notícias “duras”, a pesquisadora norte-americana enquadrava aquelas que abordam o aspecto factual dos acontecimentos, enquanto as notícias “leves” seriam aquelas de interesse humano, que não guardam relação estreita com os acontecimentos correntes.

Jorge (2013) utiliza algumas dessas categorias propostas por Tuchman (1978) e acrescenta outras, também úteis para o foco desta dissertação, assim como suas definições para cada tipo de notícia:

- *Hard news* – notícias duras, que dizem respeito, na maioria das vezes, a acontecimentos de política e economia, crimes, guerras, tragédias. As matérias deste



segmento referem-se a acontecimentos correntes (incêndio, assassinato, libertação de prisioneiros) e o tempo de validade é curto.

- *Soft news* – notícias brandas, ocorrências de menor importância, geralmente entendidas como *fait-divers* ou notícias de entretenimento, que não necessitam de veiculação imediata. Incluem-se matérias de interesse humano, saúde, comportamento, jardinagem ou compras (...). Não há uma relação de tempo imediata para este material, razão pela qual são vistos como *infotainment* (informação com entretenimento).
- *Hot news* – notícias quentes, imediatas, fornecem material em tempo real.
- *Breaking news* – *hard news* que acabaram de acontecer, são “o verdadeiro motor de atenção dos espaços noticiosos virtuais” na definição de Wiñazki (2004, p. 28), que as vê num “formato minimalista e veloz”; alimentam, em geral, as *Últimas Notícias*, seção dos websites que mostra o que de mais atual se passou.
- *Spot news* – notícias que dizem respeito a acontecimentos imprevistos.
- *Running news* – notícias em desenvolvimento, que vão se desdobrando ao longo do tempo.
- *Notícias em série* – um mesmo assunto que comporta textos em sequência. A diferença entre as notícias em desenvolvimento e as seriadas é que as primeiras são derivadas de fatos imprevisíveis, que vão se desenrolando num dia; as notícias feitas para sair em série admitem um planejamento e preparo antecipado, liberadas em períodos consecutivos (como os Especiais, produções multimídia sobre assuntos importantes, que corresponderiam a grandes reportagens). Podem ser também histórias cujo desenrolar forma uma sequência (JORGE, 2013, p. 87).

Neste trabalho, as categorias noticiosas de *hard news*, *hot news* e *breaking news* são as mais relevantes. Os manuais de redação costumam abordar o gênero notícia, de acordo com Jorge (2013), apenas como uma maneira de estruturação do texto e se restringem à montagem do lide e ao princípio da pirâmide invertida. “É o lide – geralmente o primeiro parágrafo do texto jornalístico – que dá à notícia a configuração como gênero” (2013, p. 101), na medida em que se trata de uma forma de organizar os fatos de acordo com o princípio da hierarquização, partindo do aspecto considerado mais importante ou relevante. Os primeiros parágrafos do texto devem responder às cinco perguntas básicas ensinadas aos jornalistas iniciantes: o que, quem, como, onde, por que. “Mais do que isso, expor os dados em ordem decrescente de interesse é um modo de seduzir e capturar a atenção” (2013, p. 101).

Reconhecido pelo leitor habitual, esse estilo da notícia facilita a leitura e a sua inserção em qualquer suporte, considerando-se que as informações relegadas ao final da matéria seriam aquelas supostamente menos importantes e passíveis de serem suprimidas. Na avaliação de Jorge (2013), o lide representa a peça básica da estrutura da pirâmide invertida, que é o inverso do relato em ordem cronológica. O modelo da pirâmide invertida, por sua vez, “veio dar consistência e solidez a essa relação entre os acontecimentos e o relato noticioso, e trouxe, *pari passu* com a padronização da escrita jornalística, os conceitos de objetividade, concisão e brevidade, precisão e exatidão, imparcialidade e neutralidade” (2013, p. 101). Essa

visão se complementa com a sua avaliação de que a pirâmide invertida é o paradigma da narrativa no jornalismo ocidental.

Do ponto de vista funcional, a pirâmide: a) começa do mais importante; b) responde às questões primeiras que surgem na cabeça do leitor acerca de um determinado assunto; c) adota o princípio da dedução: do geral para o particular; d) tem uma estrutura fixa, formando blocos de pensamento. Do ponto de vista psicológico, o lide e a pirâmide se consolidaram porque as informações transmitidas no início da leitura se fixam na memória do receptor e servem como estímulo para que continue a leitura ou a abandone, se não estiver no seu foco de interesse. Do ponto de vista ideológico, a pirâmide invertida é herdeira das tradições positivistas, representa a forma padrão do jornalismo no Ocidente e traz consigo as premissas de isenção, objetividade e imparcialidade no relato (JORGE, 2008, p. 6).

Jorge (2013) ainda assinala que dois outros tipos de texto no jornalismo escrito se desenvolveram com base nesse modelo: a pirâmide normal, também conhecida como estrutura cronológica, em que as relações temporais ou causais dos acontecimentos regem a estrutura narrativa, e a pirâmide mista, que começa com um lide clássico, destacando os pontos-chaves de história, e depois desenvolve o relato em ordem cronológica. Essas variações serão úteis para analisarmos a estrutura textual dos conteúdos inseridos nos produtos de informação em fluxo contínuo, mesmo nos parecendo claro que o modelo tradicional da pirâmide invertida representa o formato predominante na construção da notícia, que se generaliza com a profissionalização do jornalismo.

Podemos considerar, portanto, à luz dessa percepção e da evolução histórica, que os padrões narrativos representam valores fundantes da profissão de jornalista e contrariá-los significa, em sentido inverso, colocar em cheque a própria formação da atividade profissional. Traquina (2004) enquadra os saberes de narração, ao lado dos saberes de reconhecimento e de procedimento, como “elementos constitutivos” (2004, p. 206) de toda uma cultura que os integrantes do grupo jornalístico desenvolveram num processo histórico e contínuo de profissionalização. O “saber de narração” é entendido como “a capacidade de compilar todas essas informações e ‘empacotá-las’ numa narrativa noticiosa, em tempo útil e de forma interessante” (2004, p. 43).

Ao historiar a evolução do formato jornalístico, Traquina (2004) puxa o fio da meada da cobertura jornalística do *Discurso à Nação* do presidente dos Estados Unidos ao Congresso, ao longo de três séculos. Nesse período, os modelos dessa cobertura passaram por mutações e assumiram três formatos básicos: o registro estenográfico, de 1790 até 1850; um relato cronológico e comentários sobre o acontecimento, no período de 1850 a 1900, e a reportagem da mensagem, com a utilização da pirâmide invertida, a partir dessa data. Citado

por Traquina, Schudson (1982) identifica na evolução experimentada nessa cobertura os sinais de mudanças expressivas no desenvolvimento dos jornalistas enquanto profissionais, o que significaria a crescente afirmação de uma autoridade profissional.

A introdução da pirâmide invertida, que se tornou dominante a partir de 1900, permitiu que os jornalistas deixassem de fazer um relato estritamente cronológico da reabertura dos processos congressionais nos Estados Unidos, assumindo particular importância a técnica do lide da notícia. Como sublinha Traquina, foi precisamente com o estabelecimento do lide como convenção no relato noticioso que se tornou possível identificar “a crescente afirmação de uma autoridade profissional, embora já tivessem existido outras manifestações de crescentes saberes ligados à atividade jornalística (TRAQUINA, 2004, p. 88).

Outras manifestações dos novos saberes ligados à atividade jornalística já haviam sido registradas nessa época, como a própria utilização da estenografia, a invenção de novos gêneros, como a entrevista e a reportagem, e a elaboração de uma linguagem específica. A pirâmide invertida, em alguma medida, seria a confirmação dessa construção profissional, o que nos interessa de perto nesta dissertação.

Com a pirâmide invertida, os jornalistas, cada vez mais, tomaram como sua prerrogativa afirmar algo sobre o mais vasto sentido político da mensagem. Toma-se como certo o direito e a obrigação do jornalista de mediar e simplificar, cristalizar e identificar os elementos políticos no acontecimento noticioso. Assim, com base no exemplo norte-americano, houve a afirmação de competências e saberes específicos por parte dos membros deste grupo de pessoas que trabalhavam nos jornais. Começavam a reivindicar um monopólio de saberes, indicativo da construção de uma ‘profissão’ (TRAQUINA, 2004, p. 89).

As mudanças registradas nas convenções narrativas do jornalismo levaram os profissionais norte-americanos a se permitirem analisar o significado das mensagens presidenciais, como aponta Traquina (2008), o que podemos considerar como o fortalecimento do papel dos jornalistas na mediação entre os acontecimentos e o público. Sousa (2002) enfatiza a consagração da pirâmide invertida como paradigma narrativo da notícia, sob impacto da necessidade de enviar informações por telégrafo, que tinha custos elevados no século XIX.

O telégrafo introduziu alterações fundamentais na escrita das notícias, resultando na utilização de “uma linguagem homogeneizada, rápida, de fatos escassos, numa palavra, telegráfica” (TRAQUINA, 2004, p. 54). A imposição dos novos padrões de seleção e síntese da informação justifica-se também pelo reduzido grau de alfabetização das sociedades da

época. Para Sousa (2002, p. 92), são fatores cruciais da narrativa jornalística, “que posteriormente foram transmitidas de geração de jornalistas em geração de jornalistas, configurando-se como traços de cultura profissional, particularmente visível nas agências noticiosas”.

Esse processo histórico não foi isento de conflitos e contradições. No final do século XIX, enquanto a estenografia e o telégrafo tornavam viável a reportagem “rápida e precisa”, segundo Traquina (2008, p. 63), o jornalismo francês resistia particularmente a abrir mão do estilo literário e dos fortes vínculos políticos que o caracterizavam. A influência do modelo norte-americano, focado em notícias, na elaboração de reportagens extensivas e de cunho investigativo, tudo isso foi encarado como uma conspiração de um estilo consagrado às formas literárias e à ênfase na opinião política.

Traquina (2004, p. 68) cita as reações indignadas na França daquele período: “A informação, a notícia exata ou inexata, toma um lugar cada vez mais considerável nas colunas dos jornais e o estilo telegráfico tende cada mais a substituir o dos mestres”, estava escrito no anuário da imprensa francesa, de 1875. “Americanizamo-nos todos os dias... a imprensa sofreu uma transformação completa. O leitor exige a brevidade acima de tudo... E sobretudo nada de doutrina. Nada de exposição de princípios”, continuavam os autores do anuário (2004, p. 68).

O jornalista Eugène Melchoir escreveu no jornal *Le Figaro*, no ano de 1898, que “a curiosidade pública exige cada vez mais a informação total e rápida, à americana” (TRAQUINA, 2004, p. 68). Outro jornalista da época, Albert Moise Millaud, condenou o “novo jornalismo”, acusando-o de ter aniquilado a literatura e o próprio jornalismo. “A reportagem está a insinuar-se nos jornais franceses, e esta é a última palavra em decadência literária” (O’BOYLE, 1968, p. 531 apud Traquina, 2004, p. 72). O escritor Émile Zola também participou dessa discussão apaixonada na França e lamentava, em 1888, que o fluxo desencadeado pela informação tivesse matado a crítica literária e se ressentia da falta do estilo lento e comedido da velha imprensa. Todos esses exemplos delineiam, em breves pinceladas, as dificuldades que acompanham historicamente as mudanças de gênero e estilo no campo jornalístico, o que consideramos válido para as transformações decorrentes da emergência da mídia digital.

### 3.4.1. Interpretação e contextualização

Wolf (2010) chama atenção para a tendência de as notícias serem emolduradas de modo descontínuo e anistórico, sempre com a preocupação do presente em primeiro plano. Ele menciona Schlesinger (1978), nesse sentido, e a sua concepção de “redução de significatividade”, decorrente da maneira como as notícias são processadas. Wolf destaca ainda, como parte desse processo, a dinâmica de “descontextualização” do acontecimento ou sua remoção do contexto em que ocorreu, para uma posterior “recontextualização” no formato de noticiário.

Grossi (1985) também observa esses mesmos recursos de que se valem os jornalistas na elaboração da notícia: “O processo informativo contribui para descontextualizar um acontecimento (...) e recontextualizá-lo nas formas informativas (GROSSI, 1985, p. 384 apud SAPERAS, 1987, p. 139). Para Grossi, é nessa dinâmica de descontextualização e recontextualização que se constrói a realidade social para a qual está orientada a atividade jornalística e que se manifesta na narração dos acontecimentos. São mecanismos próprios do processo de produção da notícia, que não devem ser confundidos com os conceitos aplicados nos estudos de gêneros jornalísticos, nos quais o processo de contextualização é identificado com a abrangência e profundidade das informações sobre os acontecimentos.

Ao abordar as notícias nos produtos impressos, Motta as define como “fragmentos desconexos de sentido” e que “dificilmente contam uma história completa”, concluindo que “as notícias são assim fragmentos dispersos e descontínuos de significações parciais” (2010, p. 147). Wolf (2010) afirma que a própria organização do trabalho jornalístico, referindo-se à mídia tradicional impressa e televisiva, é “estruturalmente orientada para reunir mais os eventos pontuais do que as tendências constantes ou os processos sociais emergentes” (2010, p. 216).

A sua observação é que a “ideologia da notícia” está “estritamente ligada à natureza fragmentária da cobertura jornalística”. Tuchman (1978) situa na dimensão temporal, pela necessidade de diferentes notícias a cada dia, a tendência do jornalismo diário de enfatizar os eventos e não as problemáticas. Ela considera os eventos concretamente inseridos numa “rede de facticidade” (1978, p. 134), enquanto as problemáticas são baseadas em explicações analíticas do cotidiano como uma estrutura socialmente vivenciada.

Essas noções contidas nos estudos do *Newsmaking* são úteis para explorar a natureza dos produtos de informação em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, utilizando-se os conceitos de gêneros jornalísticos para qualificar os formatos produzidos. Com base nos

critérios de gêneros, interessa-nos detectar a presença das categorias informativa, interpretativa e opinativa, e a forma como se apresentam aos usuários desses serviços informativos. Entendemos que essas categorias enriquecem a abordagem sobre a contextualização dos acontecimentos, permitindo avaliar até que ponto a “redução de significatividade” mencionada como parte do processo noticioso é aprofundada ou não nos produtos pesquisados. Levamos em conta que a moldura descontínua e anistórica a que se refere Wolf (2010) está presente em todo o processo de construção da notícia jornalística e não apenas nos produtos em fluxo contínuo.

Seixas (2009) lembra que a necessidade de ir além da transmissão de fatos é que proporciona as condições para o surgimento do jornalismo interpretativo, que tem como marco histórico o período compreendido entre as duas grandes guerras mundiais. O chamado “*interpretative reporting*” foi a denominação escolhida na época para o esforço de contextualização dos conflitos. Os norte-americanos foram surpreendidos com a eclosão da Primeira Guerra Mundial, em 1914, e se ressentiram da escassez de elementos para prever a possibilidade de um confronto daquela magnitude e entender as razões de sua ocorrência.

A culpa por essa situação foi lançada aos periódicos, especialmente às agências noticiosas, que “havam se limitado a transmitir fatos, mas isso não bastava” (SEIXAS, 2009, p. 66-67). Acusou-se a *Associated Press*, uma das grandes agências noticiosas da época, de não querer oferecer interpretações, mas apenas a transmissão factual do óbvio. Se traçarmos um paralelo entre as antigas agências noticiosas e os modernos serviços de informação em fluxo contínuo, poderemos extrair um contexto rico para avaliação e pesquisa, embora estabeleçamos diferenças básicas entre as agências noticiosas e os produtos pesquisados. É interessante observar ainda no exemplo histórico a demanda por conteúdos que antecipassem o cenário de guerra, o que acentua a proximidade com os produtos pesquisados para esta dissertação.

Outro momento histórico que toca de forma direta nos temas pesquisados é a polêmica sobre o jornalismo de cunho interpretativo, vivenciada depois de superada a Segunda Guerra Mundial. Seixas (2009) observa que o chamado “jornalismo de explicação”, na conceituação dos estudiosos hispânicos, também chamado de “jornalismo de profundidade”, foi desenvolvido basicamente no meio impresso e respondeu à demanda criada pelas mídias eletrônicas da época – o rádio e a televisão. “Havia uma necessidade de saber mais sobre os assuntos que a televisão noticiava, inclusive com o ‘ao vivo’” (2009, p. 67).

A mesma observação é feita por Melo (1994, p. 105), ao se referir ao gênero jornalístico comentário, que ele enquadra na categoria opinativa: “O comentário atendeu a

uma exigência da mutação jornalística que se processou através da rapidez na divulgação das notícias (rádio e televisão)”. Segundo o autor, “informado rapidamente e resumidamente dos fatos que estão acontecendo, o cidadão sente-se desejoso de saber um pouco mais e quer orientar-se sobre o desenrolar das ocorrências” (1994, p. 105).

Na nossa avaliação, existe um paralelo entre as demandas por interpretação e opinião geradas pela aceleração da produção, distribuição e consumo da notícia nas plataformas de rádio e televisão e os modernos produtos de informação em fluxo contínuo, que abrangem coberturas em tempo real. Em comum nos dois casos, a experiência da mutação do jornalismo provocada pelos novos suportes tecnológicos e outras práticas profissionais – tudo isso inserido em um contexto social e histórico mais amplo. É relevante ainda a menção feita por Seixas (2009) à revista impressa como o suporte preferencial, no pós-guerra, ao exercício da contextualização, do aprofundamento e da avaliação a partir de dados comparativos.

Essas técnicas do *interpretative reporting*, no entanto, não seriam muito diferentes daquelas utilizadas para a produção de uma notícia, como reconheciam os próprios defensores desse conceito. “O que o chamado jornalismo ‘interpretativo’ faz com as informações é ampliar a margem de interpretação (...) para servir melhor ao leitor e dar-lhe mais elementos de juízo para que, por sua vez, ele interprete a atualidade que o serve (GOMIS, 1991, p. 11 apud SEIXAS, 2009, p. 68). O professor catalão citado por Seixas defende que a notícia, “no mais típico jornalismo de ‘fatos’”, também significa uma interpretação da realidade social. A diferença entre a notícia e a reportagem, por exemplo, estaria apenas no grau de interpretação, “já que o juízo interpretativo era o mesmo” (SEIXAS, 2009, p. 68), independente da função informativa ou opinativa – o que nos remete ao âmago da dimensão sociodiscursiva adotada pela pesquisadora.

Para a nossa abordagem, baseada principalmente na função, permanecem válidas as categorias que enquadram os diversos gêneros jornalísticos. No livro *Introdução ao jornalismo*, de 1962, Fraser Bond já revelava a preocupação com a necessidade de “interpretação e explanação das notícias”, algo que ele reivindica como “realmente visível” em sua época: “A vida tem se mostrado tão complexa e seus interesses tão diversos que mesmo os especialistas ficam confusos em seu próprio campo de conhecimento”, afirma (BOND, 1962, p. 19-21, apud MELO, p. 27), relacionando argumentos que bem poderiam ser aplicados à cena contemporânea. É pela necessidade de interpretação dos fatos que Bond inclui no seu sistema de classificação jornalística a categoria interpretativa, ao lado das tradicionais categorias informativa e opinativa, acrescidas da novidade do entretenimento.

O esquema Lasweel/Wright<sup>10</sup> é aplicado por Nixon ao processo jornalístico, nos anos 1960, encontrando como resultado quatro categorias básicas no jornalismo, que são detalhadas de acordo com os seguintes conceitos:

1. A instituição jornalística assume o papel de observadora atenta da realidade, cabendo ao jornalista proceder como “vigia”, registrando os fatos, os acontecimentos e informando-os à sociedade. Essa função corresponde ao *jornalismo informativo*.
2. Além disso, reage diante das notícias, difundindo opiniões, seja as opiniões próprias, seja as que lê, ouve ou vê. Nesse sentido assemelha-se à instituição do *Fórum* na Grécia antiga, atuando como conselheira, como formadora de opinião. Essa função corresponde ao *jornalismo opinativo*.
3. Na medida em que informa e orienta, também contribui para enriquecer o acervo de conhecimentos da coletividade. Isso se efetiva por intermédio de informações que esclarecem o que está acontecendo e não é percebido claramente pelo público. Os fatos são portanto esclarecidos, explicados, detalhados. Essa função corresponde ao *jornalismo interpretativo*.
4. Finalmente, preenche os momentos de ócio das pessoas ou comunidades, oferecendo informações não necessariamente utilitárias, mantendo seções que buscam entreter, ou abrindo espaço para prender o interesse do público, divertindo-o. Essa função corresponde ao *jornalismo diversional* (NIXON, 1963, p.27-29 apud MELO, 1994, p 28-29).

Essas classificações guardam relação com os primeiros registros de separação de gêneros jornalísticos, no século XVIII, na Inglaterra, como indica Jorge (2008, p.4): “Samuel Buckley assinalou pela primeira vez a diferença entre esses dois gêneros jornalísticos – notícia e comentário – adotando como slogan do jornal *Daily Courant* a frase ‘*Only news, no comments*’”. Páginas diferentes no espaço editorial foram reservadas aos conteúdos com as características definidas e a divisão se apoiaria mais no axioma “*Facts are sacred, comments are free*” (Fatos são sagrados, comentários são livres). A partir daí, segundo a autora, deu-se origem a uma tipologia textual com base na dicotomia fatos/opinião, informação/comentário, o que gerou classificações distintas para jornalismo informativo e jornalismo opinativo.

Os critérios consagrados por José Marques de Melo (1994), que posteriormente passou a admitir também a categoria interpretativa na sua classificação antes restrita às categorias informativa e opinativa, norteiam o nosso trabalho. Nos estudos conduzidos pelo autor nos

---

<sup>10</sup> “O modelo lasswelliano, proposto em 1948, explica que ‘um modo apropriado de descrever um ato de comunicação é responder às seguintes perguntas: quem, diz o quê, por qual canal, a quem, com qual efeito. O estudo científico do processo de comunicação tende a se concentrar numa ou noutra dessas interrogações’” (LASSWELL, 1949, p. 84 apud WOLF, 2009, p. 12).



anos 1980, a sua conclusão é que seriam válidas, no jornalismo brasileiro – e Melo confere grande importância à realidade de cada país na adoção de diferentes classificações de gêneros – apenas as categorias informativa e opinativa, deixando à margem a categoria interpretativa. Essa exclusão foi justificada pela afirmação de que o jornalismo interpretativo, no sentido de procedimento explicativo que lhe atribuem os norte-americanos, estaria perfeitamente contemplado no jornalismo informativo. Nesse ponto, Marques não seguiu inteiramente os argumentos preconizados por Luiz Beltrão, cuja classificação abrangia, desde o início, as categorias informativa, interpretativa e opinativa.

Na entrevista que concedeu à pesquisadora Lia Seixas, em abril de 2008, José Marques de Melo justificou que “nos anos 80, a pesquisa que fiz só me indicou a predominância de informativo e opinativo” (SEIXAS, 2009, p. 56-57). A revisão feita por Marques, por força de novos gêneros que foram surgindo no jornalismo brasileiro, como ele argumenta, passou a incluir a existência de cinco categorias autônomas: “informativa”, “opinativa”, “interpretativa”, “diversional” e “utilitária”. Nesta dissertação, as categorias que nos interessam mais de perto são a informativa, a opinativa e a interpretativa. Seixas enfatiza que o entendimento de Marques de Melo sobre o gênero interpretativo coincide com o sentido original em inglês da palavra interpretação – como sinônimo de explicação e educação – enquanto, na acepção brasileira, interpretação e opinião seriam similares.

Em seus estudos iniciais, Marques de Melo referiu-se às características dos gêneros interpretativos como próximas à ideia de “análise, pesquisa, buscando precisão – daí uma de suas variantes que é o ‘*precision journalism*’ – no sentido de explicar, esclarecer, ilustrar o público receptor” (1994, p. 50). Mesmo que Marques de Melo identificasse na experiência brasileira certa indistinção entre interpretação e opinião, a concepção norte-americana não é estranha aos estudos sobre gêneros jornalísticos no País. Cremilda Medina e Paulo Roberto Leandro seguem a mesma trilha de estudiosos dos Estados Unidos. Para eles, o jornalismo interpretativo define-se como “o esforço de determinar o sentido de um fato, através da rede de forças que atua nele – e não a atitude de valoração desse fato ou de seu sentido, como se faz em jornalismo opinativo” (MEDINA; LEANDRO, 1972, p. 16, apud MELO, 1994, p. 31).

Luiz Beltrão (1976), por sua vez, considera o exercício da interpretação uma característica intrínseca da atividade jornalística. Sousa (2002, p. 51) acredita que, ao praticar crescentemente a análise, “o jornalista estará, na minha perspectiva, a recuperar algum do seu protagonismo”. A perspectiva de Sousa é que o jornalismo profissional, ao promover a dependência das rotinas e fortalecer as relações entre a imprensa e o Estado, acabou por delegar às fontes “oficiais” a validação e a autenticação do produto noticioso, em detrimento

do próprio jornalista. É esse protagonismo que seria recuperado pelo profissional com o exercício da análise. Sousa cita o pesquisador português Ricardo Jorge Pinto, da Universidade Fernando Pessoa, que vincula a ascensão da análise, situada entre a informação factual e a opinião, ao declínio do paradigma da objetividade jornalística.

Em suas investigações sobre a evolução do jornalismo político, o pesquisador conclui que ocorreu um decréscimo da percentagem de parágrafos de citação nas notícias, desde os anos 1960, que ele credita em parte ao questionamento da ideia de que a credibilidade e a objetividade jornalísticas estão associadas às citações. Trata-se de uma “mudança de paradigma no jornalismo político, pois ofereceu maior espaço para a interpretação jornalística e, conseqüentemente, facilitou a transição de um modelo descritivo de jornalismo político para um modelo analítico e interpretativo” (SOUSA, 2002, p. 70). Uma conclusão importante do autor para o nosso trabalho é que esse novo paradigma, por sua vez, promove a especialização dos jornalistas políticos, pois “só jornalistas especializados, com um vasto domínio dos assuntos e uma ampla rede de contatos, podem, judiciosamente, enveredar pela análise e pela interpretação dos fenômenos” (2002, p. 71)

Melo estende essa visão a outras áreas do jornalismo, que não a cobertura política, ao tratar do gênero jornalístico comentário, que ele considerava emergente em sua pesquisa realizada nos anos 1980, enquadrando-o na categoria opinativa. “O comentarista é geralmente um jornalista com grande experiência e tirocínio, que acompanha os fatos não apenas na sua aparência, mas possui dados nem sempre disponíveis ao cidadão comum” (MELO, 1994, p. 105). Sua caracterização desse profissional capaz de exercer o comentário é que se trata de “um observador privilegiado, que tem condições para descobrir certas tramas que envolvem os acontecimentos e oferecê-las à compreensão do público” (1994, p. 105). A especialização necessária para esse desempenho também é ressaltada pelo autor:

Por sua própria natureza, o comentário exige especialização. Não há comentarista de assuntos gerais. Cada jornalista acumula experiência e conhecimento num setor (política, economia, esportes) e se dedica a discernir a evolução do que acontece. Comentar é uma tarefa que pressupõe ancoragem informativa e perspectiva histórica. Sem dispor de dados concretos e de referencial analítico, o comentário corre o perigo de cair no vazio e fraudar o receptor. Afinal de contas, quem recorre ao comentário quer dispor de uma bússola para entender a contemporaneidade”. (...) o comentarista é um profissional que possui farta bagagem cultural e portanto tem elementos para emitir opiniões e valores capazes de credibilidade. Atua assim como líder de opinião (MELO, 1994, p.106 e 111).

Seixas (2009) relativiza a noção de protagonismo do jornalista no exercício da análise e do comentário ao problematizar as relações de poder dentro das organizações jornalísticas. De acordo com a sua caracterização, o jornalista-repórter tem autoridade limitada “aos fatos,

acontecimentos, dados verificáveis e comprováveis” (2009, p. 76). O colunista teria outro tipo de limitação, na medida em que a autora considera que somente alguns profissionais têm “autorização e autoridade para ações com juízo de valor pessoal para comentar, avaliar, sugerir, defender prever ou criticar” (SEIXAS, 2009, p. 76). A sua convicção é que “nas unidades informativas do fazer jornalística, a autoria é do veículo, antes de ser do jornalista”.

A tarefa de apurar para representar fielmente a realidade estabelece, segundo ela, um jornalista profissional “cada vez menos sujeito-autor, cuja assinatura é suplantada pela assinatura do veículo empresarial jornalístico” (2009, p. 82). No mercado do jornalismo de informação, “quem não é sujeito na empresa não pode emitir opinião, pois opinar é poder”. Marcuschi (2003) compartilha essa perspectiva ao abordar os gêneros textuais de uma maneira mais ampla:

(...) assumimos a posição de Carolyn Miller (1994:71) que vê no gênero um constituinte específico e importante da estrutura comunicativa da sociedade, de modo a constituir relações de poder bastante marcadas em especial dentro das instituições. O gênero reflete estruturas de autoridade e relações de poder muito claras. Observe-se o caso da vida acadêmica e veja-se quem pode emitir um *parecer*, dar uma *aula*, confeccionar uma *prova*, fazer uma *nomeação*, defender uma *tese de doutorado* e assim por diante. Os gêneros são formas de organização social e expressões típicas da vida cultural. Contudo, vale também ressaltar que os gêneros não são categorias taxionômicas para identificar realidades estanques (2003, p.4).

A partir desse contexto, Seixas (2009) defende que o único gênero discursivo jornalístico que se pode chamar de opinativo é o editorial. Apenas nesse espaço “enunciador e locutor são a mesma instituição jornalística e não importa o sujeito comunicante, por que, na verdade, este encarna a instituição” (2009, p. 331). Melo (1994) apresenta outra abordagem para a avaliação do exercício opinativo na mídia. O autor defende que a estrutura do jornalismo industrial comporta, até mesmo por razões mercadológicas, diferenças de perspectiva na apreensão e valoração da realidade. “Talvez não se possa falar de pluralismo, porque toda instituição jornalística possui sua linha editorial que, através da seleção de informações (...) entrelaça o fluxo noticioso e lhe dá um mesmo sentido” (MELO, 1994, p. 94).

Mas existe, de acordo com o autor, “uma abertura para que a valoração das notícias possa ensejar a circulação de diferentes pontos de vista” (1994, p. 94). A sua conclusão relevante para o nosso trabalho é que “a amplitude desse espaço varia de instituição para instituição e depende sempre da conjuntura política nacional” (1994, p. 94) O detalhamento sobre os espaços opinativos, mesmo que calcado nos produtos impressos, preserva a sua validade para os estudos que realizamos:

A opinião da empresa, ademais de se manifestar no conjunto da orientação editorial (seleção, destaque, titulação) aparece oficialmente no *editorial*. A opinião do jornalista, entendido como profissional regularmente assalariado e pertencente aos quadros da empresa, apresenta-se sob a forma de *comentário*, *resenha*, *coluna*, *crônica*, *caricatura* e eventualmente *artigo*. A opinião do colaborador, geralmente personalidades representativas da sociedade civil que buscam os espaços jornalísticos para participar da vida política e cultural, expressa-se sobre a forma de *artigos*. A opinião do leitor encontra expressão permanente através da *carta* (MELO, 1994, p. 94).

Os meios digitais certamente alteraram muitas dessas caracterizações próprias do espaço físico do jornalismo impresso – os leitores manifestam-se hoje de formas muito variadas e não estão mais confinados ao território estrito das cartas, para citar apenas uma das mudanças mais evidentes. O que nos interessa na conceituação de Melo (1994) são os aspectos de fundo e as manifestações de gênero jornalístico, que ainda permanecem válidas em sua maior parte. A gênese do fortalecimento do comentário na imprensa brasileira é considerada pelo autor como uma tentativa de quebrar o monopólio opinativo do editorial. Ao assumirem um caráter mercantil, os dirigentes das instituições jornalísticas depararam-se “com a inevitabilidade das concessões sociais” (1994, p. 106) – desdobradas em concessões ao Estado, aos grupos econômicos que controlam os fluxos financeiros, como na compra de espaço e tempo para anúncios, e à própria audiência.

### 3.4.2. Mutações

Melo (1994) fala em mutações significativas nas formas de expressão jornalística em decorrência das transformações tecnológicas e, sobretudo, das alterações culturais no decorrer do tempo. Jorge (2008) cita Martinez-Albertos na mesma linha de raciocínio, considerando o jornalismo como uma instituição histórico-social e relacionando os gêneros às diferentes etapas do jornalismo como fato cultural. Na obra *Mutação no Jornalismo*, em que adota como eixo principal o percurso da notícia até a internet, Jorge (2013) busca justamente identificar como ocorrem os processos de passagem dos gêneros jornalísticos dos suportes mais conhecidos – como impresso, televisivo e radiofônico – para o suporte digital.

Ao se debruçar sobre o tema dos gêneros emergentes no contexto da tecnologia digital, Marcuschi (2003) especifica que esses estão inseridos na Comunicação Mediada por Computador (CMC), o que é válido para os produtos em fluxo contínuo analisados, assim como é pertinente a sua afirmação de que os gêneros textuais no âmbito da mídia virtual – que

ele também denomina de “discurso eletrônico” (2003, p. 3) – ainda carecem de mais estudos específicos. Lia Seixas destaca o surgimento de novos formatos “que se hibridizam” (2009, p. 2) em decorrência das novas mídias e propõe investigar se esse fenômeno já pode ser detectado na prática jornalística.

Na avaliação de Jorge, no texto *Gêneros emergentes no jornalismo digital: ensaio sobre a tipologia da notícia em sítios eletrônicos*, publicado em 2008, a notícia digital aparece, aos olhos do público, como “exacerbação das características” que a tornaram um produto aceito na sociedade contemporânea: “participa, padroniza esse processo de absorção de conhecimento a partir da realidade, com as promessas de velocidade, redução de tempo e precisão” (2008, p.11-12). Para ela, antes de significar a imposição de um gênero textual, a premissa básica no jornalismo é a “necessidade de se apresentarem as informações mais relevantes, raras ou importantes em primeiro lugar” (2008, p.12). Na internet, como acrescenta, a notícia ainda obedece aos preceitos máximos de informar e formar. A constatação da autora, a partir das pesquisas que conduziu, é que o formato da pirâmide invertida ainda é o mais usual.

Um dos principais mentores da usabilidade na rede, Jakob Nielsen, citado por Jorge no livro dedicado à mutação dos gêneros (2013), acredita que a pirâmide invertida tornou-se ainda mais importante na web, respaldado pelas pesquisas indicativas de que muitos internautas não rolam o texto na tela e preferem ler apenas o seu início. Apenas os usuários interessados em mais informações utilizam as setas de rolagem para chegar até o fim dos conteúdos. Essa capacidade de adaptar-se a novos ambientes é que sustenta a afirmação de Jorge de que a pirâmide invertida não é uma estrutura única e vem assumindo feições diferentes ao longo do tempo, o que explica também a longevidade desse modelo de quase um século e meio. Os hábitos dos usuários da mídia digital são dados muito relevantes para a configuração de produtos informativos.

A pesquisa conduzida por Adghirni e Moraes (2010) também identificou traços do jornalismo tradicional na narrativa do discurso jornalístico on-line, com a ressalva de que “as formas narrativas canônicas ganham contornos peculiares em contextos *on-line*, como a narrativa em *n* camadas unidas pelo dispositivo eletrônico *link*” (2010, p. 249). Os argumentos alinhados pelas autoras para explicar a sobrevivência dos formatos tradicionais na mídia digital são úteis para os propósitos desta dissertação:

- Os formatos narrativos usados estão historicamente consolidados;
- os jornalistas utilizam as convenções narrativas, pois elas pertencem à cultura e à memória profissionais;

- os leitores usam os esquemas convencionais apreendidos durante a socialização – e estocados na memória social – para a construção do esquema no ato da leitura;
- a narrativa na web pauta-se pelas formas canônicas compartilhadas para que o leitor identifique o material informativo na tela como discurso jornalístico;
- tais dispositivos atendem ao apelo de informação rápida do usuário web (ADGHIRNI; MORAES, 2010, p. 249).

No seu trabalho mais recente, datado de 2013, Jorge contribui para uma visão complexa sobre as mutações em curso no jornalismo, indicando as dificuldades de classificação dos gêneros jornalísticos atuais. Segundo a autora, as redes estimulam um intrincado sistema de inter-relação entre os diferentes meios, o que torna menos nítida a identificação de gêneros antes classificáveis com mais facilidade. “O que parece incontestável é que os meios digitais estão se emancipando dos meios tradicionais de maneira rápida, buscando uma retórica própria (...) As velhas formas não morrem – ainda estão em processo de mutação” (2013, p. 100-101). Em sequência, emerge uma série de mudanças por hibridização dos produtos já existentes, com a reciclagem de características ou a descoberta de novos gêneros.

Tivemos em mente, na nossa pesquisa, a constatação feita por Jorge (2013) de que o jornalismo digital é herdeiro principalmente das tradições do jornalismo impresso, embora tenha agregado posteriormente os formatos do rádio e da televisão. Em termos de composição, a autora identifica novos produtos, como “as ciberentrevistas, os *flashes*, os formatos específicos para *tablets* e celulares” (2013, p. 159). No caso dos produtos em fluxo contínuo que foram objeto desta dissertação, o formato de *flash* é um dos mais utilizados e integra o jargão jornalístico típico desse segmento. A premissa básica destacada por Jorge (2013) não é a imposição de um gênero textual no universo digital, como a pirâmide invertida, e sim o fato de o jornalismo apresentar as informações mais relevantes, raras ou importantes em primeiro lugar – “o que continua a ser um parâmetro e uma norma”, como destaca (2013, p. 228).

Outro ponto de identificação dos estudos de Jorge (2013) com o nosso trabalho é a conceituação dos tipos de leitura, no impresso e na tela eletrônica, que apelam a diferentes operações cognitivas. No caso da leitura no impresso, percebem-se os objetos e há tempo suficiente para criar esquemas adequados à sua assimilação. No segundo caso, “nós nos adaptamos a esquemas temporários para apreender objetos novos e, ao fazer isso, cotejamos as diferenças com o repertório que conhecemos” (2013, p. 58). A dedução de Jorge nos parece bastante precisa: “o internauta está sempre insatisfeito”.

Nós não lemos hipermídia: nós navegamos ou surfamos nela. Para Vandendorp, na medida em que se navega, a leitura é ‘fragmentada, rápida, instrumental e inteiramente orientada à ação. Como um surfista, o cibernauta não faz mais que deslizar sobre a espuma constituída de milhares de fragmentos textuais. No suporte papel as páginas são ‘copresentes’. Na tela, o que se chama de página – mas, na verdade, é a representação gráfica e visual de um espaço de notícias – requer a ação do leitor para aparecer. (...) A navegação na rede estimula movimentos randômicos dos usuários e isso não favorece a leitura. O leitor do hipertexto é regido pelo imediatismo e pela urgência, longe da atitude meditativa, intensiva, valorizada no passado (JORGE, 2013, p. 58).

O panorama retratado por Jorge nem sempre coincide com as características dos produtos em fluxo contínuo destinados aos mercados financeiro e corporativo, que analisamos nesta dissertação, mas seu trabalho traz conceitos e abordagens que se aplicam plenamente a esses serviços. Discordamos pontualmente da contradição apontada pela autora no meio digital ao considerar que o espaço infinito da rede seria o lugar para abrigar textos de análise, na medida em que reconhecemos esses conteúdos analíticos presentes na mídia digital. Mesmo assim, são válidos para nossa pesquisa os argumentos da autora, baseados em sua pesquisa em sites da internet, de que a extrema abundância de acontecimentos gera dificuldades para controlá-los.

Os cento e quarenta caracteres do Twitter, que Jorge considera um exemplo de “escritura fragmentária” (2013, p. 63) do meio digital, também encontram paralelo nos recursos narrativos dos produtos pesquisados, como indicaremos nos resultados da pesquisa realizada para esta dissertação. Assim como restam inteiramente válidas as observações a respeito da iconografia digital, considerada um dos elementos da hipertextualidade com seus signos que remetem ao objeto representado – a câmara fotográfica que representa o vínculo para fotos ou o símbolo da câmera de vídeo que leva ao arquivo de imagens, entre outros exemplos.

A referência ao universo televisivo pode ser esclarecedora para a abordagem proposta nesta dissertação. Na seleção dos principais conteúdos, no tempo dedicado aos temas e nas conexões feitas no noticiário da televisão, ou seja, na estrutura da cobertura desse meio, observa-se a construção de um “contexto de interpretação”, de acordo com a expressão utilizada nos estudos dos Langs (LANG, K; LANG, G.E, 1955, p. 181 apud WOLF, 2010, p. 190). Esse contexto de interpretação é relacionado à atmosfera e a um conjunto de expectativas que se formam em torno de um evento. Partimos do pressuposto, com base nesse referencial teórico, que também nos produtos digitais pesquisados há um contexto de interpretação a ser analisado, a partir de um conjunto de elementos textuais e iconográficos, entre outros, associados a recursos de hipertextualidade e interatividade.

#### 4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho de pesquisa combinou diferentes procedimentos metodológicos para alcançar os objetivos propostos. A metodologia da análise de conteúdo foi utilizada para permitir uma avaliação quantitativa dos conteúdos jornalísticos dos produtos *Broadcast* e *Valor PRO*. A realização de entrevistas em profundidade com profissionais das duas empresas foi a técnica qualitativa escolhida para complementar os demais procedimentos e obter informações, percepções e experiências úteis para a resposta aos nossos problemas de pesquisa. Também pude me valer da experiência profissional nas duas empresas para focar os pontos de interesse na pesquisa, com a precaução de manter uma postura de maior distanciamento possível em relação aos objetos pesquisados e de transparência ética quanto às observações de caráter pessoal inseridas neste trabalho.

Laurence Bardin, uma das principais referências na linha metodológica que adotamos, afirma em seu livro *Análise de Conteúdo*, na edição publicada em 2011, que se trata de “um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (2011, p. 15). O fator comum dessas técnicas múltiplas e multiplicadas, que abrangem desde o cálculo de frequências até a extração de estruturas que se traduzem em modelos, “é uma hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência” (2011, p. 15). A autora ainda acrescenta que, enquanto esforço de interpretação, “a análise de conteúdo oscila entre os dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade” (2011, p. 15). A ênfase na etapa de inferência, prevista na metodologia e que a autora compara a um processo de dedução lógica, pontua todo o texto da obra de Bardin.

(...) a análise de conteúdo já não é considerada exclusivamente com um alcance descritivo (cf. os inventários dos jornais do princípio do século), pelo contrário, toma-se consciência de que a sua função ou o seu objetivo é a inferência. Que esta inferência se realize tendo por base indicadores de frequência, ou cada vez mais assumidamente, com a ajuda de indicadores combinados (cf. análise das coocorrências) toma-se consciência de que, a partir dos resultados da análise, se pode regressar às causas, ou até descer aos efeitos das características das comunicações” (BARDIN, 2011, p. 27).

Entre os estudiosos que estruturaram as regras analíticas dessa metodologia, no final dos anos 1940, a análise de conteúdo era considerada uma técnica de investigação voltada para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação. A marca da origem positivista, calcada na indicação das ciências exatas como paradigma do



conhecimento científico, foi atenuada justamente pela valorização da etapa de inferência, na avaliação de Fonseca Júnior (2012, p. 284): “Ao focar atenção nos mecanismos subjacentes da mensagem que não podem ser observados, a inferência também contribuiu para amenizar o impacto da herança positivista na análise de conteúdo”. À posição de que o método da análise de conteúdo não permitiria uma abordagem crítico-ideológica dos meios de comunicação, o autor contrapõe que o trabalho crítico não se define pelas técnicas de pesquisa que utiliza. Nesta dissertação, leva-se em conta esse espaço de reflexão para aprofundar as respostas encontradas na pesquisa e ampliar o seu alcance e validade.

Bardin (2011) recomenda como etapas básicas da metodologia da análise de conteúdo a extração de índices evidenciados pelo tratamento das mensagens, seguida pela descrição sobre as características do texto até se alcançar a etapa de inferência, que deve ser a dedução lógica das características descritas. A última etapa desse ciclo é o trabalho de interpretação, que vai conferir significado mais amplo aos dados apurados e inferidos. A autora detalha também os passos a serem seguidos na constituição do *corpus*, o conjunto de documentos submetidos aos processos analíticos:

- **Regra da exaustividade** – uma vez definido o campo do *corpus*, devem ser levados em conta todos os seus elementos.
- **Regra da representatividade** – a análise pode ser realizada com base numa amostra, desde que o material se preste a isso. A amostragem é considerada rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial, permitindo generalizar os resultados obtidos ao todo.
- **Regra da homogeneidade** – os documentos retidos devem ser homogêneos, ou seja, devem obedecer a critérios precisos de escolha.
- **Regra de pertinência** – os documentos retidos devem ser adequados, enquanto fonte de informação, para corresponder aos objetivos (BARDIN, 2011, p. 128).

Além desses parâmetros, levamos em conta também os passos precedentes recomendados por Antônio Carlos Gil, em seu livro *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (2012), com a realização de uma pesquisa exploratória, destinada a dimensionar o levantamento que seria realizado para a pesquisa quantitativa. Com essa perspectiva, foram consultadas as informações contidas nos dois produtos e avaliada a magnitude do volume do noticiário de cada um deles e suas características gerais, assim como foi possível estimar o tempo necessário para a realização da proposta. O recurso à pesquisa exploratória justifica-se, segundo Gil (2012), para se obter uma visão geral do objeto a ser pesquisado:

As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais

precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Procedimentos de amostragem e técnicas quantitativas de coleta de dados não são costumeiramente aplicados nestas pesquisas. Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato (GIL, 2012, p. 27).

Esse primeiro passo, concretizado ainda no final do ano de 2013, abriu caminho para um melhor planejamento da pesquisa empírica que viria a ser realizada, por amostragem, nos dois serviços noticiosos mencionados. Além disso, seguimos também os três polos cronológicos mencionados por Bardin (2011) na organização da análise de conteúdo: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. Nos termos definidos pela autora, estruturamos o trabalho como uma análise de conteúdo clássica, com quadro categorial – no caso, baseado em gêneros jornalísticos.

A abordagem quantitativa, que proporciona a obtenção de dados descritivos por intermédio de um método estatístico, não tem o mesmo campo de ação da abordagem qualitativa, como alerta a autora francesa. Enquanto a primeira é considerada mais objetiva e exata, na medida em que a observação é mais controlada e rígida, a abordagem qualitativa “corresponde a um procedimento mais intuitivo, mas também mais maleável e mais adaptável a índices não previstos (...)” (2011, p. 146). Como mencionado, levamos em conta a necessidade de articular os métodos quantitativo e qualitativo, em triangulação metodológica, para explorar os aspectos mais complexos que envolvem os produtos midiáticos abordados nesta dissertação.

Nesse sentido, um procedimento central foi a realização de entrevistas individuais em profundidade com profissionais das duas empresas – *Agência Estado* e *Valor Econômico*, responsáveis pelos produtos *Broadcast* e *Valor PRO*, respectivamente. Essa técnica qualitativa complementou os demais procedimentos previstos e permitiu buscar informações, percepções e experiências dos personagens escolhidos. De acordo com a tipologia sugerida por Duarte (2012) e também por Gil (2012), as entrevistas foram baseadas em questões semiestruturadas, utilizando-se a técnica da elaboração de uma pauta ou um roteiro básico e prévio, suficientemente flexível para proporcionar uma abordagem menos rígida e esquemática em comparação às entrevistas integralmente estruturadas e fechadas. “Este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não quantificação ou representação estatística”, esclarece Duarte (2012, p. 62).

O desafio de pesquisar produtos digitais não é trivial, como atestam vários pesquisadores e estudiosos da área, o que levamos em conta na condução deste processo

investigativo. Adghirni e Moraes (2007, p. 243) fazem as seguintes indagações sobre o processo de constituição do *corpus* e da coleta de dados na mídia digital: “Como determinar uma coleção finita do material noticioso em tempo real? Como selecionar algum material para caracterizar o todo – amostragem representativa – se o material noticioso em tempo real não comporta ‘um todo’?”. A conclusão das autoras é que a volatilidade da internet, em que as mudanças ocorrem com “inacreditável celeridade”, impede a constituição do *corpus* por meio das amostragens tradicionais.

Shoemaker e Vos (2011, p. 183) também reportam o desafio encarado pelos pesquisadores em relação ao conteúdo on-line, em constante mudança. “Acadêmicos que querem traçar um perfil do conteúdo da mídia em um determinado momento do tempo se deparam com uma decisão difícil: (...) Qual momento deve ser escolhido para a captação de conteúdo para estudo?”. Como consequência do fato de o conteúdo on-line alterar-se em tempo real, os autores norte-americanos defendem a necessidade de métodos mais apurados para estudar essas mudanças, pois consideram esse “o aspecto mais interessante e desafiador da mídia *on-line* – ela muda instantaneamente conforme o ambiente de notícia se modifica” (2011, p. 183).

#### **4.1. Pesquisa quantitativa**

O primeiro passo para viabilizar a realização da pesquisa apresentada nesta dissertação foi obter a aquiescência dos jornalistas que ocupam os principais cargos de direção da *Agência Estado* e do *Valor Econômico* para que tivéssemos acesso aos noticiários das plataformas do *Broadcast* e do *Valor PRO*. Como são produtos restritos a assinantes e que ocupam plataformas conectadas a canais específicos na internet, é necessária a instalação de aplicativos fornecidos exclusivamente pelas empresas para que se consiga acessar os serviços. No dia 4 de fevereiro de 2014, enviamos mensagem por email aos dirigentes para explicar os propósitos da pesquisa e expressar o pedido de autorização para acompanhar os informativos em fluxo contínuo. Também manifestamos o interesse em realizar entrevistas individuais com três integrantes de cada uma das redações, que foram identificados nominalmente nesta dissertação.

Nas mensagens enviadas, foi anexada uma carta, assinada pelo diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), David Renault, também orientador deste trabalho, para explicar os propósitos estritamente acadêmicos da pesquisa e assegurar o

compromisso ético na condução do processo de investigação científica. A versão impressa da carta foi enviada pelos Correios. Nesse primeiro contato, também foi indicado que o período necessário para realização da pesquisa seria de trinta (30) dias, em data que seria especificada mais à frente. Com a resposta positiva obtida nessas iniciativas, foi possível planejar o trabalho de pesquisa com antecedência e concluir as etapas precedentes no mestrado acadêmico. Um novo contato formal, por escrito, por intermédio de email, foi feito no dia 5 de maio de 2014, especificando que o período definido para a pesquisa seria de 15 de maio a 15 de junho do mesmo ano.

A definição do período de pesquisa procurou abranger a data de realização de uma das reuniões do Comitê de Política Monetária (Copom) do ano de 2014, quando passaram a ser adotados intervalos de 45 dias a cada reunião desse colegiado do Banco Central do Brasil. No caso, o período definido abrangeu a reunião dos dias 27 e 28 de maio, seguindo o padrão de dois dias de encontro dos integrantes do Copom para as decisões periódicas sobre o patamar da *Selic*, a taxa básica de juros da economia brasileira. São decisões fundamentais para a condução da política monetária e suscitam especial interesse do público dos produtos *Broadcast* e *Valor PRO*, voltados aos profissionais do segmento financeiro e corporativo – público e privado.

Por isso mesmo, são períodos intensos para a produção jornalística das redações desses dois produtos, tanto do ponto de vista informativo como analítico. Esses momentos tornam-se particularmente representativos do ritmo de coberturas em tempo real e da elaboração de material interpretativo para explicar os antecedentes e as consequências das determinações do Copom. Os sinais emitidos pelo Banco Central, assim como as reações dos agentes financeiros, são acompanhados com lupa pelos jornalistas especializados e resultam em processos de produção desafiadores para os profissionais da redação. O grau de competição entre as equipes que operam em tempo real é aguçado em períodos como esse, em que estão em jogo decisões que afetam interesses no mercado nacional e internacional. Em suma, são oportunidades ricas para avaliar os conteúdos analíticos e contextualizados que venham a ser inseridos pelos editores dos dois produtos, ao lado da produção de cunho informativo.

Uma vez instalados os aplicativos e providenciado o acesso aos dois produtos, tivemos a oportunidade de realizar a etapa de pré-análise, de acordo com as recomendações de Bardin (2011). A autora define como objetivos dessa fase tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, estabelecendo contato com os documentos a serem analisados, “deixando-se invadir por impressões e orientações” (2011, p. 126). O propósito foi o de demarcar com mais

precisão os documentos que seriam pesquisados. No decorrer da primeira semana de acesso aos dois produtos, realizamos esse trabalho de pré-análise, que nos permitiu organizar os procedimentos práticos a serem adotados para a coleta e classificação dos documentos, refinar os critérios das categorias e testar o enquadramento dos conteúdos.

Também definimos que a pesquisa seria realizada no decorrer de cinco dias úteis, desconsiderando o final de semana. Os dias escolhidos do mês de maio de 2014 foram 23 (sexta-feira), 26 (segunda-feira), 27 (terça-feira), 28 (quarta-feira) e 29 (quinta-feira). A menção aos dias da semana que correspondem às datas escolhidas é relevante para os propósitos da pesquisa porque o ritmo de noticiário tem maior ou menor intensidade de acordo com o calendário semanal. Para fazer essa afirmação, estamos nos valendo da experiência no exercício profissional nessa área. As sextas-feiras costumam ser menos intensas do que os primeiros dias da semana, quando os cenários econômicos são melhor definidos e se articulam os negócios financeiros de maneira mais dinâmica.

São observações de caráter geral, que perdem naturalmente validade diante de acontecimentos inesperados e impactantes, que podem ocorrer a qualquer momento da semana ou do dia. A montagem do período de cinco dias úteis e a exclusão do sábado e domingo do levantamento justifica-se pelo fato de que os mercados financeiros não estão em operação no fim de semana, o que reduz drasticamente o volume de noticiário em relação ao observado nos dias úteis. As redações dos dois produtos trabalham em regime de plantão no sábado e domingo. Optou-se também por não aplicar a técnica da semana construída, que implicaria a necessidade de ter acesso aos produtos por um período muito mais longo, o que poderia dificultar a obtenção do consentimento para esse fim. Assim, os cinco dias úteis foram observados em sequência para a realização do levantamento. Acreditamos que o período escolhido seja representativo da produção jornalística dos produtos pesquisados.

O foco da pesquisa esteve voltado para conteúdos jornalísticos específicos veiculados nos produtos *Broadcast* e *Valor PRO*. A ressalva é apropriada porque esses produtos em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, comportam em suas plataformas serviços informativos variados de caráter jornalístico e não jornalístico, como cotações de bolsas nacionais e internacionais, acompanhamento de taxas de câmbio e juros, assim como proveem acesso a bancos de dados sobre empresas privadas e contas públicas, ferramentas de gráficos e de negociação eletrônica, entre outras funcionalidades. Reiteramos que a análise procedida não contemplou outros conteúdos que não fossem os de caráter jornalístico, sem desconhecer a interação que existe entre esses e os dados e indicadores econômico-financeiros

disponibilizados como parte integrante dos produtos comercializados pelas empresas que atuam nesse segmento.

Por essa multiplicidade de conteúdos jornalísticos e não jornalísticos, decidimos delimitar a pesquisa quantitativa a serviços específicos que nos permitissem cumprir os objetivos deste trabalho. No caso do *Broadcast*, escolhemos o *AE-News* como referência principal de noticiário, desconsiderando outros serviços segmentados abrigados na mesma plataforma. Além disso, também no caso do *Broadcast*, excluimos os conteúdos multimídia, como fotos, oferecidos no serviço *AE-News*, por considerá-los fora do escopo do nosso trabalho, que se concentrou nos textos escritos como único parâmetro. Os mesmos critérios foram adotados em relação ao *Valor PRO*, que oferece como referência um noticiário unificado.

Para os procedimentos executados, não foram aplicados filtros ou outros mecanismos de seleção de informações na constituição do *corpus*. Isso significa dizer que foram considerados em sua completude os noticiários do *Broadcast* – que tomamos como sinônimo do *AE-News* no contexto desta pesquisa – e do *Valor PRO*. O horário de acompanhamento dos conteúdos dos dois produtos também foi idêntico: das 6 horas da manhã às 20 horas, o que representou quatorze horas diárias de noticiário dos dois serviços. Tanto o *Broadcast* quanto o *Valor PRO* funcionam em horários mais amplos do que o período delimitado para esta pesquisa, alcançando a madrugada – no caso do *Broadcast*, a operação é ininterrupta.

Os limites adotados obedeceram ao critério de relevância, acompanhando o período de maior interesse dos usuários, majoritariamente inseridos no ambiente profissional. No *Broadcast*, são divulgados, às 6 horas da manhã, o comunicado do produto e o expediente da *Agência Estado*, com nomes e funções na empresa. No *Valor PRO*, o expediente é inserido na primeira hora do dia, mas foi mantido o critério de início da avaliação no horário das 6 horas, quando se abre um fluxo contínuo de informações até a madrugada do dia seguinte. Em ambos os casos, o ponto de partida foi o primeiro conteúdo jornalístico publicado a partir das 6 horas da manhã e o ponto final foi o último desses conteúdos até as 20 horas (inclusive).

Os dois produtos oferecem no âmbito dos noticiários pesquisados um recorte específico para destacar os conteúdos considerados pela redação mais relevantes ou determinantes para o público que os acessa. No *AE-News*, do *Broadcast*, esse recorte é chamado de *Top News*, enquanto no noticiário do *Valor PRO* o espaço que tem as mesmas finalidades foi batizado de *Valor Recomenda*. Esses recortes assumem uma grande relevância para a pesquisa realizada, na medida em que refletem um segundo processo de *gatekeeping*, assentado no noticiário que já foi submetido a uma primeira etapa de seleção. Seria um

segundo *gate*, em que as redações expressam com plenitude os critérios de valoração que utilizam para indicar o grau de relevância que conferem aos conteúdos. Esses espaços nobres dos conteúdos mais valorizados foram submetidos aos mesmos limites de horários adotados para os noticiosos completos em que estão baseados, ou seja, das 6 horas da manhã até as 20 horas.

A coleta de todo o material envolvido na pesquisa só foi possível pela utilização dos mecanismos de busca do *Broadcast* e do *Valor PRO*. Acompanhar 14 horas de informações em fluxo contínuo em dois produtos diferentes, no mesmo momento em que se atualizavam, seria virtualmente impossível para uma única pesquisadora. Assim, utilizamos as ferramentas disponíveis para acessar a íntegra do material nas datas demarcadas para a pesquisa, até que completássemos o levantamento dos cinco dias escolhidos para acompanhar os dois produtos. A primeira semana, posterior ao período de 23 a 29 de maio de 2014, foi utilizada exatamente para esse fim, permitindo que voltássemos aos índices completos de cada um desses dias até que a classificação dos conteúdos nas categorias definidas tivesse terminado de forma satisfatória. Todos os conteúdos classificados foram lidos por nós, sem exceção.

As regras de exclusividade adotadas no *Broadcast* e no *Valor PRO* dificultaram as tentativas de armazenamento da íntegra dos noticiários pesquisados. As ferramentas de segurança das duas plataformas são barreiras ativas para evitar que os conteúdos sejam transferidos para usuários que não sejam assinantes dos produtos. Dentro das regras estabelecidas e sem recorrer a nenhum artifício indevido, conseguimos exportar a maior parte dos conteúdos de cada dia pesquisado para um arquivo HTML, no caso do *Broadcast*. Mas, no *Valor PRO*, só foi possível armazenar o índice dos conteúdos dos dias pesquisados, em arquivo *PDF*, sem que se tornasse factível estocar as íntegras dos textos. De qualquer maneira, acreditamos que são elementos suficientes para comprovar o caminho percorrido na classificação dos conteúdos, assegurando a confiabilidade dos critérios aplicados.

Na organização do *corpus* da pesquisa, foi adotado o critério de unidade de informação (UI), para designar cada um dos documentos enquadrados em três das categorias consagradas pelos estudiosos do gênero jornalístico: informativa, interpretativa e opinativa. Esse critério abrigou também os chamados “piscas”, ou seja, os títulos ou manchetes que não contam com um texto imediatamente correspondente. Optamos por não adotar outras categorias – como a diversional e utilitária, para nos atermos aos critérios definidos por Melo (1994) – por entender que não seriam representativas do universo jornalístico em que se situam os produtos pesquisados. Esses serviços são marcados pela maciça presença de *hard*

*news*, em detrimento de conteúdos jornalísticos de perfil leve (*soft news*) ou de entretenimento.

As informações que eventualmente poderiam instigar dúvidas sobre o melhor tratamento, como aquelas de caráter utilitário, de prestação de serviço, foram posicionadas na categoria informativa, que nos pareceu adequada para esse fim. Todas as informações publicadas, que passaram pelo crivo de profissionais do jornalismo em maior ou menor medida, foram consideradas conteúdos jornalísticos, mesmo aquelas que repassam íntegras de dados de terceiros, como operações do Tesouro e movimento de câmbio ou notas oficiais e outros documentos, que são precedidos de um texto introdutório curto feito pela redação. Adotamos o conceito de que o percurso das informações dentro do processo de *gatekeeping* executado pelos profissionais incorpora as marcas da escolha jornalística nesses conteúdos, desde uma simples nota até uma reportagem de alcance ambicioso.

No trabalho de identificação dos gêneros para enquadrá-los nas categorias propostas, levamos em consideração a advertência feita pelos estudiosos do tema sobre a complexidade da tarefa de diferenciá-los, tendo em vista os cruzamentos que ocorrem entre eles e a fluidez das fronteiras que costumam separá-los. Melo (1994) elucida os terrenos fronteiriços entre os gêneros “nota”, “notícia” e “reportagem”, considerando-os um reflexo da progressão dos acontecimentos, o que é útil para o universo dos produtos em fluxo contínuo.

A *nota* corresponde ao relato dos acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais frequente no rádio e na televisão. A *notícia* é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. A *reportagem* é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística. Por sua vez, a *entrevista* é um relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade (MELO, 1994, p. 65).

Nesta pesquisa, a progressão que corresponde ao “relato dos acontecimentos que estão em processo de configuração” – uma definição bastante adequada para a cobertura em tempo real – é a que sequencia o *scroll*, a nota e a notícia. Com essa definição, partimos da conceituação de que o *scroll* é a informação ultrarrápida e ultrafragmentada, enquanto a nota, ainda dentro da categoria informativa, é normalmente delimitada pelo padrão de uma tela de computador, antes do *scroll*, o que corresponde a cerca de 950 caracteres. Por fim, a notícia representa o texto que excede esse limite estreito e apresenta um relato mais completo dos fatos, embora essa característica não se confunda com os conteúdos mais tipicamente interpretativos, como a análise, o cenário, os bastidores e a reportagem especial.



Quanto aos conteúdos classificados na categoria opinativa, foi feita uma distinção, que diz respeito ao escopo da pesquisa, entre as colunas, comentários ou blogs assinados por jornalistas e aqueles em que os autores são profissionais de outras áreas (como economistas e cientistas políticos), que assinam regularmente colunas. No caso dos artigos de especialistas convidados, mesmo que seus autores sejam colaboradores eventuais, consideramos importante avaliar o peso com que aparecem na produção editorial dos produtos pesquisados.

Em resumo, as categorias e os gêneros utilizados para a classificação das unidades de informação com suas respectivas características estão descritos a seguir, valendo-nos também do conhecimento que acumulamos no exercício profissional.

### Categoria informativa

- 1- **Pisca ou *highlight*** – Título publicado sem um corpo de texto correspondente e concomitante. Trata-se de um recurso característico das coberturas em tempo real por permitir poupar tempo e ganhar em agilidade na divulgação de informações consideradas urgentes. Como regra geral, as informações contidas no pisca são objeto, posteriormente, de um ou mais textos que completam os dados telegráficos iniciais. O desafio das redações costuma ser o de inserir esses textos o mais rapidamente possível, numa operação conhecida como “cobrir o pisca” para que os títulos não fiquem a descoberto. Também como regra geral, já que existem variações dessa técnica, repete-se o mesmo título utilizado como pisca, vinculando-o, desta vez, a um texto corrido com as informações mais completas. Numa sequência de vários piscas, que podem chegar à casa de dezenas numa mesma cobertura, a técnica mais usual é a de repetir o título considerado mais importante para se fazer acompanhar de um texto que abranja mais informações, de maneira a que todas as informações transmitidas nos piscas estejam contempladas novamente em um texto ou mais, editados nos serviços em fluxo contínuo. Com poucas exceções, os piscas são editados com destaque, que se traduz na tela por uma cor diferente daquela utilizada nos títulos das matérias de menor importância.
  
- 2- **Nota (*flash*)** – Texto curto, em geral em torno de 950 caracteres, que relata de maneira objetiva os acontecimentos. A palavra *flash*, para designar as notas curtas, é bastante utilizada no jargão dos jornalistas desse tipo de serviço. Também enquadram-se nessa

categoria os conteúdos que são precedidos de uma nota de tamanho reduzido para introduzir íntegras de documentos ou notas oficiais.

- 3- **Notícia** – Relato mais completo dos fatos, assemelha-se aos textos publicados nos jornais impressos, embora estes também possam editar notas curtas em espaços específicos. A notícia assume o modelo tradicional da pirâmide invertida, marcada pelos critérios de objetividade e precisão.
- 4- **Agenda** – Formato muito utilizado nos produtos em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, voltados para o segmento econômico-financeiro, pela necessidade de previsibilidade com que trabalham os usuários desses serviços. Enquadramos como agenda os conteúdos que se limitam a informar eventos e dados específicos, sem uma abordagem mais abrangente ou interpretativa.
- 5- **Entrevista** – Neste caso, foram classificadas apenas as entrevistas de pergunta e resposta ou pingue-pongue, formato que também aparece nos serviços pesquisados. Em geral, são entrevistas mais curtas e que envolvem personagens do próprio mercado financeiro ou do governo.

#### Categoria interpretativa

- 1- **Cenário** – O formato tradicional comporta textos mais longos, que podem atingir entre 20 a 25 mil caracteres ou mais, e que consolidam informações sobre temas e setores relevantes para os clientes do produto, abrangendo também questões políticas, quando impactam o comportamento dos mercados. Os cenários costumam incluir gráficos e tabelas sobre os mercados de ações, câmbio e juros, embora possam se ater apenas ao formato textual. Os momentos de fechamento e abertura dos mercados também ensejam a elaboração de textos com esse perfil. Os cenários intermediários, que diferem do modelo tradicional, podem ser mais enxutos e frequentes. São conteúdos valorizados pelos usuários pela capacidade de seus autores contextualizarem informações, antecipando tendências ou consolidando-as.
- 2- **Análise** – Textos que remetem à interpretação e contextualização dos fatos, sem uma carga marcante de juízo de valor, o que os diferencia dos gêneros da categoria

opinativa. O tamanho do texto não é um critério de enquadramento, pois podem ser mais longos ou mais curtos, interessando detectar o tom utilizado pelos seus autores e a função de explicar e dar referências sobre os acontecimentos. As seções especiais que tenham esse caráter analítico foram enquadradas nesse gênero.

- 3- **Bastidores** – A principal característica é a apresentação de um pano de fundo dos acontecimentos, com informações que vão além das declarações formais e que foram apuradas pelos jornalistas para compor um quadro de referência sobre os acontecimentos.
- 4- **Reportagem Especial** – São reportagens mais abrangentes e profundas, que focam temas e setores. Podem ser desdobradas em mais de um texto, que viriam em sequência, para dar maior visibilidade aos seus conteúdos.

#### Categoria opinativa

- 1 - **Colunas, blogs e comentários assinados por jornalistas** – As colunas podem ser elaboradas especialmente para os produtos em fluxo contínuo ou serem reproduções da versão impressa de jornais dos grupos de mídia a que pertencem esses serviços. O caráter opinativo das colunas está associado ao formato e à assinatura do jornalista responsável por esse espaço. Também os blogs, típicos da mídia digital, foram enquadrados nesse gênero, desde que seus conteúdos estivessem reproduzidos dentro dos noticiários pesquisados. Os comentários também foram considerados de caráter opinativo.
- 2- **Colunas regulares assinadas por especialistas** – Os mesmos critérios anteriores são válidos para esse item, apenas com a diferença de que os seus autores, em geral, não são jornalistas e sim profissionais de outras áreas, como economia e ciência política.
- 3- **Artigos de especialistas convidados** – São textos assinados por autores não jornalistas e que colaboram de forma eventual com os produtos pesquisados.

A pesquisa realizada não incluiu o método comparativo para abordar os produtos *Broadcast* e *Valor PRO*. Assim, não pretendemos comparar os dois produtos, mas apenas

utilizá-los como parâmetro para analisar a inserção de conteúdos interpretativos e opinativos nos serviços noticiosos que veiculam, entre outros objetivos. A avaliação, feita a partir das unidades de informação coletadas, classificadas e categorizadas, não envolveu a apreciação sobre a qualidade dos conteúdos desses dois produtos.

Também não nos ativemos ao aspecto da repetição de determinadas unidades de informação, que podem aparecer em mais de um dia – costuma-se inserir no início da manhã algumas informações relevantes que foram eventualmente publicadas no período tardio da noite, quando muitos usuários já não estavam mais conectados às plataformas. O foco esteve sempre no índice de notícias do dia pesquisado e na maneira como é composto pelos editores, com a identificação dos espaços de análise e contextualização existentes nos serviços que se caracterizam pela informação em tempo real.

Uma segunda abordagem na pesquisa quantitativa foi procedida com o registro dos horários de inserção dos conteúdos interpretativos e opinativos. Para isso, foram anotados os horários em que foram publicadas cada uma das unidades de informação com essas características, no *Valor PRO* e no *Broadcast*. Esse levantamento teve como objetivo detectar os momentos de maior ou menor incidência dessas categorias, calculando-se as médias por período de cada um dos cinco dias pesquisados. A partir da tabulação dessas informações, conseguimos extrair um gráfico que mostra o perfil da temporalidade da edição desses conteúdos, com a sua distribuição ao longo do tempo em que os dois produtos foram acompanhados.

Para a produção de todos os gráficos contidos nessa pesquisa foram utilizadas as ferramentas do Excel, da Microsoft, em procedimentos que contaram com o apoio de especialistas.

## **4.2. Pesquisa qualitativa**

Na realização das entrevistas individuais em profundidade, com questões semiestruturadas, buscou-se um grau de paralelismo entre os jornalistas que ocupam funções semelhantes ou próximas nas empresas responsáveis pelo *Broadcast* e o *Valor PRO*. Situam-se nessa condição o editor-chefe da *Agência Estado*, João Caminoto, e a diretora de Redação do *Valor Econômico*, Vera Brandimarte. A estruturação da entrevista atendeu o objetivo de colher as opiniões dos dois profissionais sobre temas comuns, que dizem respeito à direção, produção e edição dos serviços informativos.

Os demais entrevistados, totalizando seis jornalistas, não ocupam funções equivalentes nas duas empresas e foram escolhidos pela contribuição ao entendimento de etapas específicas da operação editorial. Os profissionais também foram eleitos como interlocutores do processo de mudanças estruturais enfrentadas por essas redações envolvidas na produção noticiosa em tempo real, com suas consequências positivas e negativas para o fazer jornalístico. Todos os entrevistados foram informados, desde o início, que as entrevistas seriam publicadas na íntegra como apêndices a esta dissertação, com a identificação de nomes e funções.

As entrevistas foram feitas por telefone, a partir de Brasília, com profissionais que se localizam na cidade de São Paulo, com exceção da repórter especial e colunista do *Broadcast* Adriana Fernandes, que está baseada na sucursal brasiliense do *Grupo Estado*. Para as gravações do áudio das conversas por telefone foi utilizado o software *Next Call*, que permite o armazenamento e envio dos arquivos, mantidos em sua versão integral.

A transcrição dos áudios gerou textos integrais que foram posteriormente editados para suprimir trechos incompreensíveis ou verter para a linguagem escrita momentos típicos da conversação oral. Uma vez editados, os textos foram enviados para os entrevistados por email para que validassem a versão final e tivessem a oportunidade de acrescentar novas observações ou corrigir eventuais equívocos. Mais de uma vez, recorreremos também ao email para solicitar comentários sobre questões que não haviam sido suficientemente abordadas. Esses acréscimos, no entanto, foram residuais e prevaleceu o conteúdo do diálogo mantido diretamente com os entrevistados.

## **5. RESULTADOS DA PESQUISA E CONCLUSÕES**

### **5.1. Exploração do material**

Uma vez realizada a etapa de pré-análise dos produtos *Broadcast* e *Valor PRO*, avançamos para a fase de exploração do material<sup>11</sup>, conforme previsto na metodologia de análise de conteúdo, aplicando os critérios definidos para as categorias informativa, interpretativa e opinativa. O enquadramento das unidades de informação foi facilitado pela prática usual nos dois produtos de adotar “chapéus” na edição dos conteúdos. Nesse ambiente digital, os chapéus significam uma palavra inicial ou mais de uma, sucedida por dois pontos e

---

<sup>11</sup> Os dados da pesquisa realizada destinam-se ao uso exclusivo com propósitos acadêmicos, restringindo-se sua utilização para fins comerciais.

um título, para nomear conteúdos diferenciados ou que representem marcos temporais no trabalho jornalístico. É o caso dos cenários, peças fundamentais na montagem da estrutura do conteúdo jornalístico dos serviços em fluxo contínuo, com foco nos mercados financeiro e corporativo, ou das análises e colunas – estas costumam ser precedidas pelos nomes de seus autores.

Figura 1 – Exemplo de chapéu, inserido no *Valor PRO* no período pesquisado

26/05/2014 18:34:52

**ANÁLISE: Com receita abaixo do previsto, meta fiscal fica mais difícil**

Fonte: *Valor PRO*.

Assim, os conteúdos classificados pelas próprias redações como análise ou cenário foram enquadrados na categoria interpretativa, não sem antes verificação caso a caso, que permitiu detectar distorções e equívocos na indicação dos chapéus. Mesmo as unidades de informação que fazem parte do noticiário regular dos dois serviços, e que são precedidas de chapéus indicativos do teor de seu conteúdo, foram submetidas a esse processo de avaliação, já que se observou uma oscilação em seu enfoque e perfil. Em alguns casos, essas unidades se caracterizaram como parte da categoria informativa e, em outros, marcados pelo tom analítico e contextualizado, ficaram melhor situadas na categoria interpretativa. Em outros casos, matérias especiais não foram precedidas de um chapéu específico, mas enquadradas nesse gênero depois de uma leitura atenta de suas características.

O tratamento dispensado às colunas, enquadradas na categoria opinativa, partiu da identificação autoral, tanto para os conteúdos assinados por jornalistas da própria redação como de terceiros em colaboração regular. A assinatura do autor e a caracterização como uma coluna individual foram pontos fundamentais para esse enquadramento. Os comentários editados com esse chapéu de identificação, principalmente no *Broadcast*, foram igualmente enquadrados nessa categoria. Os blogs também se caracterizam como opinativos, tendo sido identificados apenas no *Valor PRO* ao longo da pesquisa. Os artigos de articulistas convidados, que normalmente são especialistas não jornalistas, também foram inseridos na categoria opinativa.

Figura 2 – Exemplo de título de coluna assinada por jornalista no *Broadcast*

<b>AE</b> 26/05/2014 13:45:40 - AE NEWS	<b>NEWS</b>
<b>FERNANDO DANTAS: HETERODOXOS E ORTODOXOS BUSCAM PONTOS DE CONSENSO SOBRE INDÚSTRIA</b>	

Fonte: *Broadcast*.

Figura 3 – Exemplo de parte de texto do blog “Casa das Caldeiras” do *Valor PRO*

23/05/2014 09:09:00  
**CASA DAS CALDEIRAS: O risco de o Brasil restaurar a ‘normalidade’**  
 Angela Bittencourt  
 De São Paulo

Há uma disputada eleição presidencial a caminho no Brasil. O mercado financeiro acompanha de camarote o rateio dos votos brancos e nulos e o crescimento dos candidatos de oposição na preferência dos eleitores, embora Dilma Rousseff, candidata à reeleição, esteja à frente e sairia vencedora no primeiro turno, segundo pesquisa Ibope divulgada ontem. A eleição é alvo de todas as atenções no mercado financeiro, mas os candidatos ao Planalto –sobretudo a presidente Dilma Rousseff que detém o favoritismo do placar – devem estar atentos à acomodação das demais economias ou ao menos de seus mercados porque as lições que o Brasil não fez serão cada vez mais evidentes. Quanto mais o mundo caminha para a normalidade, mais distorcido fica o Brasil principalmente na mais delicada de suas contas, a fiscal. A reabertura do Refis, programa que dá desconto de multas e juros para quem parcelar dívidas tributárias vencidas até 2013, renderá ao governo R\$ 12,5 bilhões e será a tábua de salvação do Tesouro Nacional para tentar cumprir a meta de superávit fiscal de 1,9% do PIB esse ano. Mais uma vez, portanto, as contas públicas serão fechadas com receita extraordinária.

Fonte: *Valor PRO*.

Foram caracterizadas como seções, enquadradas na categoria interpretativa pelo seu teor predominantemente analítico, os conteúdos que normalmente se notabilizam pelo revezamento de diferentes autores. Essas seções costumam conter mais de um texto diário e podem ser consideradas, em alguns casos observados no *Broadcast*, um serviço à parte dentro das plataformas pesquisadas por demandarem assinatura e pagamento específico dos usuários interessados em acessá-las. O *AE-News*, do *Broadcast*, pode inserir chamadas sobre os temas abordados nessas seções, remetendo os usuários a áreas reservadas a assinantes para acessar a íntegra dos textos. É o caso típico da seção *Tendências on-line*, mantida no *Broadcast* sob a responsabilidade da *Tendências Consultoria Integrada*.

Os tópicos que remetem à área específica que a plataforma do *Broadcast* reserva a essa seção de cunho analítico, assim como outros de perfil semelhante, foram contabilizados na categoria interpretativa. Entendemos que essas chamadas, com um resumo do texto completo, caracterizam uma oferta de conteúdos de análise nos noticiários pesquisados, ao adiantarem o enfoque e o tema abordado, atendendo à demanda dos clientes por interpretação e contextualização. A decisão dos usuários de assinar ou não essas seções para ter acesso à íntegra dos textos, no entanto, não foi objeto da nossa pesquisa.

Enfatiza-se também que o critério geral para enquadramento das unidades de informação nas categorias interpretativa e opinativa não foi o tamanho dos textos, mas sim o seu tom e enfoque, a maneira de abordagem dos temas tratados. Houve casos, ainda no produto da *Agência Estado*, em que os serviços especiais ou seções tiveram suas chamadas classificadas também na categoria informativa, como aconteceu com o *Broadcast Político*, um serviço da própria *AE* que está disponível na plataforma do *Broadcast*. O esforço de enquadramento das unidades de informação foi considerável, levando-se em conta o alerta de José Marques de Melo (1994) e outros estudiosos dos gêneros jornalísticos sobre o caráter fluido das fronteiras entre os diversos conteúdos.

A identificação dos piscas – unidades de informação características das coberturas em tempo real – foi facilitada pela iconografia adotada nos dois produtos pesquisados. No caso do *Broadcast*, o símbolo utilizado são dois hífens, inseridos antes do título. No *Valor PRO*, o símbolo é um asterisco, também inserido antes do título. Esses sinais indicam ao leitor que a informação está contida apenas no título, o que torna dispensável a ação de clicar nele para acessar mais informações sobre o tema, poupando tempo dos usuários. Na oportunidade em que informações adicionais são oferecidas aos usuários sobre o tema retratado nos piscas, o recurso mais usual nos dois produtos é a repetição dos títulos de maior importância da cobertura, quando os símbolos do hífen e dos asteriscos estarão ausentes para indicar que haverá novos conteúdos ao se clicar no título-*link*.

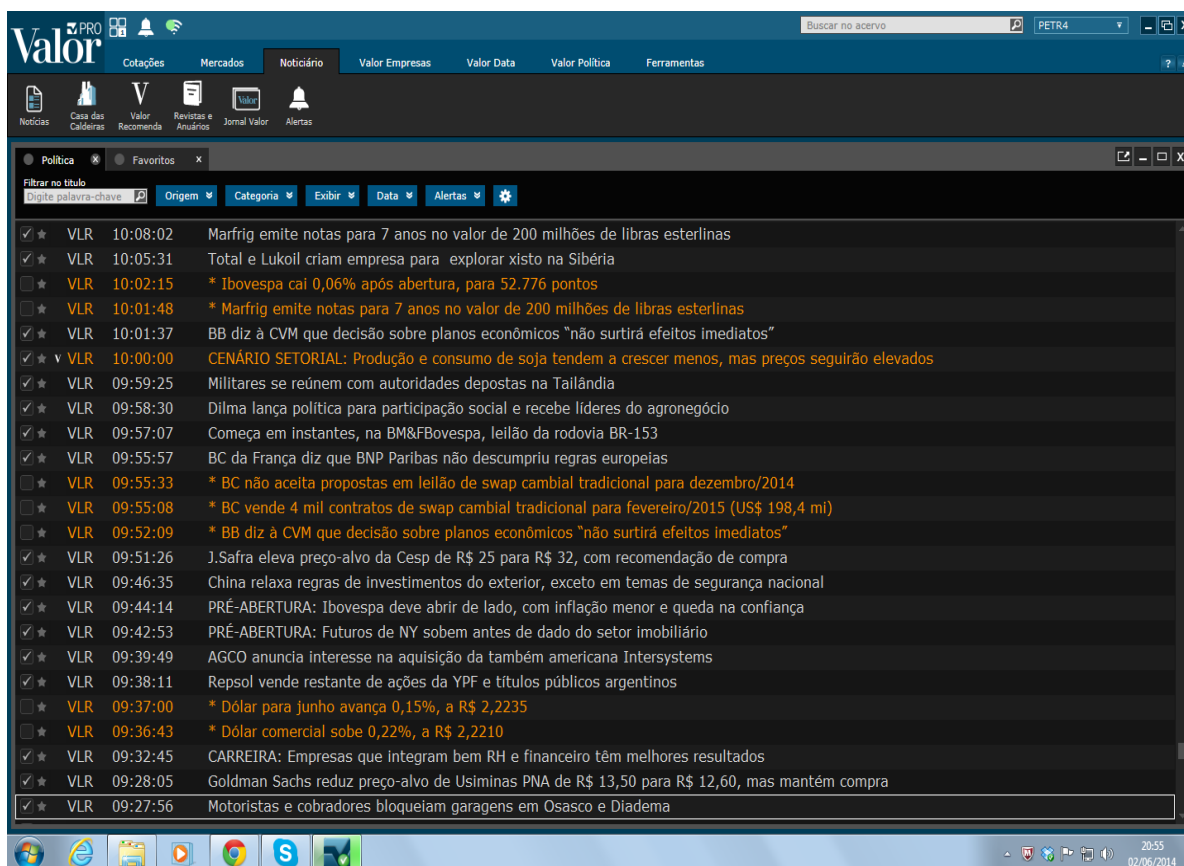


Figura 4 – Visualização de piscas no índice do *Broadcast*, no dia 23 de maio de 2014

The screenshot displays the Broadcast website interface. At the top, there is a navigation bar with tabs for 'Notícias', 'Análises', 'Ações', 'Indicadores', 'Moedas', 'Commodities', 'Renda Fixa', 'Fundos', and 'Ferramentas'. Below this is a search bar and a secondary navigation menu with categories like 'Caderno Pessoal', 'Top News', 'AE News', 'Agronegócios', 'AE TV', 'Político', 'Economia', 'Conjuntura', 'Newspaper', 'Esportes', 'Twitter', 'Release', 'Informe AE', and 'Contribuidores'. The main content area shows a list of news items, each with a timestamp, a headline, and a source label 'AE NEWS'. The item '23/05 11:13:27 --TRANSPORTES/BORGES: CHINESES ESTÃO MUITO INTERESSADOS EM FERROVIAS' is highlighted in blue. The bottom of the screen shows a Windows taskbar with various application icons and a system tray with the date and time '16:04 23/05/2014'.

Timestamp	Headline	Source
16:03:28	BC TORNA INDISPONÍVEIS BENS DE EX-ADMINISTRADORA DE COOPERATIVA DE CRÉDITO DO RS	
23/05 11:15:46	--NY: BOLSAS NAS MÁXIMAS; DOW JONES SOBE 0,28%; S&P 500 GANHA 0,24%; NASDAQ +0,27%	AE NEWS
23/05 11:14:04	PRESIDENTE DO JPMORGAN NO BRASIL DEFENDE PPPS PARA PROJETOS DE CONCESSÕES	AE NEWS
23/05 11:13:46	SECEX FARÁ PRIMEIRA AVALIAÇÃO DE ESCOPO DE DIREITO ANTIDUMPING	AE NEWS
23/05 11:13:27	--TRANSPORTES/BORGES: CHINESES ESTÃO MUITO INTERESSADOS EM FERROVIAS	AE NEWS
23/05 11:13:14	--BC/MACIEL: INGRESSARAM US\$ 4,1 BILHÕES EM IED EM MAIO ATÉ O DIA 21	AE NEWS
23/05 11:12:26	--BC/MACIEL: PROJEÇÃO PARA O IED DE MAIO É DE US\$ 5,000 BILHÕES	AE NEWS
23/05 11:11:45	--BC/MACIEL: AS TAXAS DE ROLAGEM ESTÃO FAVORÁVEIS, ALCANÇARAM 276%	AE NEWS
23/05 11:11:36	--GALVÃO ENGENHARIA: JÁ TIVEMOS RODOVIAS E ACIONISTAS TIVERAM DESEJO DE VOLTAR	AE NEWS
23/05 11:11:30	--GALVÃO ENGENHARIA: DESDE O INÍCIO, CONSIDERAMOS BR-153 PRIORITÁRIA	AE NEWS
23/05 11:11:27	--BC/MACIEL: SEGUIMOS FINANCIANDO PRÓXIMO DE 80% DO DÉFICIT COM IED	AE NEWS
23/05 11:11:27	--NY: JURO DO T-BOND DE 30 ANOS RENOVA MÍNIMA A 3,394%; AGORA CAI A 3,396%	AE NEWS
23/05 11:11:12	--BC/MACIEL: EM TERMOS DE FINANCIAMENTO DO DÉFICIT, O QUADRO SEGUE FAVORÁVEL	AE NEWS
23/05 11:10:40	--GALVÃO ENGENHARIA: TEMOS INTERESSE EM CONCESSÕES DE FERROVIAS	AE NEWS
23/05 11:10:11	--NY: JURO DA T-NOTE DE 10 ANOS RENOVA MÍNIMA A 2,528%	AE NEWS
23/05 11:10:06	--BC/MACIEL: DÉFICIT DE ABRIL VEIO UM POUCO ACIMA DO ESPERADO, REFLETINDO RENDA E SERVIÇOS	AE NEWS
23/05 11:09:29	--PREVISÃO PARA DÉFICIT EM C/C PARA MAIO É DE US\$ 6 BILHÕES	AE NEWS
23/05 11:08:06	--TRANSPORTES/BORGES: INTENÇÃO É LANÇAR EM 20 DIAS PMIS PARA OUTRAS FERROVIAS	AE NEWS
23/05 11:06:51	--BC/MACIEL: COMO PROPORÇÃO DO PIB, DÉFICIT EM C/C VEM ESTÁVEL DESDE AGOSTO DE 2013	AE NEWS
23/05 11:06:21	--TRANSPORTES/BORGES: EXPECTATIVA É LANÇAR EM AGOSTO EDITAL DA PRIMEIRA FERROVIA A SER LEILOADA	AE NEWS
23/05 11:05:09	--IBOVESPA EM QUEDA DE 0,33%, AOS 52.632,61 PONTOS, NA MÍNIMA	AE NEWS
23/05 11:05:00	--TRANSPORTES/MINISTRO: TRABALHAMOS ARDUAMENTE PARA QUE 1º LEILÃO DE FERROVIAS ACONTEÇA ESTE ANO	AE NEWS
23/05 11:03:29	BC: DÍVIDA EXTERNA ESTIMADA É DE US\$ 326,252 BILHÕES EM ABRIL	AE NEWS
23/05 11:02:26	BC: INVESTIMENTO EXTERNO EM RENDA FIXA É POSITIVO EM US\$ 3,708 BILHÕES EM ABRIL	AE NEWS

Fonte: *Broadcast*.

Figura 5 – Visualização de piscas no índice do *Valor PRO* no dia 23 de maio de 2014

Fonte: *Valor PRO*.

A utilização de diferentes cores, como sinal de destaque no índice do noticiário dos dois produtos, representa uma das principais ferramentas de edição com que contam os jornalistas das redações desses serviços informativos. No fundo preto, os títulos na cor branca significam os conteúdos de caráter ordinário ou comum, enquanto a mudança de cor – azul, no *Broadcast*, e laranja, no *Valor PRO* – sinaliza o destaque conferido aos conteúdos, sejam eles piscas, notícias completas, análises, colunas ou qualquer outra unidade de informação que os editores considerem mais relevantes para os usuários. Vale observar que a plataforma do *Broadcast* oferece outras possibilidades de composição de cores, de acordo com a preferência do usuário, mas sempre se mantém o mesmo princípio de variação da cor básica para indicar os conteúdos mais importantes.

Os recortes do *Top News* e do *Valor Recomenda* foram extraídos dos produtos jornalísticos analisados, ou seja, do *AE-News*, do *Broadcast*, e do noticiário unificado do *Valor PRO*. Nos dois casos, as redações utilizam critérios de relevância para agrupar os itens considerados mais importantes para os usuários, caracterizando uma segunda rodada de *gatekeeping* em relação a conteúdos que já passaram por uma primeira seleção, conforme

mencionado. Os sites na internet aberta ao público em geral também costumam utilizar recortes dos noticiários que veiculam, como as notícias mais lidas ou mais comentadas, o que requer a interveniência dos usuários, que comandam essas escolhas a partir de suas ações, capturadas nos registros de acesso desses produtos. No caso do *Broadcast e do Valor PRO*, os extratos pesquisados assumem maior expressão para os objetivos da pesquisa porque foram produzidos pela ação dos próprios jornalistas, que manejam as ferramentas da edição e seleção.

Ao longo dos cinco dias do período da pesquisa não foram identificados conteúdos que pudessem ser incluídos no perfil de *soft news* ou de entretenimento. Os temas predominantes de economia, finanças e política conferem a esses serviços as marcas típicas de *hard news*, de *breaking news* e *hot news*, conforme os conceitos mencionados. Os critérios de classificação adotados nesta pesquisa, de acordo com as categorias e gêneros enunciados, apenas indiretamente tangenciam essas características. A observação sobre a ausência dos conteúdos de *soft news* e de entretenimento pôde ser atestada pela avaliação detalhada de todas as unidades de informação registradas na pesquisa. Essa menção pretende apenas enriquecer a visão sobre os produtos pesquisados e melhor caracterizá-los como provedores de conteúdos “duros” e contundentes.

As unidades de informação relacionadas ao noticiário internacional foram tratadas com os mesmos procedimentos adotados em relação às notícias, análises ou opiniões produzidas localmente. As duas redações contam com a mesma agência noticiosa, a *Dow Jones (DJ)*, como fornecedora de informações em tempo real sobre os mercados financeiros internacionais. Os conteúdos da *DJ* são traduzidos para o português de forma rápida pelas redações dos dois produtos brasileiros que, eventualmente, adotam a prática de inserir notas originais, em inglês, para ganhar tempo na divulgação de informações consideradas cruciais. A praxe, no entanto, é a de traduzir os textos e somente então divulgá-los aos assinantes dos serviços.

No índice dos noticiários do *Broadcast* e do *Valor PRO*, reproduzidos para visualização dos piscas, é possível observar a proeminência que assumem na tela os horários dos conteúdos inseridos, que são fornecidos até a escala dos segundos. O levantamento realizado para a pesquisa focou os conteúdos editados nos índices dos noticiosos de cada dia do período pesquisado. A eventual repetição de conteúdos do dia anterior, prática mencionada e que consideramos residual pelo acompanhamento realizado, é inserida no índice noticioso com a nova data em que estão sendo veiculados, mas com a sinalização clara no corpo do texto da data em que foram produzidos ou publicados originalmente. Essa preocupação em

explicitar a temporalidade de cada texto inserido nos índices noticiosos corresponde à própria natureza do produto, que exige uma indicação muito transparente sobre esses dados, que influenciam processos de tomada de decisão dos clientes nos mercados financeiros e corporativo.

Uma declaração dada publicamente por um ministro de Estado pode assumir conotações completamente diferentes se ocorrida antes ou depois do anúncio de um dado desastroso da atividade econômica, por exemplo. Daí o cuidado que foi possível perceber na sinalização da temporalidade por parte dos responsáveis pelos produtos. De qualquer maneira, consideramos que os textos inseridos mais de uma vez nos produtos pesquisados partiram de decisões editoriais sobre sua relevância e validade para os usuários dos serviços. O acompanhamento dos produtos permitiu também responder ao desafio de distinguir os conteúdos produzidos em tempo real daqueles que estão em fluxo contínuo, mas se originam de coberturas com um tempo diferido.

Consideramos os piscas representativos das coberturas em tempo real, justamente por significarem um recurso generalizado para acelerar a divulgação de informações e antecipar dados que serão fornecidos de forma mais completa em seguida. O conceito que temos adotado desde o início deste trabalho, designando os produtos *Broadcast* e *Valor PRO* como serviços informativos em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, indica que as plataformas também abrigam conteúdos que não são produzidos de forma simultânea aos acontecimentos. No limite, como exemplo hipotético, podemos considerar a possibilidade de existirem produtos em fluxo contínuo que não contêm coberturas em tempo real, mas apenas alimentam os índices noticiosos de forma ininterrupta com conteúdos produzidos em datas antigas ou arquivados para esse fim – o que não é o caso dos produtos pesquisados, como procuramos deixar claro.

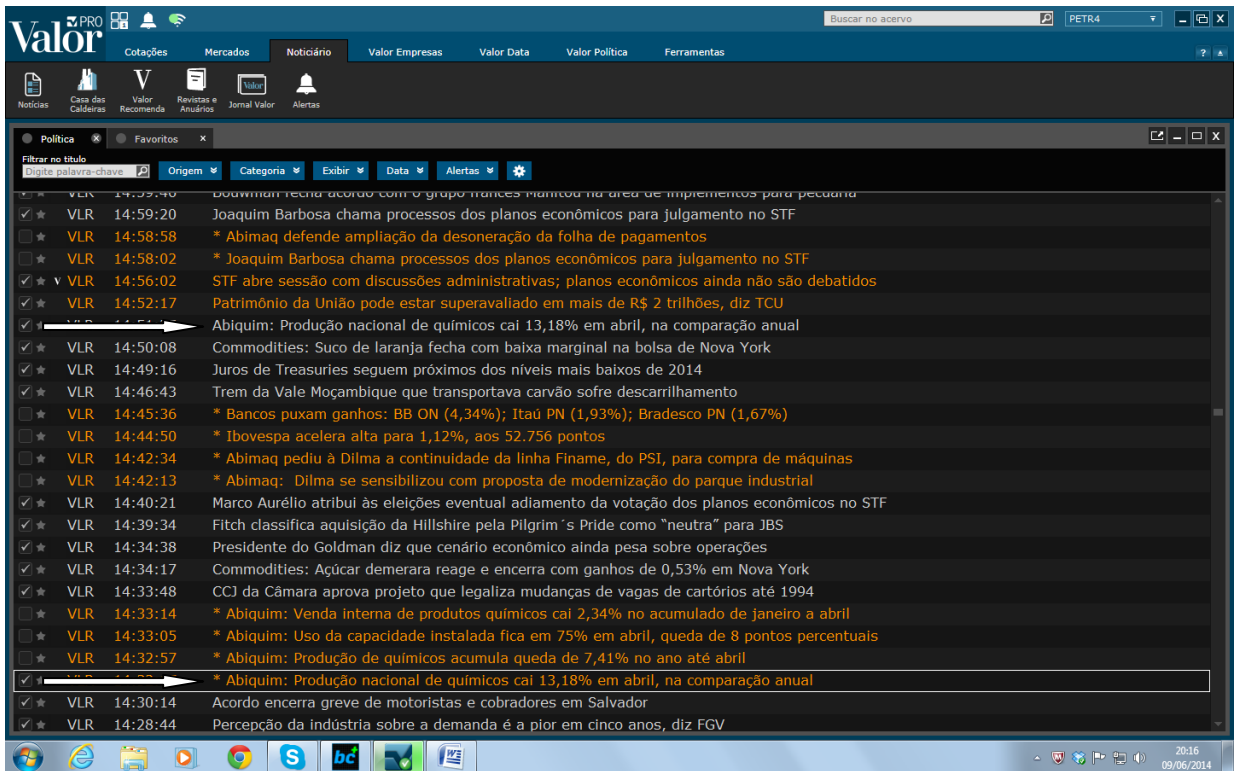
O exercício de subtrair os piscas do conjunto das unidades de informação dos produtos pesquisados permitiu outro ângulo de visão sobre esses serviços e o material empírico. Buscou-se retirar a coincidência de informações fornecidas de duas maneiras diferentes: a primeira com o título rápido sem um texto correspondente, o que é a própria definição doisca, e a segunda com notas e notícias mais completas, produzidas em seguida para abordar as mesmas informações antes fornecidas de maneira sumária. Esse exercício foi feito para a apuração de indicadores que retratassem, de maneira mais precisa, o peso relativo dos conteúdos interpretativos e opinativos no conjunto das informações prestadas em cada um dos produtos pesquisados. Considerou-se sempre que os dados contidos nos piscas estão repetidos

de forma mais completa, na ampla maioria dos casos, nos demais conteúdos de gênero informativo.

Na figura 6, que reproduz uma tela do *Valor PRO*, do dia 28 de maio de 2014, é possível observar, a partir das setas indicativas, o seguinte piscar do horário de 14:32:17: “Abiquim: Produção nacional de químicos cai 13,18% em abril, na comparação anual”. O mesmo título se repete às 14:51:25, sem o asterisco, indicando que não se trata mais de um piscar e sim do título de um texto noticioso, que pode ser acessado pelos interessados em encontrar informações mais completas sobre o tema. É essa técnica de edição nas plataformas em tempo real que levamos em conta para os exercícios estatísticos que serão apresentados.

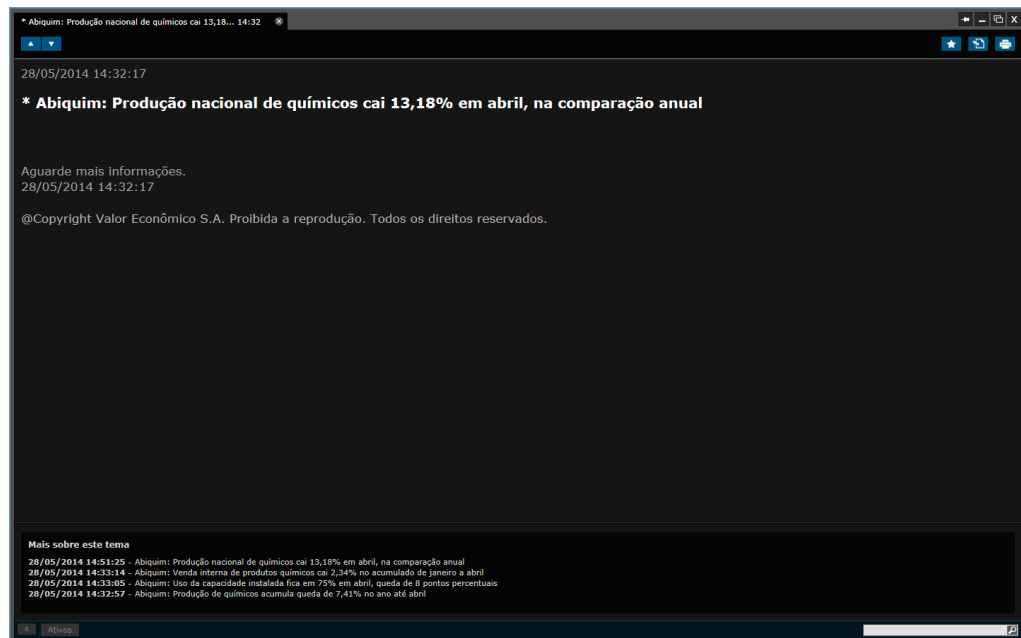
Os três próximos quadros ilustram de forma completa o exemplo fornecido. No primeiro (Figura 6), como mencionado, podem ser identificados os dois momentos da cobertura sobre os dados divulgados pela Abiquim. No segundo quadro (Figura 7), observa-se que no título acompanhado de asteriscos, indicando que se trata de um piscar, não há texto correspondente, apenas o aviso para se aguardar mais informações. Na terceira tela (Figura 8), por fim, depois de repetido o título sem asteriscos, aparece o texto que desdobra as primeiras informações. Também é possível visualizar nessas telas a inserção de *links* para outros textos relacionados, no modelo conhecido como *links* externos.

Figura 6 – Pisca e título repetidos no índice do *Valor PRO*, no dia 28 de maio de 2014

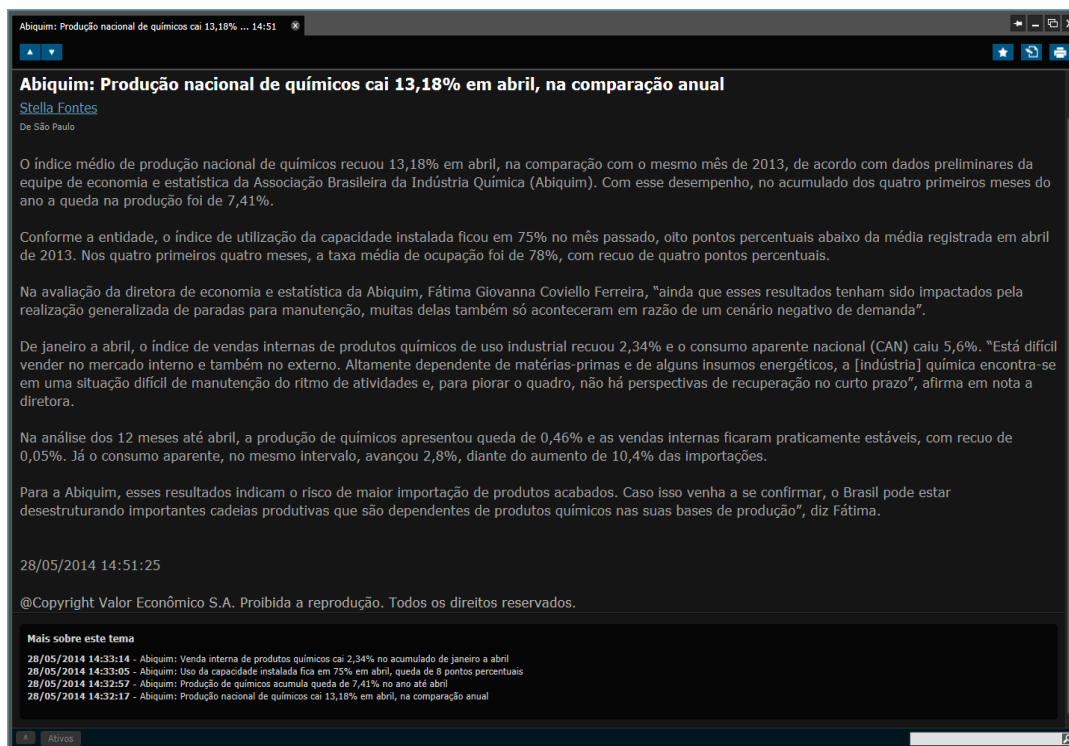


Fonte: *Valor PRO*.

Figura 7 – Reprodução da tela com pisca e aviso para aguardar mais informações



Fonte: *Valor PRO*.

Figura 8 – Título do *Valor PRO* que reproduz piscas e traz texto correspondente

Fonte: *Valor PRO*.

Essa sequência de quadros retratou a técnica de edição que distingue as coberturas em tempo real nessas plataformas, dotadas de ferramentas extremamente rápidas para a inserção de conteúdos. A indexação de textos relacionados ao tema, com os *links* externos, foi observada no *Valor PRO* e significa também um processo de seleção jornalística em relação ao conjunto de temas abordados no noticiário. Na figura 6, é possível perceber também que as coberturas se sucedem no índice, intercalando diferentes temas e temporalidades. Ou seja, tanto incorporam piscas sobre diferentes assuntos, como notas, notícias, análises e opiniões, numa sucessão vertiginosa.

## 5.2. Indicadores e inferências

A tabela 1 mostra que foi analisado um total de 2.836 unidades de informação no *Broadcast* durante os dias pesquisados. A categoria informativa aparece em ampla maioria, com 2.621 unidades de informação ou 92,42%. Se computados apenas os piscas, chega-se a uma proporção de 50,32% do total de unidades de informação classificadas. Isso significa que cerca de metade das informações contidas no *Broadcast* resultaram de coberturas em tempo real, que lançam mão dos piscas para agilizar a publicação na plataforma. Trata-se de um

dado aproximado, na medida em que existem coberturas que, mesmo depois de decorrido um tempo de sua realização, também chegam até a plataforma no formato de piscas para acelerar a publicação e impactar a audiência pela importância das informações reveladas.

Essa situação pode acontecer quando se realizam, por exemplo, entrevistas exclusivas, que somente costumam ser editadas nos serviços informativos depois de encerradas, ou seja, sem que a divulgação das informações ocorra de forma concomitante às declarações prestadas pelo entrevistado. Para essa caracterização, estamos nos valendo da nossa experiência profissional nesse tipo de produto informativo. O que nos permite também avaliar que esses casos não são constantes e predominantes, e podem mesmo ser encarados como exceção à regra de que os piscas são utilizados maciçamente para as coberturas efetivamente em tempo real.

Em contraponto, no *Broadcast*, as categorias interpretativa e opinativa somadas resultaram na apuração de 215 unidades de informação no período, o que representou 7,58% do total. Esse resultado significou uma média diária de 43 textos interpretativos e opinativos no período pesquisado. Nesse subconjunto agregado para dar maior nitidez às categorias que se diferenciam dos gêneros informativos, predominam, majoritariamente, os conteúdos interpretativos, com 192 registros, enquanto os conteúdos opinativos ficaram restritos a 23. O gráfico 1 reflete essa correlação de forças entre as categorias informativa, de um lado, e as categorias interpretativa e opinativa, de outro, considerando-se o total de unidades de informação, com a inclusão dos piscas.

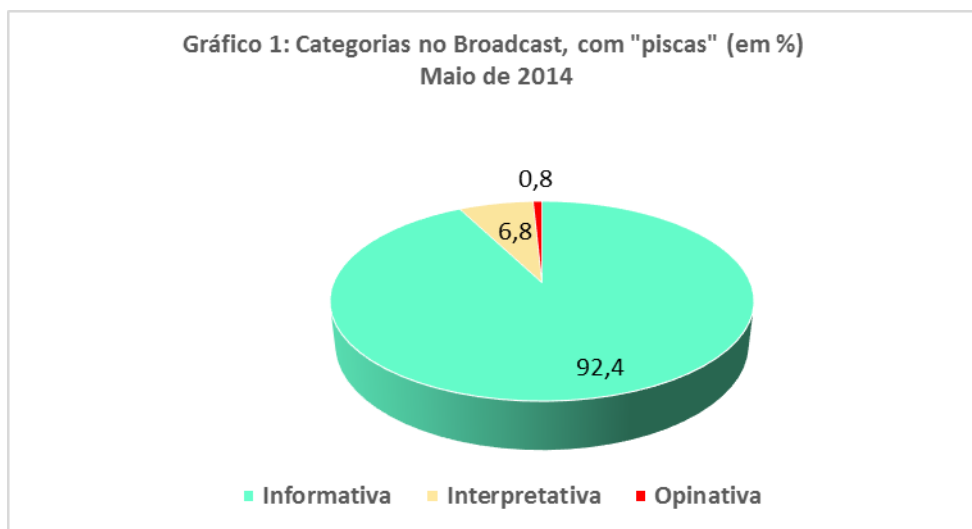
**Tabela 1:** Unidades de informação no *Broadcast*  
Período: 23, 26, 27, 28 e 29 de maio de 2014

<b>Categorias</b>	<b>Número</b>	<b>Percentual</b>
Total Informativa	2.621	92,42
Subtotal Piscas	1.427	50,32
Subtotal Informativa sem Piscas	1.194	42,10
Total Interpretativa	192	6,77
Total Opinativa	23	0,81
Subtotal Interpretativa mais Opinativa	215	7,58
Total Geral	2.836	100,0

Fonte: Autoria própria.



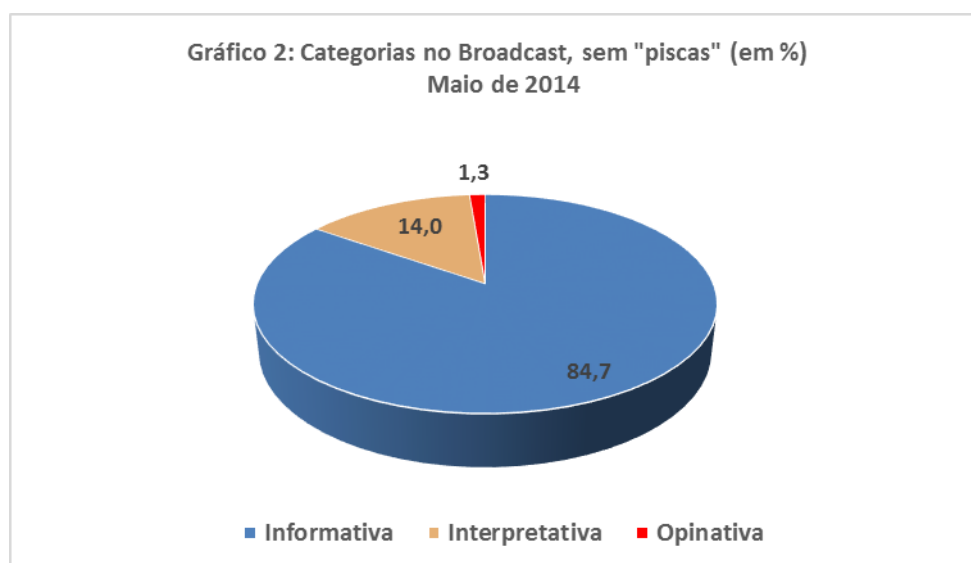
Gráfico 1



Fonte: Autoria própria.

A percepção sobre o peso dos conteúdos interpretativos e opinativos, conforme já mencionado, altera-se no exercício estatístico realizado com a exclusão dos piscas. Nesse caso, reitera-se que as informações contidas nos piscas estão replicadas, com o tempo suficiente para serem desdobradas, em notas e notícias que se sucedem na tela dos usuários. Assim, a exclusão dos piscas nesse exercício significa uma redução apenas no número de unidades de informação, mas não no conjunto dos temas abordados, que estão contidos nas unidades de informação restantes. O gráfico 2 demonstra os resultados desse exercício no *Broadcast*, com a elevação para 15,23% da proporção de conteúdos interpretativos e opinativos no total de 1.409 unidades de informação, sem piscas. Nesse mesmo exercício, a categoria informativa ainda representa a ampla maioria das unidades de informação, com 84,74% do total.

Gráfico 2



Fonte: Autoria própria.

Os dados apurados no levantamento realizado no *Valor PRO* apresentam algumas variações em relação aos resultados extraídos do acompanhamento do *Broadcast*, mas consideramos semelhantes as tendências apontadas nos dois produtos. Como mencionado anteriormente, não tivemos como objetivo nesta pesquisa comparar os dois produtos, mas apenas utilizá-los como referências representativas do segmento de serviços informativos em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, para os mercados financeiro e corporativo.

O total de unidades de informação registrado no *Valor PRO*, nos cinco dias pesquisados, alcançou o número de 2.004, com uma parcela de conteúdos na categoria informativa correspondente a 90,77% do total. A tabela 2 mostra que os piscas representaram 31,49% das unidades de informação registradas no *Valor PRO*, o que, na nossa concepção, representa aproximadamente a participação das coberturas em tempo real no conjunto dos conteúdos editados pelo serviço. A proporção das categorias interpretativa e opinativa somadas alcançou o patamar de 9,23%, o correspondente a 185 unidades de informação. A média diária de textos interpretativos e opinativos chegou a 37 no período pesquisado. A predominância da categoria interpretativa também foi expressiva, com 152 unidades de informações, o equivalente a 7,58% do total geral. O gráfico 3 permite visualizar de maneira clara a proporção de cada categoria jornalística no *Valor PRO*, quando se incluem também os piscas.

**Tabela 2:** Unidades de informação no *Valor PRO*  
Período: 23, 26, 27, 28 e 29 de maio de 2014

<b>Categorias</b>	<b>Número</b>	<b>Percentual</b>
Total Informativa	1.819	90,77
Subtotal Piscas	631	31,49
Subtotal Informativa sem Piscas	1.188	59,28
Total Interpretativa	152	7,58
Total Opinativa	33	1,65
Subtotal Interpretativa mais Opinativa	185	9,23
<b>Total Geral</b>	<b>2.004</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Autoria própria.

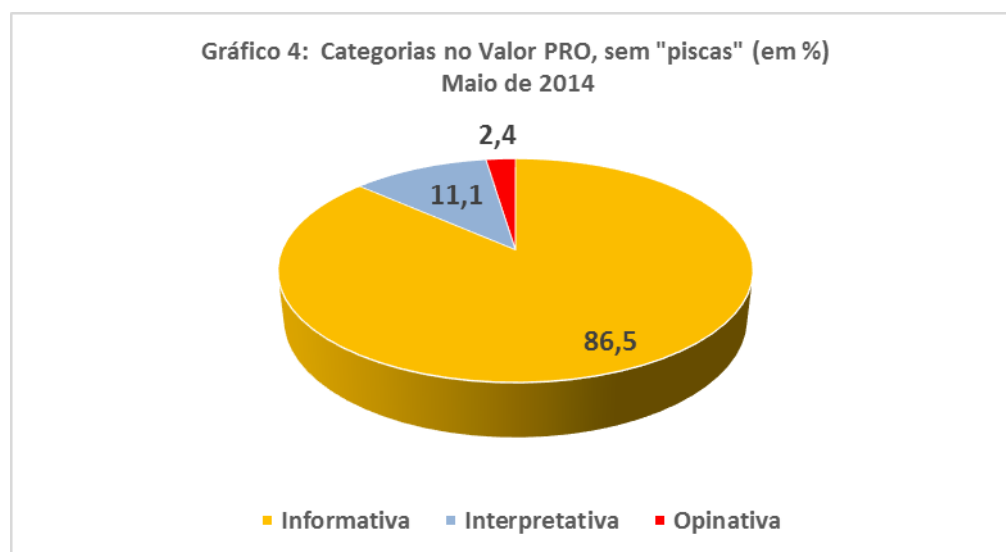
Gráfico 3



Fonte: Autoria própria.

A exemplo do exercício feito com os dados do *Broadcast*, também avaliamos a presença das categorias interpretativa e opinativa no *Valor PRO* com a exclusão dos piscas. Nesse caso, a participação das categorias interpretativa e opinativa somadas representou 13,47% do total de 1.373 unidades de informação, resultado da subtração de 631 piscas do total geral de 2.004 UI. A categoria informativa ainda é amplamente predominante nesse exercício, com 86,5% do total. Nesse ângulo de visão, é possível perceber, de forma mais clara, que a participação das categorias interpretativa e opinativa não é episódica ou descartável, mas sim parte integrante desse conjunto de unidades de informação disponível nos terminais dos dois serviços em fluxo contínuo.

Gráfico 4



Fonte: Autoria própria.

A inferência sobre a inserção orgânica do jornalismo interpretativo e opinativo nos serviços pesquisados pôde ser atestada por outro exercício estatístico, que levou em consideração os horários em que foram publicadas as unidades de informação dessas categorias, tanto no *Broadcast* como no *Valor PRO*. Os indicadores apurados mostraram que esses conteúdos se apresentam nos índices noticiosos ao longo de todo o período pesquisado, acompanhando o ritmo das coberturas em tempo real e colocando marcas temporais nessa mídia digital. Os conteúdos nomeados como cenários, por exemplo, são editados em períodos determinados e fixos, com poucas variações, nos dois produtos. Os cenários mais importantes são publicados no início da tarde, geralmente entre 12h45 às 13h30, e no início da noite, por volta de 18h15 às 18h45. Na figura 9, é possível verificar o trecho inicial (correspondente a cerca de um décimo do tamanho total) do cenário do início da tarde no *Broadcast*.

Figura 9 – Abertura de cenário no Broadcast, dia 29 de maio de 2014, às 12h50

**CENÁRIO-1: JUROS FUTUROS CAEM COM PORTA ABERTA DO BC E PIB DOS EUA**

Apesar de ter mantido a taxa Selic em 11%, como era esperado amplamente pelo mercado, o Banco Central surpreendeu ao adotar o termo "neste momento", em seu comunicado divulgado ontem à noite. A interpretação é de que os membros do Comitê de Política Monetária (Copom) deixaram a porta aberta para novas ações no curto prazo. A maioria considera que novas altas de juros podem ocorrer, mas há quem avalie que o rumo apostado não está descartado, principalmente por causa dos sinais de retração da atividade. Diante das dúvidas sobre o rumo da política monetária, a curva dos juros futuros operam em queda desde o início do dia refletindo ajustes daqueles que ainda esperavam uma última alta de 0,25pp na Selic e também a percepção de que eventuais elevações futuras, se houver, serão menos intensas. O recuo das taxas futuras, principalmente as de prazo mais curto, também refletem a deflação maior que a prevista do IGP-M de maio. Dados fracos da atividade nos Estados Unidos, entre eles o PIB, reforçar a avaliação de que a recuperação da economia norte-americana continua lenta e que o Federal Reserve manterá a retirada gradual dos estímulos. A segunda estimativa do PIB dos EUA no primeiro trimestre mostrou queda de 1%, marcando a primeira contração desde 2011 e um recuo maior que o esperado (-0,6%). Esses números, somados à alta abaixo da esperada das vendas pendentes de imóveis, em abril, provocaram queda generalizada do dólar e levarem os juros dos Treasuries a renovarem as mínimas no ano. Nos mercados acionários, a Bovespa, que subia desde o início do dia, zerou os ganhos e passou a cair após a divulgação dos indicadores norte-americanos. Em Wall Street, as bolsas reduziram a alta, mas permanecem em território positivo, apoiadas pelas expectativas de que ainda haverá liquidez abundante nos mercados por algum tempo. Já na Europa, as bolsas recuam, se ajustando após os ganhos registrados recentemente. No mercado de câmbio doméstico, o dólar opera com grande volatilidade ante o real, conduzido pela pressão de bancos antes da formação da Ptax do mês nesta quinta-feira.

[JUROS](#)

[MERCADOS INTERNACIONAIS](#)

[CÂMBIO](#)

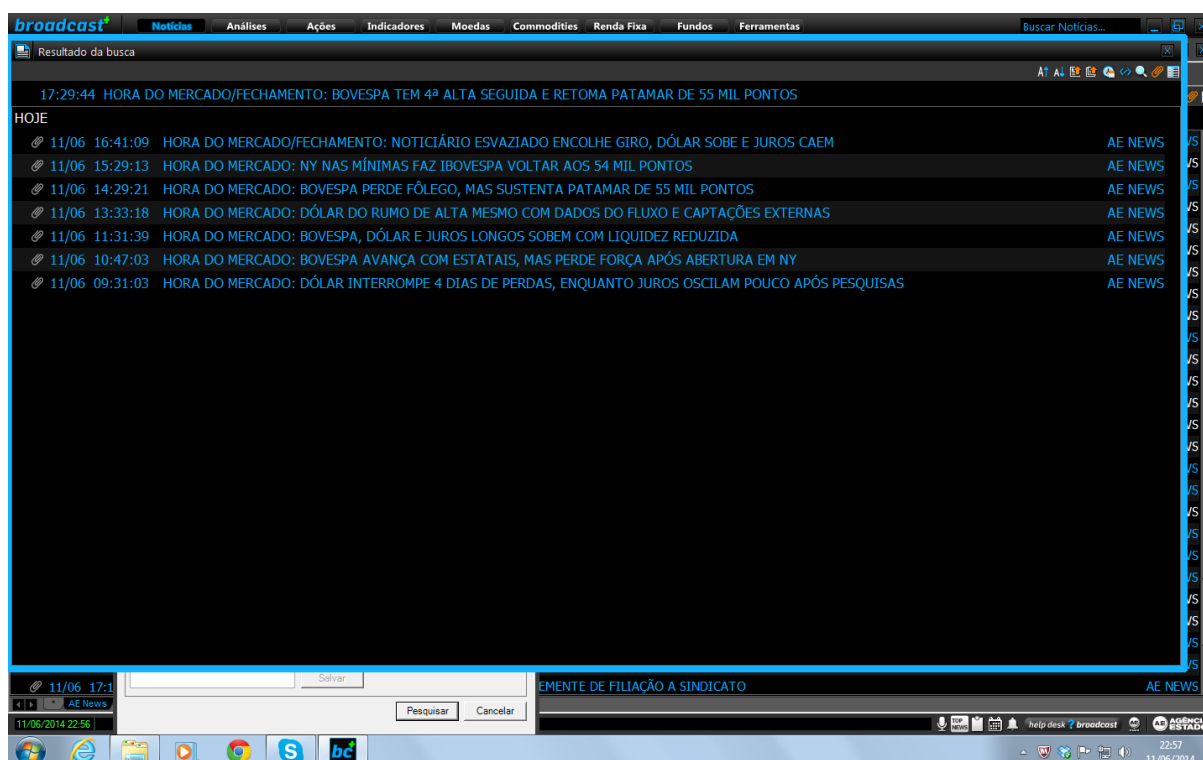
[BOLSA](#)

Fonte: *Broadcast*.

Além disso, no horário do início da manhã, antes que os mercados brasileiros de câmbio, juros e de ações estejam em operação, os assinantes dos serviços são abastecidos com conteúdos batizados de “pré-abertura”, em que se antecipam tendências desses mercados e se apontam fatores que devem influenciar o seu comportamento ao longo do dia. No *Broadcast*, como foi possível verificar no levantamento realizado e comentado na entrevista (ver apêndice) com o editor-chefe da *Agência Estado*, João Caminoto, existe ainda a seção *Hora do mercado* que, como o nome indica, contextualiza o comportamento dos mercados a cada

hora, qualificando-se como “minicenários”. No recorte abaixo, a partir de um filtro específico para detectar essas seções no conjunto do noticiário do *AE-News*, do *Broadcast*, é possível verificar os horários regulares em que são fornecidos diariamente. Esse quadro data do dia 11 de junho de 2014, extemporâneo, portanto, ao período estritamente pesquisado. Por questões operacionais, utilizamos a amostra em data posterior apenas como ilustração de um padrão que se repete diariamente.

Figura 10 – Visualização dos cenários *Hora do Mercado* no *Broadcast*

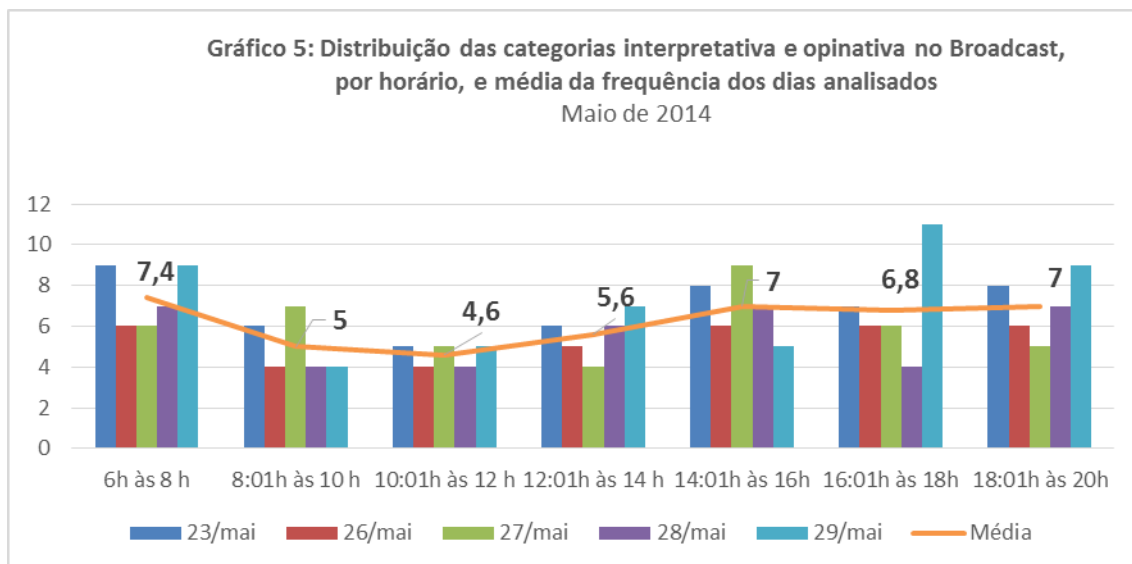


Fonte: *Broadcast*.

No gráfico 5, estão computados os horários das categorias interpretativa e opinativa, inseridas no *Broadcast* nos dias pesquisados – 23, 26, 27, 28 e 29 de maio de 2014. A média mais elevada foi apurada no período das 6h às 8h da manhã, com 7,4 unidades de informação, seguido dos intervalos das 14h às 16h e das 18h às 20h, ambos com média de 7 UI. Os demais horários também apresentam médias significativas, mostrando uma distribuição relativamente homogênea dessas categorias, que permeiam os índices dos produtos em fluxo contínuo, como contrapontos e complementos à categoria informativa. É possível visualizar, também no gráfico 5, a curva traçada entre as médias registradas nos intervalos de horários determinados para todos os dias pesquisados. Na nossa avaliação, esses dados demonstram o

entrelaçamento da dimensão interpretativa e opinativa com o registro informativo dentro desses noticiários.

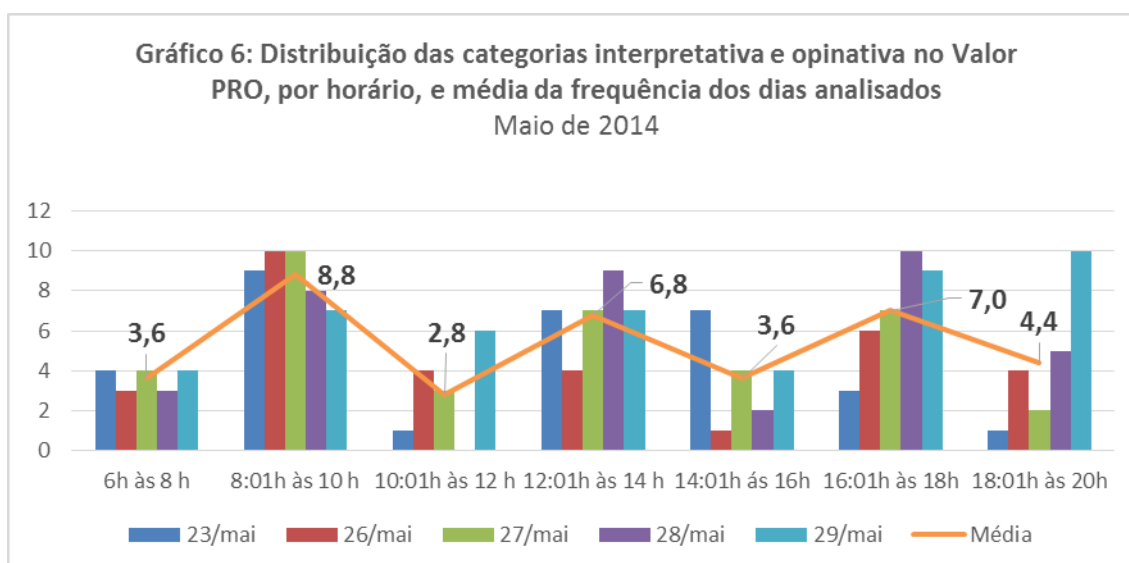
Gráfico 5



Fonte: Autoria própria.

O mesmo levantamento realizado no *Valor PRO*, com critérios idênticos, encontrou resultados semelhantes, ou seja, uma distribuição constante das categorias interpretativa e opinativa ao longo do noticiário, embora a curva do gráfico 6 mostre variações mais bruscas entre os períodos. A média mais elevada de incidência de conteúdos interpretativos e opinativos foi observada no intervalo das 8h01 às 10h, com 8,6 unidades de informação. Em seguida, aparecem os intervalos das 16h às 18h, com uma média de 7 UI, e das 12h01 às 14, com média de 6,8 unidades de informação.

Gráfico 6



Fonte: Autoria própria.

Mais uma vez, o aspecto relevante neste indicador, na nossa avaliação, é a percepção de que a produção jornalística interpretativa e opinativa acompanha o ritmo do índice noticioso durante todas as suas etapas, apresentando-se como parte integrante desse conjunto de conteúdos jornalísticos, que se vinculam, por sua vez, a dados técnicos e estatísticos, assim como cotações e indicadores econômico-financeiros para compor o espaço de informação desses veículos. Destaca-se também que os conteúdos interpretativos e opinativos aparecem de forma expressiva em produtos que se caracterizam por elevado grau de fragmentação das informações, como demonstra a presença maciça de unidades de informação caracterizadas como piscas, ou seja, que fatiam ao máximo possível a cobertura jornalística para comprimir o tempo decorrido entre os acontecimentos e sua divulgação.

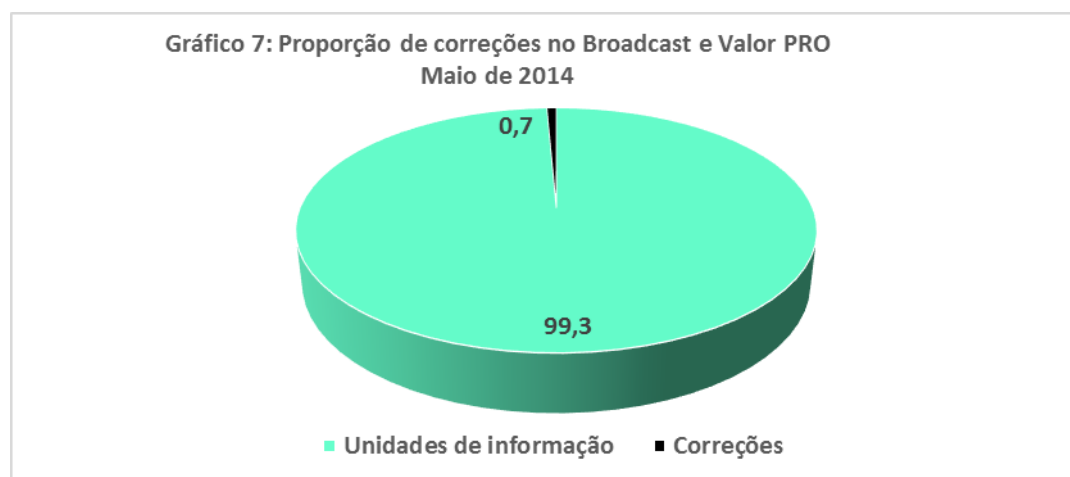
Na corrida contra o tempo, o principal efeito colateral apontado por estudiosos da mídia digital, como tivemos oportunidade de relatar, é a maior incidência de erros na produção jornalística submetida aos rigores da cobertura em tempo real. Por isso, consideramos importante aferir nos produtos *Broadcast* e *Valor PRO* a parcela de correções publicadas para repor equívocos de informação ou edição contidos nos noticiários. Trata-se de um levantamento quantitativo e que, portanto, não permite avaliar o grau de importância dos erros cometidos ou de seus desdobramentos para os assinantes dos serviços. Assim como não entramos no mérito de eventuais erros gramaticais ou de estilo nos textos pesquisados, a exemplo do que ocorre nos próprios produtos.

As correções foram contabilizadas à parte tanto no *Broadcast* como no *Valor PRO* e posteriormente somadas para que fosse possível ter uma visão abrangente sobre a incidência



de erros, tanto nas coberturas em tempo real como naquelas em tempo diferido, nos dois serviços. O índice encontrado foi precisamente de 0,68%, percentual que aparece arredondado para 0,7% no gráfico 7. Esse percentual representa o número de 33 correções que foram inseridas nos dois produtos nos cinco dias pesquisados, quando foi contabilizado um total de 4.840 unidades de informações, de acordo com a soma do total geral de UI de cada um dos serviços informativos.

Gráfico 7



Fonte: Autoria própria.

Esse patamar de erros nos dois produtos pode ser considerado mínimo, diante da intensidade das coberturas em tempo real realizadas e da manutenção ativa do fluxo contínuo de informações, que implicam o manejo de grande volume de conteúdos. Como se poderá verificar na seção dedicada às entrevistas que foram realizadas com os profissionais jornalistas, a preocupação de minimizar os erros é constante – e de corrigi-los rapidamente, tão longo sejam detectados, para diminuir o seu impacto ou influência em decisões de negócios que venham a ser tomadas com base em informações inconsistentes.

Assim, consideramos bastante fidedigno o indicador que foi apurado sobre os erros efetivamente ocorridos nos noticiários dos dois produtos nos dias pesquisados. No *Broadcast*, a correção é precedida do aviso de “ATT”, seguido pelo título da matéria ou do piscar a ser corrigido. No *Valor PRO*, é utilizada a palavra “Correção”, indicando-se, desde o título, o dado a ser corrigido. Nos dois quadros seguintes, é possível observar a correção de um erro de edição no *Broadcast* e de um erro de informação, contido em piscar, no *Valor PRO*.

Figura 11 – Correção de erro de edição no *Broadcast*

29/05/2014 15:53:51 - AE NEWS

**ATT: AUGUSTIN: EXPANSÃO DO INVESTIMENTO DEVE SER EXPRESSIVA ESSE ANO**

Att.	Srs.	Assinantes
O título da nota divulgada às 15h21 se referia a outro texto. Segue a repetição da nota com o título correto.		
Brasília, 29/05/2014 - O secretário do Tesouro Nacional, Arno Augustin, afirmou há pouco que o crescimento do investimento deve ser expressivo esse ano. Ele disse ser normal a redução nos pagamentos em um mês, mas alegou que os investimentos crescem na comparação ao ano passado. “Está crescendo em relação ao ano passado e vai continuar crescendo. 19,1% é bastante”, disse, se referindo à alta no primeiro quadrimestre. “Não faço previsão até o final do ano. Nossa programação é para que o investimento possa crescer mais que o custeio”, disse.		
Augustin disse que o calendário eleitoral influencia pouco os investimentos porque, segundo ele, já são programadas considerando as eleições. Ele afirmou que os convênios com Estados e municípios são executados dentro de programação plurianual. (Renata Veríssimo e Laís Alegretti)		
Fonte: <i>Broadcast</i> .		

Figura 12 – Correção de erro de informação em pisca no *Valor PRO*

26/05/2014 08:28:17

**\* Correção: Governo aumenta (a não reabre) prazo do Padis, programa de apoio a indústria de semicondutores**

Aguarde mais informações.

Fonte: *Valor PRO*.

No acompanhamento dos serviços noticiosos do *Broadcast* e do *Valor PRO*, foi possível identificar ainda a utilização frequente do modelo da pirâmide invertida, que pressupõe a redação de um lide com os fatos mais relevantes em primeiro plano e a distribuição do restante das informações ao longo do texto, em ordem decrescente de importância. Esse formato, consagrado historicamente no jornalismo, está presente, portanto, nas plataformas que se caracterizam por coberturas em tempo real. A especificidade desses produtos aparece de forma mais clara nas técnicas jornalísticas de fragmentação exacerbada das informações, típicas das coberturas em tempo real e que encontram no modelo do pisca sua expressão mais notória, como temos reiterado.

Nesse sentido, é útil visualizar mais um exemplo de tela do *Broadcast*, em que aparece uma sequência de quinze piscas sobre a divulgação dos resultados do Tesouro Nacional e outros dois sobre o afastamento da Morgan Stanley de uma operação de bônus por conflito de interesses, a partir de informações fornecidas por fontes. O exemplo da figura 13 é importante também para se perceber a importância do título na oferta do máximo possível de informações – e não apenas para instigar a leitura do texto correspondente, como costuma acontecer em

outras plataformas, inclusive a impressa. A noção de que o título pode bastar ao usuário que acessa as unidades de informação da categoria informativa é bastante presente na edição desses produtos, como pude comprovar também na minha experiência profissional.

Figura 13 – Exemplo de fragmentação de informações em piscas



Fonte: *Broadcast*.

Além disso, a indicação precisa sobre a origem da matéria, seja de um dado oficial do governo, como foi o caso da cobertura dos resultados do Tesouro, ou de fontes que se protegeram no anonimato, completam a moldura jornalística típica desses produtos. Cabe ressaltar também que, ao contrário das práticas de edição nos sites da internet, os produtos de fluxo contínuo em plataformas de tempo real, como os que foram analisados, não atualizam as informações no mesmo texto ou retransmitem que estão disponibilizados para os usuários. Nos sites, é comum encontrar o aviso de que tais matérias foram atualizadas em horários indicados.

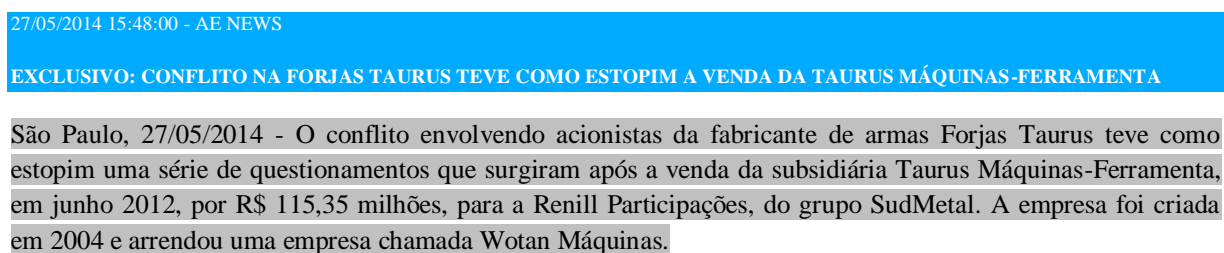
Nos produtos pesquisados, não há retorno a textos já publicados, até por configurações tecnológicas e pela necessidade de preservar a integridade de seus índices noticiosos com os horários originais, oferecendo transparência aos tomadores de decisão que se valem de suas

informações. Assim, cada informação é cravada no horário em que foi publicada, tornando os seus índices cumulativos e extensos, acentuando também o caráter fragmentário de seus conteúdos jornalísticos. São muito raros os casos em que uma unidade de informação chega a ser retirada do índice, o que exige procedimentos tecnológicos de maior complexidade, restritos ao comando de um grupo reduzido de profissionais que integra a direção das empresas.

Por tudo isso, a realidade para os profissionais que trabalham nesses serviços é a convivência forçada com o erro, que permanece no índice estampado na tela, com o respectivo horário em que foi publicado. O recurso à correção, que se constitui em outra unidade de informação, é praticamente o único caminho disponível para repor a informação verdadeira ou assumir um erro cometido na edição. Essas características técnicas e editoriais conferem maior visibilidade aos erros e os tornam fatores críticos para o sucesso desses produtos. Nos sites da internet, ao contrário, é possível rapidamente subtrair uma notícia indesejada ou equivocada, com ferramentas tecnológicas ao alcance de todos os editores.

Outra noção que procuramos ilustrar no material empírico é a de furo jornalístico, que costuma se considerar ausente ou pouco perceptível nas mídias digitais. A facilidade e rapidez com que os conteúdos chegam ao conhecimento dos concorrentes permitem que sejam replicados ou repercutidos, a ponto de os leitores não identificarem mais a sua procedência ou seus autores originais. Nos produtos contidos em plataformas fechadas para assinantes, como é o caso do *Broadcast* e do *Valor PRO*, há naturalmente mais barreiras para que essa dinâmica se instale. Na prática, no entanto, a triangulação de informações, por intermédio de fontes, por exemplo, acaba por reduzir consideravelmente a altura dessas barreiras. O que procuramos atestar foi o peso que as informações exclusivas recebem nos produtos pesquisados e constatamos que é expressivo e valorizado, com chapéus indicativos da exclusividade, como se pode perceber no exemplo da figura 14, que reproduz apenas o primeiro parágrafo do texto.

Figura 14 – Exemplo de destaque para informações exclusivas



Fonte: *Broadcast*.

Até esse ponto, tratamos da totalidade do principal noticioso do *Broadcast*, o *AE-News*, e do noticiário unificado do *Valor PRO*. Como foi planejado, extraímos desses noticiários amostras específicas dos conteúdos qualificados pelas redações como *Top News*, no caso do *Broadcast*, e como *Valor Recomenda*, no caso do *Valor PRO*. São esses recortes que abordamos agora, em levantamentos específicos, que foram tratados estatisticamente e transformados em gráficos e tabelas úteis para a pesquisa que realizamos. Nesses agrupamentos, a intenção dos editores é a de indicar aos usuários as unidades de informação mais relevantes do dia, que assumem um caráter menos efêmero ou mais perene do que os piscas e as notas curtas. Esse território, ocupado por uma dupla ação de *gatekeeping* dos jornalistas, nos interessa sobremaneira para detectar os critérios de que se valem os profissionais ao conferir valor a esses conteúdos.

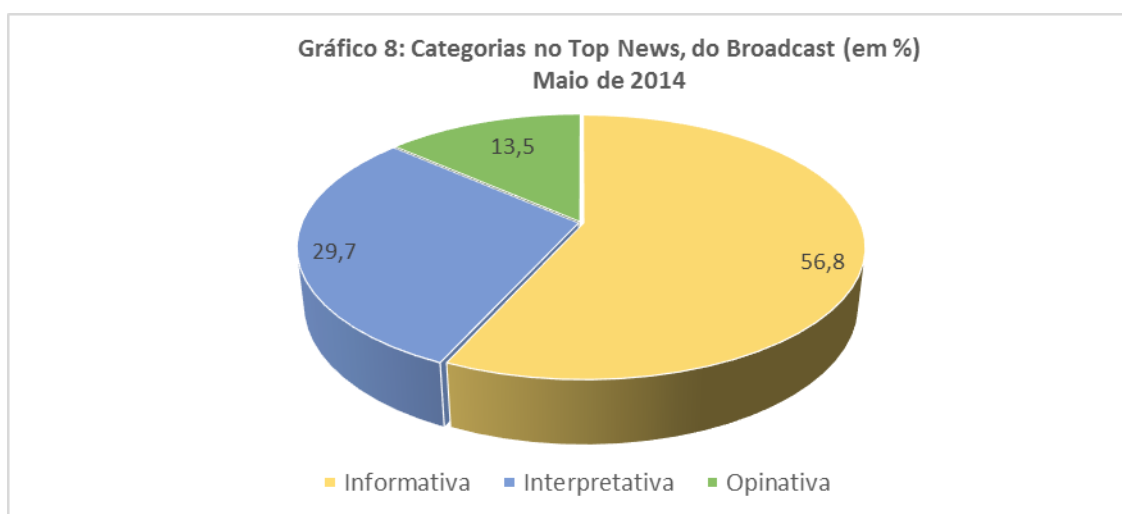
No *Top News*, do *Broadcast*, foi apurado um total de 74 unidades de informação, das quais 56,76% foram da categoria informativa; 19,73% da categoria interpretativa e outros 13,51% da categoria opinativa. Se somadas, as categorias interpretativa e opinativa responderam por 43,27% do total das unidades de informação encontradas nos cinco dias pesquisados. A tabela 3 mostra todos os dados apurados para o *Top News* e o gráfico 8 permite visualizar as proporções aproximadas de maneira clara. Se compararmos esses dados àqueles válidos para a totalidade do *AE-News*, do *Broadcast*, veremos mudanças significativas no peso das unidades de informação interpretativas e opinativas, seja pelo critério que incluiu os piscas ou por aquele que os excluiu.

Tabela 3 – Categorias Top News, do *Broadcast*  
Período: 23, 26, 27, 28 e 29 de maio de 2014

<b>Categorias</b>	<b>Número</b>	<b>Percentual</b>
Informativa	42	56,76
Interpretativa	22	29,73
Opinativa	10	13,51
Subtotal Interpretativa mais Opinativa	32	43,27
Total Geral	74	100,0

Fonte: Autoria própria.

Gráfico 8



Fonte: Autoria própria.

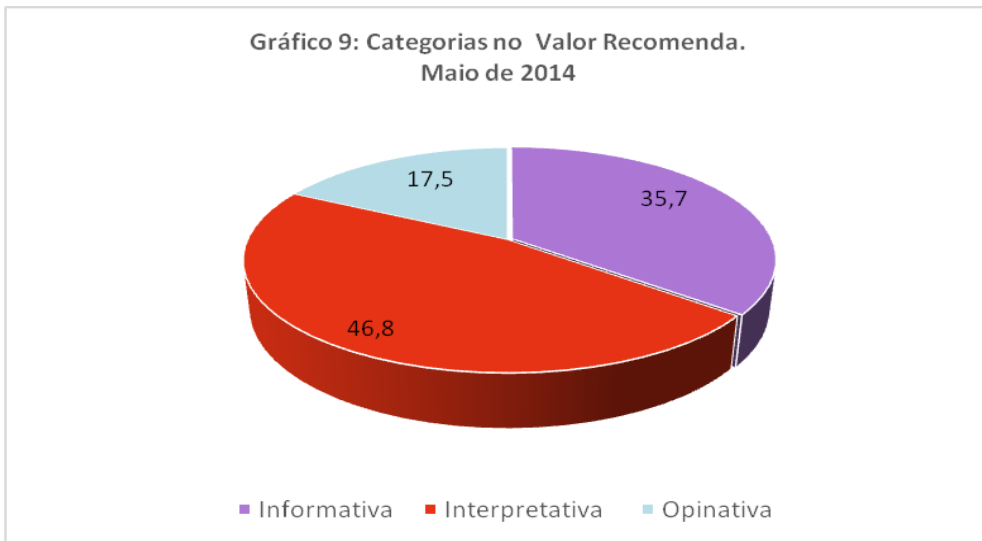
No Valor *Recomenda*, as diferenças em relação ao noticiário total do *Valor PRO* são ainda mais expressivas. De um total de 126 unidades de informação, 35,71% estavam enquadradas na categoria informativa, enquanto 46,83% pertenciam à categoria interpretativa e os restantes, 17,46%, à categoria opinativa. Ao se agregar o número de unidades interpretativa e opinativa, como temos feito sempre para cotejar com o volume de UI da categoria informativa, encontramos um percentual de 64,29%. Isso significa que os conteúdos de maior valor agregado, que carregam uma carga mais intensa de significação, foram majoritários no recorte do *Valor Recomenda*. Os dados da tabela 4 e do gráfico 9 permitem dimensionar com nitidez essas proporções.

Tabela 4 – Categorias no *Valor Recomenda*  
Período: 23, 26, 27, 28 e 29 de maio de 2014

<b>Categorias</b>	<b>Número</b>	<b>Percentual</b>
Informativa	45	35,71
Interpretativa	59	46,83
Opinativa	22	17,46
Subtotal Interpretativa mais Opinativa	81	64,29
<b>Total Geral</b>	<b>126</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Autoria própria.

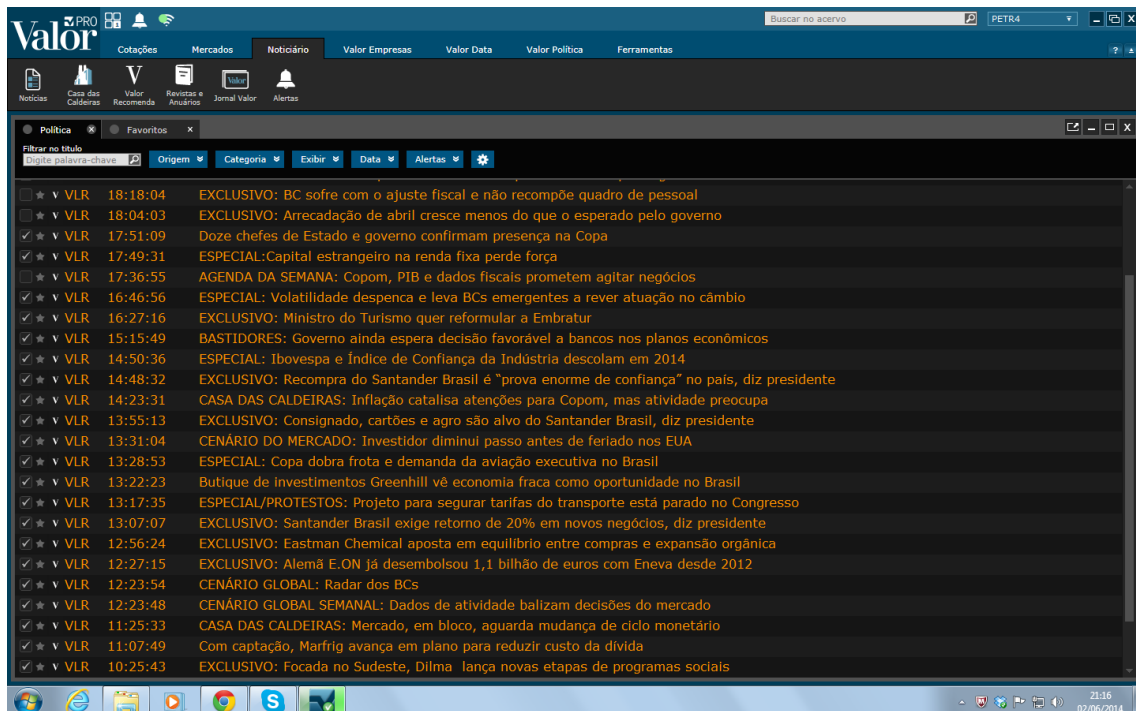
Gráfico 9



Fonte: Autoria própria.

Na figura 15, abaixo, é possível visualizar o índice do *Valor Recomenda*, no *Valor PRO*, no dia 23 de maio de 2014. Os chapéus indicam se tratar, majoritariamente, de conteúdos de cenários, matérias especiais, informações exclusivas e de bastidores, entre outros.

Figura 15 – Índice do *Valor Recomenda* do dia 23 de maio de 2014



Fonte: *Valor PRO*.

Os usuários dos dois serviços podem acessar esses recortes do conjunto dos noticiários em áreas específicas destacadas na plataforma. No caso do *Valor PRO*, é adotado ainda um sinal iconográfico, em formato de “V”, para identificar no índice geral os conteúdos recomendados. Os indicadores apurados para os dois produtos deixam patente, na nossa avaliação, que há uma maior valoração por parte de ambas as redações dos conteúdos que incorporam maior interveniência dos jornalistas na sua elaboração, seja pelo viés interpretativo ou opinativo. O caráter efêmero dos piscas os deixam ausentes dessas listagens, que sinalizam uma hierarquia de valores jornalísticos, pautada principalmente pela marca autoral dos profissionais que elaboram esses conteúdos.

### **5.3. Interpretação da pesquisa quantitativa**

Conforme demonstrado, pelos dados apresentados na pesquisa quantitativa, os índices aparentemente desordenados dos produtos em fluxo contínuo pesquisados seguem uma lógica metódica, que se utiliza de marcos temporais para organizar o espaço de informação jornalística, dotando-o de sentido e função. São produtos que abrigam diferentes gêneros jornalísticos e múltiplas temporalidades, em um conjunto integrado de conteúdos em plataformas fechadas para o público em geral e voltadas para um segmento de assinantes dispostos a pagar por informações especializadas e precisas.

A composição das telas desses produtos, que utilizam símbolos iconográficos e recursos de edição, como a mudança de cores, para destacar determinadas unidades de informação, forma um contexto de interpretação. A interface gráfica característica, que reproduzimos nos *print screens* já inseridos nesta pesquisa, diferencia-se frontalmente dos sites e portais usuais na internet. Estes contam com arquitetura mais ampla e variada, que envolve design e ferramentas tecnológicas diversas, para conferir hierarquia aos conteúdos editados, seja inserindo-os na primeira tela das *home pages* ou destacando-os com fotos e vídeos. Nos produtos que pesquisamos, não há uma página correspondente às *home pages* e sim uma sequência de títulos que se atualiza automaticamente e assemelha-se às áreas conhecidas como “Últimas Notícias” nos sites da internet.

A estreiteza dos recursos de edição jornalística utilizados nas plataformas pesquisadas, o que não significa dizer que não sejam sofisticadas e tecnologicamente de ponta, condicionam outros caminhos de hierarquização jornalística. A rigor, foram detectados os mecanismos que podem conferir destaque ou não a determinadas unidades de informação



selecionadas pela redação, o que se materializa com a mudança de cor dos títulos, a adoção de chapéus ao nomear os conteúdos e o manejo da iconografia – para distinguir piscas, assinalar matérias recomendadas ou já lidas, no caso, com o sinal de verificação. Existem inúmeras possibilidades de combinação de noticiosos e outros informes não jornalísticos nessas plataformas, de acordo com a preferência dos usuários, aspectos que não exploramos na nossa pesquisa, que teve outros objetivos a cumprir.

O ambiente de informação montado nas plataformas em tempo real pressupõe que os seus usuários sejam capazes de decodificá-lo de acordo com seus interesses específicos. Em outras palavras, a possibilidade de oferecer aos usuários uma gama variada de conteúdos somente adquire sentido por intermédio da ação do receptor, que poderá escolher as informações que lhe interessam mais de perto. Assim como poderá usufruir das técnicas de edição de coberturas em tempo real, largamente utilizadas nos produtos pesquisados para economizar tempo e garantir informações com mais rapidez.

Do ponto de vista do emissor, a que a nossa pesquisa se vincula, o desafio que fica nítido no acompanhamento dos produtos *Broadcast* e *Valor PRO* é o de aliar rapidez nas coberturas em tempo real com exatidão na prestação de informações. O esforço na aceleração da produção das notícias, enquadradas na categoria informativa, estende-se também à produção de conteúdos interpretativos e opinativos. A inserção de cenários e análises, assim como colunas e comentários, pontua os índices noticiosos no decorrer de todos os horários pesquisados. Na nossa avaliação, isso significa que esses conteúdos diferenciados estão ligados ao ritmo da produção dos conteúdos da categoria informativa, interpretando e explicando os acontecimentos à medida que vão sendo registrados nas coberturas factuais.

O pisca, que caracterizamos como um título sem um texto correspondente e que antecipa informações mais completas fornecidas mais adiante, pode ser considerado um gênero jornalístico típico das coberturas em tempo real – aquelas que se baseiam no texto escrito e não em transmissões ao vivo de áudio e vídeo. O grau de fragmentação da informação exercitado nesse formato transcende o que se observa nas notícias tradicionalmente publicadas em veículos impressos, também caracterizadas pela fragmentação, conforme estudos mencionados. Por isso, consideramos correto caracterizar que as coberturas em tempo real produzem informações ultrafragmentadas, que acentuam o caráter desconexo e anistórico, apontado como referência na produção de notícias jornalísticas em geral.

Procuramos também analisar o formato dos piscas frente às técnicas do lide e da pirâmide invertida, predominantes no jornalismo desde o século XIX. Nesse aspecto, é

possível afirmar que as sequências de piscas com informações ultrafragmentadas obedecem, na maioria das vezes, a linha cronológica do desenrolar das coberturas. Mesmo que haja a preocupação – como é possível verificar na seção em que abordamos as entrevistas com os profissionais jornalistas – de detectar as declarações e dados mais importantes, dificilmente se escapa à cronologia da cobertura pela rapidez com que os piscas são editados. O formato de pirâmide normal, que atende justamente a uma estrutura cronológica, conforme descrito anteriormente, ajusta-se à realidade que encontramos nos produtos pesquisados. Novamente cabe destacar, nas características distintivas desses noticiários, a ultrafragmentação como técnica fundamental de informação jornalística.

Além disso, consideramos, com base nos estudos revisados, que a pirâmide invertida é o modelo que mais se identifica com o fazer jornalístico em que a intervenção do profissional aparece de forma evidente e reconhecida, a ponto de se considerar este modelo um marco na profissionalização e no reconhecimento dos saberes do ofício do jornalista. A técnica de inserir as informações ultrafragmentadas em ordem cronológica nos produtos pesquisados pode, assim, contrariar os próprios cânones do jornalismo que conhecemos a partir do século XIX, ao minar a autoridade profissional na produção noticiosa que remete a procedimentos mais literais e automáticos. Tivemos oportunidade de problematizar essas questões nas entrevistas realizadas, em que discutimos também a questão do furo jornalístico e sua apropriação – ou não – pelos profissionais.

Consideramos críticas as duas questões, isto é, a subversão da pirâmide invertida e a autoria difusa dos furos jornalísticos, para o entendimento da maneira como os serviços em tempo real são percebidos no meio jornalístico. Em complemento, detectamos em nossa pesquisa a tentativa de contextualizar e interpretar as informações prestadas no formato ultrafragmentado, pela presença expressiva das unidades de informação enquadradas nas categorias interpretativa e opinativa, em meio a uma torrente de conteúdos da categoria informativa. A afirmação de que é expressiva a presença dos conteúdos interpretativos e opinativos pode ser respaldada pelo número de unidades de informação encontrado nessas duas categorias – uma média diária de 43 textos no *Broadcast* e de 37, no *Valor PRO* – mais do que na proporção em relação às unidades da categoria informativa.

Existe uma dinâmica de descontextualização, no momento da divulgação do fragmento da informação, e de recontextualização, que ocorre na confecção da nota ou notícia mais completa sobre o fato noticiado sumariamente no pisca. Esse processo abrange ainda a elaboração de análises e cenários, que vão preencher as lacunas de contextualização e dar maior significado aos acontecimentos focados pelas coberturas em tempo real. Os conteúdos

da categoria opinativa, se adotarmos uma escala de significação e sentido nos textos dos produtos pesquisados, completam o ciclo jornalístico com maior carga de subjetividade.

Na metodologia que utilizamos, ficamos restritos aos aspectos formais desses conteúdos, como a caracterização de colunas assinadas e individuais ou blogs de cunho autoral, suficientes, no entanto, para definir que se trata de um espaço diferenciado, ocupado pelos profissionais que atuam nesses produtos. O grau de autonomia com que exercem seu ponto de vista sobre os acontecimentos, em relação às políticas corporativas das empresas de mídia a que pertencem, não foi avaliado por não se inscrever no escopo desta pesquisa. Também não nos debruçamos sobre a identidade desses pontos de vista em relação aos interesses dos mercados financeiro e corporativo a que se dirigem os produtos.

O que procuramos destacar é que, mesmo nesses espaços especializados e voltados para um público profissional, o jornalismo praticado não se limita ao registro dos fatos, traduzidos pelos piscas, mas se estende a outras categorias e gêneros complementares para formar um conjunto integrado, conforme apontado. A existência de unidades de informação nas categorias interpretativa e opinativa nessas plataformas comprova essa afirmação e abre perspectivas para tornar mais complexa a percepção sobre o jornalismo que se exercita nessa esfera. Significa que fugimos da noção simplificada de que os produtos em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, se limitam ao registro sumário e impreciso dos fatos.

A convivência da produção acelerada da informação jornalística com um grau marcante de precisão – índice de erros inferior a 1% do total de unidades de informação pesquisadas – demonstra a capacidade de os jornalistas ocuparem espaços como esse de forma qualificada e profissional. Consideramos que o desafio de evitar o erro é inerente ao exercício da temporalidade no jornalismo. Em vários momentos históricos, como na emergência dos jornais diários no século XIX, estabeleceu-se uma relação causal entre a exiguidade do tempo e a maior imprecisão da informação jornalística. Daí a importância que julgamos merecer a tentativa de medir a incidência de erros de informação e edição nas plataformas em tempo real, que representam o suporte em que se verifica o ritmo mais acelerado que conhecemos no jornalismo baseado na escrita.

#### **5.4. Pesquisa qualitativa**

As entrevistas semiestruturadas realizadas com três profissionais do *Broadcast* e outros três do *Valor Econômico* representam a etapa qualitativa da pesquisa realizada para

esta dissertação. Destacaremos dessas entrevistas os aspectos mais relevantes para a pesquisa, abrindo a possibilidade de que sejam acessadas, na íntegra, nos apêndices. Entre os entrevistados, procuramos adotar um grau de paralelismo nas conversas mantidas com a diretora de redação do *Valor Econômico*, Vera Brandimarte, e o editor-chefe da *Agência Estado*, João Caminoto, que ocupam os principais postos de direção editorial dos produtos *Valor PRO* e *Broadcast*, respectivamente, além de outras funções nas corporações a que pertencem. Existem também especificidades nas duas empresas, que se procurou abordar de forma pontual. As demais entrevistadas ocupam posições diferentes tanto a nível hierárquico como no processo de produção jornalística dos produtos pesquisados, atendendo à meta de buscar depoimentos que cobrissem um espectro mais amplo de temas e experiências.

O primeiro objetivo das entrevistas foi o de discutir os espaços interpretativos e opinativos existentes nos produtos de informação em fluxo contínuo para avaliar as motivações que levam as redações a ocupá-los e estabelecer sua relação com as coberturas em tempo real, fragmentadas e efêmeras. Na *Agência Estado*, a percepção de que os assinantes do *Broadcast* demandam conteúdos analíticos alimenta-se dos canais de comunicação mantidos com esses clientes, para atendê-los e ouvir suas sugestões, como também se sustenta na própria avaliação editorial sobre as possíveis “lacunas de interpretação”<sup>12</sup> no serviço informativo, como indicou João Caminoto. Na sua visão, “havia uma nítida demanda dos assinantes por esses cenários e análises mais frequentes”.

A utilização de *benchmarks* internacionais também foi citada pelo editor-chefe da *AE* para justificar o empenho na produção de conteúdos analíticos. Esse conjunto de fatores aparece por detrás da criação de minicenários, da categoria interpretativa, que se distribuem ao longo do dia no índice do *Broadcast*, ocupando os espaços intermediários existentes anteriormente entre os cenários da manhã, do horário do almoço e do período da tarde. “A nossa tela é povoada de minicenários que dão o retrato analítico da situação para o cliente”, afirmou. Muitos desses clientes, segundo ele, utilizam as análises oferecidas no produto como uma importante ferramenta para elaborar suas próprias conclusões. Daí a existência de todo um “aparato voltado para a interpretação dos fatos”.

Um ponto importante, mencionado por Caminoto, é o fato de a produção dos conteúdos interpretativos vincular-se ao ritmo da cobertura factual em tempo real, que se expressa na elaboração rápida de análises e cenários sobre os fatos mais relevantes para atender a expectativa detectada entre os assinantes. “A questão da agilidade da cobertura

---

<sup>12</sup> Entrevista concedida por CAMINOTO, João. [ago. 2014]. Entrevistadora: Elizabeth Cataldo. São Paulo, 2014. 1 arquivo .mp3. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice B desta dissertação.

factual tem de ser acompanhada também pela interpretação dos fatos, não é só a notícia”, argumentou, acrescentando que mais do que tomar conhecimento da notícia, muitas vezes, “os leitores querem saber o que ela significa, o seu impacto”. Por isso, a sua conclusão de que os conteúdos analíticos significam “parte fundamental da complementação da notícia”. O desafio identificado por ele no *Broadcast* é o de serem “cada vez mais rápidos na entrega da análise e da repercussão também”.

É relevante mencionar que o editor-chefe da *AE* demarca os terrenos interpretativo e opinativo, reservando este último aos editorialistas do *Grupo Estado*, que ocupam a página três do jornal *O Estado de S. Paulo*. Mesmo que reconheça a fluidez das fronteiras entre os espaços de interpretação e opinião, ele destaca que se pratica um “rigoroso controle editorial para garantir que essa fronteira não seja desrespeitada por nossos jornalistas”. Na classificação que adotamos para as unidades de informação do *Broadcast*, mantivemos o enquadramento de colunas assinadas pelos jornalistas da empresa na categoria opinativa, pelos critérios utilizados e já descritos.

No caso do *Valor PRO*, o produto de informação em fluxo contínuo do *Valor Econômico* para os mercados financeiro e corporativo, a avaliação de Vera Brandimarte é que não basta oferecer a cobertura factual aos assinantes. Ela descreve “todo um arsenal de cenários, de opiniões e de avaliação com mais profundidade” para que os clientes do produto, especialmente os operadores do mercado, possam reagir com rapidez às informações e dados que recebem em tempo real e tomar suas decisões. A diretora de redação do *Valor* analisa que a cobertura factual é praticamente a mesma em todos os serviços noticiosos voltados para esse segmento, o que reforça a validade dos conteúdos diferenciados, como análises e histórias de bastidores, para suprir a demanda dos assinantes por subsídios complementares.

Uma pesquisa de mercado orientou a proposta encaminhada aos acionistas da empresa sobre o perfil do serviço noticioso do *Valor PRO*, de acordo com o seu relato:

Nós nos sentamos com bancos, em suas diferentes áreas, com *assets* [gestoras de recursos], tesourarias e outros interlocutores relevantes para saber como consumiam informação, que tipo de informação precisavam e o que seria o diferencial nesse universo. Essas conversas foram exaustivas ao longo de vários meses antes de desenharmos o produto que pretendíamos fazer. Os resultados foram apresentados aos acionistas como sendo um retrato das necessidades do mercado. E nós continuamos a buscar respostas à medida que a plataforma foi sendo construída. “O que você está achando do produto? O que você quer mais? O que falta nesse produto?”. “Queremos o diferencial”, eles respondiam. E o que é o diferencial? É furo, obviamente todo mundo quer furo. Mas é também a informação mais analisada, de bastidor, uma discussão que precedeu e determinou uma medida e suas possíveis consequências (Vera Brandimarte, APÊNDICE F).

Um fenômeno apontado por Brandimarte e que reforça, na sua avaliação, o interesse na elaboração de conteúdos diferenciados é o que caracterizamos como um processo de desintermediação na divulgação de informações, que passa a prescindir de um veículo jornalístico para esse fim. “Governo, institutos de pesquisa e empresas caminham para apresentar em seus próprios sites toda e qualquer informação relevante”, o que seria estimulado pelas próprias agências reguladoras do mercado, como a Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Como exemplos, ela citou a divulgação de dados do Banco Central, que podem estar imediatamente disponíveis no site do próprio BC, ou o anúncio do índice de inflação a que todos têm acesso ao mesmo tempo por intermédio do site do IBGE. Antes da internet, como lembrou, os serviços com cobertura em tempo real representavam praticamente a única fonte disponível para boa parte das informações que formam os preços dos ativos no mercado.

A sua convicção é que vivemos uma transformação no ciclo da notícia, que guarda diferenças marcantes em relação à realidade de dez anos atrás. Hoje, a informação em tempo real, que está disponível em todos os veículos, poderia ser caracterizada como *commodity*, segundo Brandimarte, referindo-se a um processo de uniformização da notícia como mercadoria nesse segmento de público, o que lhe retira a capacidade de ser determinante para a venda de assinaturas dos serviços informativos. Esse processo se reflete na atribuição de valor na produção jornalística, se comparados os critérios adotados hoje com aqueles prevalentes há uma década. “Se você ficar só no factual, ninguém vai querer pagar por aquilo que já tem de graça”, afirmou a diretora de redação do *Valor*.

Na linha de frente da produção de informações em tempo real, como repórter especial do *Broadcast*, a jornalista Adriana Fernandes, que assina também uma coluna no serviço informativo, acredita que “os leitores querem saber o que está nos bastidores, o que o entrevistado quis dizer”<sup>13</sup>. A exemplo do diagnóstico de Vera Brandimarte, ela também aponta a tendência de tornar-se predominante a prática de as instituições disponibilizarem informações e dados na internet em relação direta com os leitores, tornando-os menos dependentes de informativos jornalísticos. Adriana critica os editores das plataformas em tempo real pela pouca sensibilidade em relação aos conteúdos que procuram visitar os bastidores dos acontecimentos e relatar os detalhes que fogem aos números e declarações formais. Segundo ela, não é incomum encontrar resistência para publicar tais conteúdos.

---

<sup>13</sup> Entrevista concedida por FERNANDES, Adriana. [set. 2014]. Entrevistadora: Elizabeth Cataldo. Brasília, 2014. 1 arquivo .mp3. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice A desta dissertação.

A editora de Política do *Valor Econômico*, Maria Cristina Fernandes, cujas atribuições abrangem também o serviço *Valor PRO*, está posicionada numa área que pode ser considerada um dos epicentros da produção interpretativa e opinativa nos produtos em fluxo contínuo. As dificuldades dos assinantes desses produtos de absorver e analisar os fatos políticos, inflando a demanda por interpretação, são conhecidas no meio profissional, como tive oportunidade de atestar no período em que estive próxima desse universo. “Muitas vezes, o noticiário quente da política desnorteia, porque há fatos que apontam para todas as direções possíveis, e são fatos muitas vezes alimentados com o intuito de confundir”<sup>14</sup>, afirmou. O seu receio é que a ânsia pelo noticiário com essas características se preste, no ambiente do mercado financeiro, “para operar”, ou seja, alimentar manobras especulativas.

A editora do *Valor* considera o noticiário político susceptível à “plantação”, à tentativa de manipular as informações em proveito de interesses específicos. É o que justifica a demanda por maior clareza nesse noticiário cifrado e marcado por interesses dirigidos. “O objetivo da análise é tentar dar um norte”, resumiu. Os jornalistas, segundo ela, têm uma parcela de responsabilidade pela opacidade do noticiário político: “Escrevemos para a fonte ou para o inimigo da fonte, ou para o amigo da fonte, ou para o fogo amigo da fonte”. Os resultados são obscuros não apenas para os que acompanham as coberturas em tempo real, mas também para os leitores do jornal impresso. Por isso, a sua insistência em situar os personagens da notícia e a origem das informações em *off* que habitam as seções políticas. A palavra de ordem nos conteúdos analíticos na área política, como indicou Maria Cristina Fernandes, é “desmistificar aquilo que o noticiário quente acaba construindo, muitas vezes em alicerces infundados”.

A diretora de conteúdo digital do *Valor Econômico*, Raquel Balarin, acredita que “ter a informação factual, com agilidade e correção, apenas coloca o *Valor PRO* no jogo de produtos de informação em tempo real”<sup>15</sup>. Ou seja, de acordo com sua entrevista, a cobertura factual não seria suficiente para destacar o produto da casa frente aos seus competidores no mercado. Do ponto de vista da constituição da redação do *Valor*, a diretora identificou características favoráveis à elaboração dos conteúdos interpretativos e opinativos pela disponibilidade de profissionais especializados e qualificados. A dinâmica da produção de

---

<sup>14</sup> Entrevista concedida por FERNANDES, Maria Cristina. [set. 2014]. Entrevistadora: Elizabeth Cataldo. São Paulo, 2014. 1 arquivo .mp3. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C desta dissertação.

<sup>15</sup> Entrevista concedida por BALARIN, Raquel. [set. 2014]. Entrevistadora: Elizabeth Cataldo. São Paulo, 2014. 1 arquivo .mp3. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice D desta dissertação.

cunho analítico permite potencializar os recursos humanos existentes, ao mesmo tempo em que agrega valor para os assinantes do produto. “E o mais difícil é justamente ter os recursos humanos para fazer esse trabalho de interpretar e analisar”, diagnosticou, deixando claro que esses perfis são “mais escassos e mais caros”.

Entre os profissionais que se dedicam a esse trabalho na redação do *Valor*, predomina o perfil de maior experiência e senioridade. Nos exemplos citados na entrevista, destaca-se a referência à rapidez com que os jornalistas experientes são capazes de produzir análises sobre fatos recentes. Raquel Balarin ponderou que a divisão de trabalho na redação entre os jornalistas seniores, mais voltados para a produção de conteúdos interpretativos e opinativos no *Valor PRO*, e os profissionais menos experientes, que são empregados na cobertura factual, “aconteceu de forma natural” e que não significa uma desqualificação da cobertura informativa. “Se tivéssemos uma redação mais sênior do que temos hoje, certamente essas pessoas estariam fazendo o factual também. Como temos escassez de recursos seniores (...), usar essas pessoas para fazer a cobertura factual seria um desperdício”.

O tema dos recursos humanos esteve muito presente nas entrevistas realizadas, com perguntas dirigidas não só ao perfil dos profissionais envolvidos no exercício interpretativo e opinativo, buscando-se identificar posturas empresariais em relação ao tratamento dos profissionais e às rotinas produtivas envolvidas nesses processos. A qualificação foi uma resposta praticamente unânime às indagações feitas tanto aos integrantes do *Broadcast* como do *Valor*. Ao ser instado a falar sobre as estratégias de gestão adotadas para favorecer a produção de conteúdos analíticos na temporalidade exigida pelos serviços de informação em fluxo contínuo, o editor-chefe da *AE* respondeu que existem vários motores nessa dinâmica e que o primeiro deles é justamente a qualificação dos profissionais, acrescentando ainda o perfil de especialização. Ele também reconheceu que “pessoas com esse viés analítico não são profissionais fáceis de achar no mercado”.

Existe uma política aqui de estimular quem tem o potencial de escrever alguma coisa que vá além do factual, incentivamos isso. (...) Para começar, todos nossos profissionais podem, em princípio, escrever colunas. Quando o profissional nos diz que gostaria de fazer uma coluna, pedimos para ele começar a produzir em caráter experimental para verificar como ele se sai, buscando elementos para decidir se podemos colocar em prática a ideia. Ao lado, disso, temos cursos de especialização, um ambiente de geração de conhecimento (João Caminoto, APÊNDICE B).

As entrevistas contribuíram para indicar tendências no mercado de trabalho, como as referências à valorização dos profissionais considerados especializados e qualificados para o



exercício da interpretação e opinião. Também relativizaram expectativas anteriores à realização da pesquisa qualitativa de que os profissionais não jornalistas poderiam ocupar crescentes espaços nas redações para atender a demanda por qualidade e especialização. A diretora de redação do *Valor* foi enfática ao abordar essa questão: “Não adianta ser advogado, economista, saber tudo de matemática financeira, se não tem instinto investigativo”.

Mesmo que o *Valor* procure privilegiar a contratação de profissionais que tenham formação adicional ao jornalismo e empregue na redação, para a produção de conteúdos noticiosos, pelo menos uma especialista de outra área, Brandimarte assegurou que os jornalistas preponderam amplamente no perfil da área editorial. Trata-se de um panorama que não está vinculado, segundo ela, à exigência ou não de diploma para o exercício da profissão de jornalista, e sim à própria natureza da atividade. A justificativa foi a necessidade de “ter sagacidade para entender o que é notícia e o que não é”.

Essa *expertise* foi traduzida pela diretora de redação do *Valor* como a capacidade de “apurar informação, criar fontes, descobrir histórias”. Outra descrição fornecida por ela das habilidades jornalísticas reporta-se à prática de “saber processar a informação de forma direta, no lide”. No exemplo concreto da exposição de duas horas de um ministro de Estado, o desafio é “conseguir dar no lide o que é mais importante”. O jornalista, acrescentou a diretora na entrevista, “é treinado para exercer a função investigativa, e com todos os valores que respeitamos, com todos os critérios, com todos os cuidados”. Daí a avaliação expressa de que a qualidade do produto jornalístico é crucial para o sucesso comercial do *Valor PRO*. As declarações de Brandimarte remetem aos saberes do jornalista, às características que formam sua cultura e identidade como profissional.

Na *Agência Estado*, de acordo com o depoimento de seu editor-chefe, a utilização de profissionais de áreas diversas do jornalismo não é intensiva – “até o momento, não sentimos necessidade com os recursos que temos”. Caminoto, no entanto, aponta a tendência de se buscar profissionais de outras especialidades para atender a demanda por maior aprofundamento nos segmentos de mercado em que avança a indústria da informação. “Em nichos mais técnicos, nos temas sobre agricultura, por exemplo, é muito difícil encontrar jornalistas qualificados ou disponíveis. Vamos buscar essas pessoas que tenham uma base jornalística para que atuem como analistas, colunistas”, afirmou.

Indagado sobre a veiculação atual de colunas e serviços produzidos por terceiros, inclusive de especialistas não jornalistas, Caminoto respondeu que o objetivo é reforçar “o leque de opções analíticas oferecido aos nossos assinantes”, ressaltando que essas iniciativas não substituem, entretanto, os conteúdos criados pela redação. Na produção interpretativa da

própria lavra, também predominam na *Agência Estado* os jornalistas seniores, com experiência considerada mais ampla. “Mas não é um clube exclusivo”, enfatizou em seu depoimento, ao mencionar que “os jovens talentos que se apaixonam pelo tempo real, por esse tipo de jornalismo, começam a demonstrar capacidade de entrar também nessa seara”.

É comum, segundo o editor-chefe da *AE*, deparar-se com profissionais que encaram a experiência com o jornalismo em tempo real como um primeiro estágio para chegar a um jornal impresso, revista ou emissora de televisão. “Mas sinto que isso está diminuindo cada vez mais, estamos começando a formar profissionais que veem o tempo real como um valor em si, como a meta de suas carreiras”, informou, situando como degraus nessa trajetória a possibilidade de se tornarem colunistas ou correspondentes internacionais.

A busca por profissionais jovens nas redações dedicadas às coberturas em tempo real e a preocupação com sua formação apareceram com frequência nas entrevistas realizadas. João Caminoto mencionou o curso batizado de *Foca Econômico* – um braço do tradicional programa de treinamento de jovens jornalistas do *Grupo Estado* – como uma das iniciativas nessa linha. Nesse curso, cerca de trinta jornalistas são formados por ano, com a preocupação de valorizar as carreiras direcionadas para os produtos das plataformas em tempo real. Com três meses de duração, o curso é fruto de uma parceria da *Agência Estado* com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) e aborda os fundamentos de macroeconomia e matemática, entre outras áreas.

O *Valor* trilha caminho semelhante. Raquel Balarin destacou o programa de jornalismo para *trainees* montado em 2011, quando a empresa se preparava para a montagem da plataforma em tempo real e seu posterior lançamento. Os editores do jornal impresso foram mobilizados para dar treinamento em sua área de especialidade aos novos jornalistas, que ingressaram em grande número na empresa. Depois de frequentar o curso, os jovens foram distribuídos pelas editorias para que continuassem a ter um acompanhamento dos editores e convivessem com a realidade da redação, caracterizando um intenso processo de socialização promovido pelo *Valor*. “Foi uma iniciativa ampla, tivemos mais de quinhentas inscrições”, contou a diretora de conteúdo digital. A seleção dos participantes, em São Paulo e Brasília, teve como objetivo, segundo ela, “contar com jornalistas mais novos, que já vinham com uma bagagem digital muito presente na sua própria vida pessoal”.

Toda preocupação com a qualificação profissional justifica-se também pela imperiosa necessidade de minimizar erros de informação e edição nos serviços em fluxo contínuo, voltados para os mercados financeiros e corporativos – ambientes profissionais em que decisões são tomadas com base nas informações fornecidas. “Os erros são custosos, tanto para

nós como para nossos clientes, por isso a busca incessante de qualificação”, afirmou Caminoto ao tratar desse tema. Isso não quer dizer, segundo ele, que não ocorram equívocos, mas sua percepção é que tem sido possível contê-los em patamar satisfatório. No *Broadcast*, trabalha-se com o *benchmark* de 0,5% de erros em toda plataforma. “Temos o controle rigoroso de erros, temos métricas, não individuais, mas por editorias”, informou o editor-chefe, que citou o acompanhamento mensal feito sobre os indicadores de incorreções. “Quando sai um pouco da curva, a gente senta, conversa, avalia o que deu errado”.

Caminoto garantiu que a busca da precisão está acima do objetivo de acelerar a publicação da informação, justamente para não se incorrer em maior risco de erro. “Às vezes, a paranoia pela rapidez pode gerar danos muito grandes”, reconheceu. “A preocupação com a correção e precisão é constante, tanto dos leitores como de nós, jornalistas”<sup>16</sup>, atestou Silvana Rocha, editora assistente do *Broadcast* e que está posicionada na mesa de edição e apuração do serviço, em São Paulo. Mais do que o aumento da carga de tensão no exercício profissional, ela acredita que pesa sobre os ombros dos jornalistas que atuam nessas plataformas a responsabilidade pela exatidão das informações publicadas. “Não se pode cometer um deslize, um erro, os leitores cobram muito”, afirmou. A experiência de cobrir os mercados há mais tempo também ajuda a evitar imprecisões, segundo ela.

“A primeira questão é reconhecer o erro”, disse Vera Brandimarte, destacando a orientação à redação que dirige para que o erro seja reconhecido imediatamente pelos editores e corrigido tão logo detectado. “É melhor do que fazer de conta que nada aconteceu”, argumentou. Mesmo que as correções causem nos assinantes uma impressão desfavorável no primeiro momento, ela considera que há ganhos a médio prazo. “O leitor criterioso vai perceber o erro e, se nenhuma correção vier na sequência, perderemos credibilidade”, completou. A única saída para evitar uma dose maior de erros, segundo ela, é contar com pessoal qualificado na redação e na reportagem. “Sempre bato nessa tecla de gente qualificada na apuração e gente qualificada na edição”, afirmou, acrescentando ainda que “é preciso ter pessoas com capacidade de desconfiar, com conhecimento e repertório”.

Esses depoimentos justificam a nossa conclusão de que as correções contidas nos dois produtos alcançam confiabilidade como índice de aferição de erros, que foram contabilizados na pesquisa quantitativa. Nas perguntas dirigidas aos entrevistados sobre esse tema, procurou-se investigar a maneira como se conciliava o máximo de aceleração na produção noticiosa com o mínimo de equívocos de informação e edição. O ponto-chave da qualificação

---

<sup>16</sup> Entrevista concedida por ROCHA, Silvana. [set. 2014]. Entrevistadora: Elizabeth Cataldo. São Paulo, 2014. 1 arquivo .mp3. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice E desta dissertação.

profissional esteve presente não só nas respostas a essas questões como também na discussão sobre o processo de *gatekeeping* nos produtos pesquisados. A aceleração das rotinas produtivas impacta também diretamente o processo de seleção e filtragem das informações que são divulgadas. Os profissionais posicionados nas diversas funções mencionadas foram solicitados a descrever e comentar a operação dos *gatekeepers* nos produtos de que participam.

“Aqui existe uma seleção rigorosa sim”, respondeu Caminoto, não sem ressaltar que a dinâmica do tempo real exige rapidez e flexibilidade, e reiterar que a precisão está em primeiro plano nas rotinas operadas pelos jornalistas do *Broadcast*. “O repórter em campo não publica diretamente na plataforma, a notícia tem sempre de passar por um editor, que está na mesa de edição, que capta a notícia, avalia e filtra”. A descrição desses passos pode parecer demorada, segundo ele, mas “é tudo muito rápido até a publicação na plataforma”. Há situações, como a cobertura da ata do Copom ou a divulgação em primeira mão de uma pesquisa eleitoral, em que se reúnem dois ou três editores para checar todas as informações, segundo o seu depoimento.

O atributo da qualificação “nas duas pontas”, como apontou Caminoto ao se referir aos processos de reportagem e de edição, ensejou suas críticas às “várias tentativas na indústria de se fazer do captador da notícia, no local, um mero segurador de microfone, um canal passivo, numa pressão para se diminuir custos”. Quando se conta com profissionais qualificados nas diferentes etapas das rotinas jornalísticas, o filtro e a seleção dos conteúdos ocorrem de maneira natural, na sua concepção. Nesse ponto, a pergunta se dirigiu especificamente à complexidade da cobertura factual em tempo real:

A seleção do factual é um processo sofisticado. Caso contrário, seria publicada apenas uma transcrição pura e simples. O que o assinante quer de um terminal como o *Broadcast* é saber o que é importante. Ele tem confiança de que vai encontrar isso no produto. A relação de confiança dele com a informação que está chegando ali tem de ser cem por cento. São pessoas que fazem suas decisões de negócios em parte baseadas em nossas informações. É importante frisar que o jornalismo em tempo real não significa uma transcrição. Existem aqueles que fazem isso, mas não são processos exitosos (João Caminoto, APÊNDICE B).

A referência feita por Vera Brandimarte de que é preciso ter pessoas de qualidade tanto na apuração das informações como na edição coincide, portanto, com a avaliação apresentada por João Caminoto. Ambos também convergem no diagnóstico de que o processo de *gatekeeping* nos serviços em fluxo contínuo começa com o próprio repórter encarregado da cobertura, uma visão que encontra respaldo nos estudos que revisamos. “É um filtro

imediatos”, apontou Caminoto ao situar o trabalho da reportagem na cobertura em tempo real. “O entrevistado pode ter falado dez frases, mas você vai publicar aquela que é realmente significativa ou você pode publicar quinhentas frases e não dar justamente aquela que importa para os clientes”.

Outra maneira de abordar o assunto, segundo ele, é lembrar que muitas vezes, até mesmo nos jornais impressos, “pode ocorrer o contrário e o leitor ser inundado com excesso de informações desnecessárias”, uma rotina muito mais confortável, como destacou, do que “se concentrar na análise e no conteúdo menos extenso, mas mais qualificado”. Em outra entrevista, Silvana Rocha indicou que “não se pode publicar qualquer coisa”, cabendo selecionar o que é mais importante, com textos muito objetivos. “O que não é importante a gente nem cita”, completou. A editora assistente do *Broadcast*, com ampla experiência profissional, mencionou os filtros interpostos também nas reuniões de pauta que se realizam de manhã no *Broadcast*, com a participação de representantes dos diversos noticiosos abrigados dentro da plataforma. Mais tarde, por volta de 14h30, outra reunião é realizada para “direcionar o fechamento, ver o que já foi feito, o que está pendente e o que vem pela frente” – um exemplo de como as rotinas de produção estão solidamente implantadas na redação.

No *Valor*, a diretora de redação referiu-se à pauta, que orienta as coberturas do dia, como parte de um processo inicial de seleção e edição. Com base na pauta, podem-se fortalecer determinadas coberturas, que estejam pontuadas ou não por entrevistas coletivas, para atender o foco do produto voltado para os mercados. Além disso, na própria dinâmica de divulgação das informações de coletivas, por exemplo, já é feita uma seleção do que é relevante para os usuários, em mais uma etapa do processo que pode ser classificado como *gatekeeping*. “Portanto, não é algo que simplesmente se despeja ali, não é um processo aleatório”, concluiu. Ao comparar o trabalho de edição nos produtos digitais em fluxo contínuo e impressos, Brandimarte conferiu maior peso à plataforma tradicional, a começar pelo grau de amadurecimento dos processos de decisão nos jornais, em que a própria diagramação confere peso específico às matérias – “é uma opinião”.

As matérias do jornal são publicadas antes no nosso serviço de tempo real. Mas ali se perde essa característica do peso atribuído pela edição ao dispor os artigos na página. (...) Pode-se mudar a cor para conferir destaque, “pisca” ou colocar um chapéu “Especial”. Mas é muito limitado. Porque a informação preciosa vai ficar fora do ângulo de visão do usuário muito rapidamente, pelo grande número de matérias publicadas. Em média, são três matérias ou títulos por minuto, o que significa que um título permanece na tela por pouco mais de cinco minutos. Assim, a decisão de edição no tempo real tem um peso específico muito menor do que no jornal impresso (Vera Brandimarte, APÊNDICE F)

Outra comparação relevante que ela fez sobre os processos e rotinas do jornal impresso e dos produtos em fluxo contínuo partiu da própria experiência da redação integrada existente no *Valor*, que atende pelo menos três diferentes plataformas: o jornal *Valor Econômico*, o serviço *Valor PRO* e o site *valor.com.br*. No impresso, o jornalista “entrevista, reflete, complementa, escreve e reescreve até chegar à forma final, que vai ser lida no dia seguinte”. Nessa rotina, usa todo o tempo de que dispõe até o *deadline* do fechamento diário para encerrar uma história em todos os seus ângulos. Na cobertura em tempo real, ao contrário, o jornalista “vai apurando e publicando, de forma mais fragmentada”. Em uma entrevista, com a dinâmica acelerada dos piscas, característica dessa plataforma, consegue-se diferenciar, no máximo, o que é novo e importante, na sua avaliação. “Não dá muito tempo de parar para pensar”. O aprofundamento e a reflexão viriam na sequência, quando o profissional retoma a notícia para abordá-la em um texto mais longo.

Na convivência ainda recente com as coberturas em tempo real e a edição em fluxo contínuo, a editora Maria Cristina Fernandes teve poucas referências positivas a relatar. “É difícil, pois somos cobrados para dar o mais rapidamente possível”, afirmou, referindo-se à publicação de informações na plataforma do *Valor PRO* e identificando essas pressões por parte dos próprios usuários do produto. “Aquela máxima de ‘checa e publica’, muitas vezes a gente tem que passar por cima, porque a cobrança é muito grande frente à concorrência. Então, virou ‘publica e depois checa’”, resumiu. Para ela, a questão não se coloca na qualificação dos profissionais da redação, assegurando que a equipe com que trabalha na editoria de política tem muita qualidade. “O problema é que são poucos”. O que remete a redações “muito enxutas, depauperadas pela crise recente da imprensa, que parece não ter fim”, lamentou.

A rotina cumprida por Silvana Rocha, como editora assistente do *Broadcast*, ilustra bem os desafios impostos pela dinâmica do tempo real. Ao mesmo tempo em que capta informações por telefone sobre o mercado de câmbio, sua principal especialidade, ela também recebe piscas e notas por telefone ou por mensagens de repórteres que estão em coberturas externas para editá-las na plataforma. “É uma rotina de bastante disciplina”, afirmou. Há cerca de quatro anos, o contato com as fontes passou a ser feito também por *chats*, dependendo da disponibilidade dos especialistas consultados no mercado. “Os contatos com as fontes de informação para apuração das causas das oscilações dos ativos, como o câmbio, são rápidos e, paralelamente, fico atenta à tela do *Broadcast*”. A volatilidade dos ativos financeiros no Brasil, muito sensível aos movimentos no mercado financeiro internacional,

impõe um acompanhamento muito próximo dos fatores que influenciam o desempenho dos mercados. Nessas rotinas, as fontes de informação são cruciais.

Nossas fontes são economistas, analistas e operadores de mesas de operação e de tesourarias de bancos, corretoras, além de consultorias, e não costumam ter muito tempo para dar entrevistas. Por isso, o nosso contato costuma ser rápido e objetivo, na hora em que os fatos estão ocorrendo. As perguntas são diretas e bem contextualizadas. A credibilidade do serviço *Broadcast* no mercado facilita a relação com as fontes, além da experiência profissional individual. Tenho fontes de informação de muito tempo e outras mais recentes, normalmente em instituições financeiras de primeira linha. Grande parte desses especialistas eu não conheço pessoalmente, apesar dos muitos anos de contato diário por telefone e chat, mas há uma relação de confiança mútua e de responsabilidade com a informação que será repassada ao mercado para a tomada de decisões (Silvana Rocha, APÊNDICE E).

Com relação ao processo de edição, ela foi solicitada a comentar a prática usual de preparação de piscas com antecedência sobre coberturas programadas, para se ganhar tempo e acelerar a divulgação de dados tão logo sejam confirmados. Os indicadores principais já têm uma certa dose de previsibilidade, ela comentou, mas “na hora do ‘pisca’ é necessário realmente muita atenção para não confundir os dados, não trocar na atualização de mês a mês, na margem, ou então de ano a ano”. Em certos momentos, ocorre a divulgação concomitante de diferentes índices, como aqueles de responsabilidade do IBGE ou da Fundação Getúlio Vargas. “Costuma-se deixar em branco o número que será divulgado, referente a determinado mês em comparação com o anterior, se sobe ou desce”, comentou a editora assistente.

Essas técnicas não significam que os repórteres postados no *front* da cobertura se tornem prescindíveis. Em geral, trata-se de um profissional com especialização, que já conhece os dados mais relevantes. “O repórter especializado tem um olho para buscar outras informações, acrescentar dados novos, detectar coisas que vieram fora da ordem. O repórter sempre adiciona”, afirmou Silvana Rocha. A repórter especial Adriana Fernandes certamente cumpre esse papel no *Broadcast* e tem muito a dizer da experiência de atuar em coberturas em tempo real, sob pressão para acelerar ao máximo a produção noticiosa e, ao mesmo tempo, evitar erros: “No tempo real, não se pode titubear, não há espaço para isso. A pessoa tem que ser muito corajosa para trabalhar nesse ritmo veloz. (...) Muitas vezes, você tem um segundo para passar a informação, tem que tomar uma decisão sem hesitar”.

O que incomoda a repórter especial do *Broadcast*, na operação de transmissão dos piscas para a redação, é a prática de seguir a mesma ordem cronológica em que o entrevistado faz suas declarações, reivindicando a condição de destacar primeiro o que é mais importante. O que ela expressou foi a própria essência do que os jornalistas historicamente têm

considerado como parte de sua missão de atribuir sentido aos acontecimentos, alterando a ordem cronológica dos fatos para sublinhar os aspectos que consideram mais relevantes, nos termos do modelo próximo à pirâmide invertida tradicional. Além disso, ela reafirmou a competência jornalística para interpretar os acontecimentos: “Vou precisar esperar que a fonte do mercado faça a interpretação, se eu possa fazê-la no momento certo?” O seu empenho é para cumprir esse papel, mesmo que tenha reconhecido as dificuldades impostas pela velocidade do processo.

Adriana Fernandes identificou a influência negativa da presença dos serviços de informação em fluxo contínuo no trabalho jornalístico que acompanha de perto em Brasília. “O tempo real contaminou toda a cobertura”, afirmou. Os sinais desse contágio podem ser encontrados, segundo ela, na impaciência dos repórteres em acompanhar e ouvir as entrevistas, na resistência em aprofundar os assuntos abordados. “Como se não pudessem ser outra coisa que não o cara que põe o celular ali para ouvir o Mantega”, comentou, indicando o estilo de cobertura da *Bloomberg* como um dos responsáveis por esse perfil de comportamento dos repórteres nas coberturas – marcado pelo uso intensivo do celular para repassar dados aos editores na redação, que se encarregam de receber os piscas e construir as histórias jornalísticas.

Numa crítica mais ampla, que não se restringe aos jornalistas nas coberturas em tempo real, ela vê uma atitude conformista dos profissionais que se contentam em fazer o básico, sem a ambição de melhorar e aprofundar seus conhecimentos, inclusive no relacionamento com as fontes. “O pior é que elas [as pessoas] não querem melhorar”, apontou. Sua descrição sobre a atmosfera em que as coberturas coletivas transcorrem na cena jornalística em Brasília é reveladora:

Está faltando muita orientação. É como se quisessem só cumprir o jogo. As pessoas nem completaram a cobertura e já querem saber a agenda do dia seguinte. (...) O nível de entendimento e de interesse das pessoas é muito diferente. Uma rádio quer uma coisa mais popular, outra não quer, outra quer ir embora e outra quer piscar tudo – o que é muito difícil em termos técnicos. É tudo muito estressante. Então, a pessoa quer que aquilo termine logo. Três, quatro horas numa entrevista, ninguém aguenta (Adriana Fernandes, APÊNDICE A).

A escassez de tempo e de mão de obra foi o ponto central da avaliação de Maria Cristina Fernandes sobre as dificuldades enfrentadas pelos jornalistas, especialmente os mais jovens, para avançarem na compreensão dos fatos que acompanham. Segundo ela, falta tempo para entender melhor a história que se escreve a cada dia. “Estou falando de ter tempo para



refletir e pensar no que se está noticiando”, o que exigiria maior disponibilidade para leitura. O que ela se pergunta é se a instantaneidade que marca a temporalidade jornalística atual ajuda a compreender melhor os fatos. “A gente está entendendo melhor? Além de estarmos mais velozes, estamos também com uma compreensão mais afinada da realidade ou não?”, questionou. Nesse ciclo em que o jornalismo ficou mais dinâmico, os grandes perdedores, na sua visão, foram os próprios jornalistas, às voltas com jornadas de trabalho extenuantes e sem condições de aprimorar-se.

A diretora Raquel Balarin, que considera a redação integrada do *Valor* “subdimensionada”, na esteira do processo de redução do quadro de pessoal ocorrido no ano de 2013, chamou atenção para as mudanças estruturais por que passa o jornalismo. Suas observações foram enriquecidas pela experiência na criação do *Valor PRO* e a importância desse projeto para a continuidade da empresa. No enfrentamento dos problemas para conduzir o processo de integração da redação, ela procurou mostrar que não se tratava apenas de uma mudança no modelo de negócios do *Valor* e sim de um fenômeno mais abrangente, que passa justamente pelas mudanças estruturais no exercício do jornalismo.

A profissão mudou. (...) Acabou um pouco aquele modelo em que você, no caso de um jornalista de imprensa diária, podia apurar uma matéria ao longo do dia todo, parar para o cafezinho, esperar o retorno da fonte, ler bastante e ali, no final do dia, sentar e escrever a matéria. Agora, uma coisa da profissão – e é da profissão no mundo, não apenas no Brasil – é que ocorreu uma mudança em que o jornalista hoje tem de trabalhar com o modelo digital. Não existe mais um único fechamento diário, o fechamento é a cada minuto. E é preciso estar atento não só ao texto, mas também a outros elementos que antes passavam um pouco ao largo do profissional da imprensa escrita. Você tem que estar atento a uma imagem, seja fotografia ou vídeo, tem que gravar um áudio, saber lidar com redes sociais. Portanto, acho que existe uma mudança estrutural na profissão (...) Não tem lugar em que você vai escrever só para o jornal que seja sustentável (Raquel Balarin, APÊNDICE D).

A singularidade da experiência do *Valor*, em função do esforço de integração da redação, mereceu espaço adicional nas entrevistas realizadas com seus profissionais. Por circunstâncias da trajetória histórica da empresa, os produtos digitais tiveram que ser colocados em segundo plano, enquanto outros grupos de mídia avançavam gradualmente nesse terreno. Ao abordar esse percurso, a diretora de conteúdo digital comparou a operação de um produto de informação em fluxo contínuo, com coberturas em tempo real, a “um chacoalhão imenso”, como se os integrantes da redação tivessem sido submetidos a um curso intensivo depois de um tempo relativamente longo de predomínio da plataforma impressa. No

mesmo ambiente redacional, a convivência que passou a ser intensa com o universo digital ainda hoje provoca resistências entre os jornalistas, segundo ela.

No modelo de integração, em que os editores de cada área são os mesmos para o jornal impresso e o *Valor PRO*, distinguindo-se apenas os subeditores dedicados a cada uma das plataformas, interessou-nos colher subsídios sobre o impacto das novas rotinas produtivas voltadas para o tempo real. Os procedimentos de checagem da informação no jornal impresso e a prática arraigada de reter a publicação das informações até que se tenha um panorama completo da notícia entraram em dissonância com as rotinas típicas do tempo real, de acordo com a entrevista de Raquel Balarin. O recurso à fragmentação das notícias para que sejam publicadas à medida que são apuradas e confirmadas ainda não é uma prática corrente na redação do *Valor*, justamente pela convivência exclusiva, por muito tempo, com os cânones do jornalismo impresso.

Temos duas dificuldades na redação. Uma é achar que, para o tempo real, basta só um ‘flashezinho’, só uma notinha, e é o suficiente. De certa forma, isso significa subestimar a importância e o potencial do tempo real, achar que aquele pequeno fragmento já satisfaz a demanda do usuário, que você já cumpriu sua obrigação, mesmo sem ampliar a informação inicial com notas subsequentes. A outra dificuldade é aguardar muito tempo até abordar todos os ângulos da notícia e só liberar o texto quando a matéria já está completa, com oito parágrafos, digamos (Raquel Balarin, APÊNDICE D).

Ao analisar o processo de integração da redação do *Valor*, Vera Brandimarte tocou em um tema fundamental na cultura dos jornalistas, que é a apropriação do furo jornalístico, a informação de caráter exclusivo que projeta o nome do seu autor e o distingue no grupo profissional. “Para o jornalista, o furo de cuja autoria ele se apropria é aquele que está no impresso”, afirmou. No contexto próprio de uma redação em que coexistem as plataformas digitais e impressa, ela apontou a percepção dos jornalistas de que a primazia da divulgação do furo no jornal torna incontestável a autoria da informação exclusiva.

Uma vez transportada a informação exclusiva para o produto digital, a consequência seria a perda da oportunidade de ineditismo no impresso. “O resultado é que ele [o profissional] não será capaz de se apropriar daquele furo, que se tornará de domínio público, porque outros jornalistas poderão lê-lo e reproduzi-lo em um site, por exemplo”, completou Brandimarte. Em resumo, a busca do jornalista por notoriedade acaba por privilegiar o jornal como a plataforma preferencial para o exercício de autoria jornalística.

Na entrevista de Adriana Fernandes, foi possível identificar também traços dessa tensão que existe em torno das matérias exclusivas nas fronteiras das redações. “Ainda tem gente escondendo matéria, achando que vai dar o furo no dia seguinte”, afirmou a profissional do *Broadcast*. No comando editorial da *Agência Estado*, João Caminoto também fez menção à questão das matérias exclusivas e dos embargos para publicação. No caso, ele se referiu tanto à divulgação pelo portal *estadao.com.br* de informações produzidas originalmente pela *AE* para seus produtos, dos quais o *Broadcast* é o principal, como à edição antecipada, pela agência, de conteúdos elaborados pela equipe do jornal *O Estado de S. Paulo*. “Acho que há uma disputa até saudável pelo conteúdo, pelo furo, pelas entrevistas exclusivas”, ponderou Caminoto.

Há cerca de dois anos, a redação da *Agência Estado* mudou-se de instalações físicas próprias para o prédio em que funciona também o jornal *Estado*. A mudança atendeu justamente o objetivo de integrar os profissionais da *AE* à equipe de economia do impresso. “A proximidade física dos profissionais contribui para que esse processo avance, embora ainda exista uma questão cultural que não pode ser menosprezada”, reconheceu o editor-chefe. De qualquer maneira, ele acredita que não sobrevivam problemas estruturais nesse processo de integração e sim questões pontuais, marcadas pelos “perfis de alguns profissionais que têm dificuldades nessa colaboração, o que é natural”.

Nesta dissertação, tratamos a questão da integração das redações como um pano de fundo dos fenômenos que buscamos aprofundar e pesquisar. A tentativa foi ampliar a discussão sobre os processos culturais que envolvem os produtos de informação em fluxo contínuo. Os entrevistados foram questionados sobre a possível carga de resistência dos jornalistas, e até mesmo de preconceito, em relação aos serviços digitais, marcados pela cobertura em tempo real e associados, muitas vezes, a um padrão inferior de jornalismo em comparação ao exercício profissional nas plataformas impressas.

Caminoto comparou esse contexto à avaliação corrente sobre o rádio, cujos textos passariam por um processo de desqualificação semelhante ao que ocorre em relação à produção dos jornalistas atuantes em coberturas em tempo real. “Não vejo nada que justifique essa graduação da notícia”, afirmou. Ele acredita que, na verdade, “a notícia em tempo real e o seu processo exigem muito mais do profissional do que a notícia do dia seguinte. Exige muito mais tensão, atenção e concentração”.

O editor-chefe concordou que “existe quase um preconceito contra o jornalista do tempo real, como se ele fosse um mero eco da fala, do mundo factual, do indicador”. Nesse contexto, ele acredita que a produção de conteúdos analíticos para os produtos pesquisados

significa uma “janela de oportunidade” para os jornalistas que atuam nesse segmento: “A produção de análises qualifica muito o nosso conteúdo, aumenta a sua repercussão e a valorização desses profissionais junto às fontes”. Ele chamou atenção, ainda, para o fato de que as novas gerações de profissionais, envolvidas mais diretamente com as mídias sociais, mostram uma mudança de atitude quanto ao exercício do jornalismo em tempo real. “Para o bem ou para o mal, eles veem a transmissão da notícia como algo muito mais minimalista e fragmentado, que reflete um pouco o que fazemos nos serviços em tempo real”, concluiu.

Instada a comentar as mesmas questões, Vera Brandimarte preferiu ressaltar as diferenças que enxerga entre esses produtos e os veículos impressos. Voltados para os agentes de mercado e tomadores de decisão, os primeiros foram caracterizados como instrumentos de trabalho. Mesmo de extrema relevância, a informação “tem um caráter mais de serviço”. A relação que se estabelece entre emissores e receptores dos conteúdos produzidos também foi caracterizada como específica: “Você está vendendo um serviço e o comprador daquele serviço considera a informação fundamental”, afirmou. O jornal impresso é visto pela diretora de redação como portador de características diferentes, destacando-se o fato de que sua leitura não é essencial apenas para a vida profissional. “Para você viver em sociedade, é importante que saiba o que está acontecendo, que participe, seja um cidadão informado”, argumentou. Para o jornal, concluiu Brandimarte, “importa, antes de tudo, valores, princípios, o papel da informação na sociedade”.

A visão de Adriana Fernandes, como profissional inserida diretamente nos processos e rotinas produtivas dos serviços em fluxo contínuo, traz novos elementos para reflexão.

Muita gente que se formou comigo na Universidade de Brasília, em 1990, teve uma evolução muito mais rápida, em pouco tempo chegou a algum ponto na carreira jornalística. Comigo as coisas foram mais devagar, até porque eu era de uma época em que as pessoas viam com preconceito o jornalismo em tempo real. Éramos vistos como profissionais que não sabiam escrever, que não sabiam ligar os fatos, que não sabiam contextualizar. Havia esse preconceito e acho que ainda há um pouco disso nas redações, como se o tempo real fosse uma coisa de segunda categoria. O pressuposto dessa visão preconceituosa é considerar menor a pessoa que faz esse tipo de jornalismo. Acho que eu, particularmente, consegui provar o contrário (Adriana Fernandes, APÊNDICE A).

Procuramos identificar nas entrevistas se haveria uma ligação entre a desvalorização do jornalismo praticado nesses serviços informativos e a sua identificação com a cobertura factual, o que significaria apontar a menor valia da cobertura informativa nesse momento do jornalismo exercido no Brasil. Adriana Fernandes acredita que, de fato, existe essa conexão. Sua análise sobre essa situação parte das próprias transformações vividas pelos grupos de

mídia e a dificuldade de encontrar respostas para essas mudanças estruturais. A sua hipótese é que essa realidade emerge porque “os jornais, a mídia, não sabem o que fazer”.

Defrontados com a perda de anunciantes e de renda, os jornais vivem uma fase de transição, de acordo com o diagnóstico dela. Como não sabem o caminho a seguir, acabam por entrar em contradição: “Não vamos dar o factual, que é o menos importante, vamos dar o que está por trás e não sei o quê mais”. Essa é a razão, acrescentou, para o fato de as pessoas encarregadas da cobertura factual serem as menos experientes na escala jornalística, o que significa dizer, como podemos acrescentar, menos valorizadas em termos salariais e profissionais. Adriana declarou-se uma insurgente contra “essa ideia de que a gente era repórter de segunda categoria”. Hoje, como ela própria afirmou, não é considerada assim nem mesmo dentro do jornal, que publica regularmente os seus textos. “Tenho orgulho disso”, disse, referindo-se à sua trajetória e à condição de “sobrevivente” aos cortes cíclicos de pessoal nas grandes empresas de mídia.

## **5.5. Interpretação da pesquisa qualitativa**

O relato sobre os depoimentos e temas que consideramos mais relevantes na pesquisa qualitativa, realizada por intermédio de entrevistas semiestruturadas com profissionais dos dois produtos pesquisados, completa-se com o processo de interpretação dessa etapa. Optamos por destacar, de forma resumida, os pontos que consideramos mais decisivos para os objetivos desta dissertação.

### **5.5.1. Dinâmica dos conteúdos**

Os depoimentos colhidos mostram que a produção de conteúdos interpretativos e opinativos não é episódica ou circunstancial nos produtos *Broadcast* e *Valor PRO* e sim parte de uma estratégia editorial e empresarial definida. Significa também que esses conteúdos são considerados, pelo comando editorial de ambos os produtos, como parcela integrante e essencial desses serviços. A dinâmica de informar com rapidez os fatos, no formato ultrafragmentado dos piscas, é acompanhada de etapas posteriores na produção jornalística, voltada para a contextualização e a análise dos acontecimentos considerados mais relevantes para os assinantes dos produtos.

Os jornalistas seniores predominam na produção de textos interpretativos e opinativos, embora especialistas não jornalistas estejam presentes nesse processo, por intermédio de parceiros terceirizados ou contratados nas redações – estes detectados em número pouco significativo. A pesquisa não forneceu elementos para comprovar expectativas iniciais de que haveria uma tendência crescente e significativa à absorção de especialistas pelas redações, valendo-se das brechas criadas pela dispensa do diploma de jornalismo para o exercício profissional e a produção de conteúdos analíticos.

A defesa enfática feita pela diretoria de redação do *Valor* sobre a importância da formação jornalística de seus profissionais na área editorial indica que o exercício do jornalismo está presente de forma plena nesses produtos, mesmo quando associado a conhecimentos especializados e técnicos, como é o caso. Indica, ainda, que existe uma postura de valorização dos jornalistas, suas habilidades e saberes profissionais. Foi perceptível, no entanto, que a convivência com profissionais não jornalistas, em nichos de mercado de alta especialização, tem caráter complementar ao papel do jornalista, inclusive na elaboração de análises e na autoria de colunas, como mostraram os sinais capturados especialmente na *Agência Estado*. Destaca-se também a política empregada pela *AE* de abrir os espaços de análise e colunas para novos jornalistas que tenham talento e disposição para ocupá-los, indicando mobilidade funcional na redação e a criação de horizontes mais amplos para seus profissionais.

Embora as duas redações aproveitem, nos serviços em fluxo contínuo, textos originalmente produzidos para os jornais da casa – *O Estado de S. Paulo* e *Valor Econômico* – ficou claro nas entrevistas que o ritmo das coberturas em tempo real impõe também uma aceleração na produção dos conteúdos interpretativos e analíticos, para que se possa complementar e contextualizar as informações fornecidas em fragmentos rápidos e objetivos. Essa conclusão reforça a nossa percepção de que existe uma dinâmica sistemática para dotar de sentido os acontecimentos transmitidos em abundância e velocidade extremada. Por diversos caminhos, que incluem pesquisas com os potenciais clientes dos produtos e outros canais de contato com os receptores, as duas empresas têm convicção sobre a consistência da demanda por esses conteúdos.

Ao mesmo tempo, configurou-se nos produtos pesquisados um cenário previsto desde a emergência da internet, que é a menor participação das empresas jornalísticas na intermediação das informações entre as fontes e o público. Os sites de empresas privadas e públicas, assim como de setores e instituições governamentais, proveem crescentemente informações de interesse dos usuários desses serviços, como a divulgação de indicadores e de resultados de balanços. Esse fortalecimento dos canais institucionais de comunicação aparece

nas reflexões dos entrevistados, que destacaram a importância de o jornalismo se voltar justamente para os conteúdos considerados diferenciados, valorizando uma seara em que continua imprescindível e preponderante. O espaço do jornalismo contemporâneo representado pelos produtos pesquisados sinaliza, portanto, a produção de conteúdos de maior carga de significação e que exigem profissionais mais qualificados e especializados.

Esse fenômeno de desintermediação do jornalismo na relação entre fontes de informação e o público provocou outro efeito colateral, detectado na pesquisa qualitativa, que é a tendência de as empresas jornalísticas deixarem em segundo plano de importância as coberturas factuais, delegadas a jornalistas com menor experiência profissional. Existe a lógica empresarial de reservar os perfis de profissionais mais especializados e seniores – e que recebem salários normalmente mais elevados do que a média das redações – para os conteúdos que se acredita serem capazes de distinguir os produtos e superar a concorrência. Outra abordagem foi a de que esse processo é decorrente das dificuldades enfrentadas pelos jornais impressos para se reafirmarem, no cenário midiático, diante do avanço dos produtos digitais. Ao tentar seguir a estratégia de se dedicar mais à contextualização e à análise, os jornais relegam a plano secundário as coberturas factuais, o que explicaria a menor qualificação dos profissionais escolhidos para noticiar os eventos coletivos e acontecimentos cotidianos.

### **5.5.2. Rotinas produtivas e *gatekeeping***

A pressão da aceleração do tempo na produção noticiosa dos serviços em fluxo contínuo pôde ser identificada em todas as entrevistas realizadas. O impacto das coberturas em tempo real nas rotinas produtivas das redações, se comparadas àquelas típicas dos produtos impressos, é profundo e ainda comporta maior sedimentação. A começar pela própria cobertura de eventos, em que a lógica da aceleração acarreta novos padrões de comportamento dos repórteres, com reflexos na dinâmica de entrevistas coletivas, por exemplo, resultando na dificuldade de aprofundamento dos temas abordados. A rapidez com que se sucedem as informações nas telas digitais dos produtos de fluxo contínuo contagia a maneira como os repórteres se comportam no desempenho de suas funções, acentuando a tendência à efemeridade se não houver contrapontos suficientes para estimular uma visão jornalística mais completa.

Nos produtos informativos que pesquisamos para esta dissertação, a necessidade de especialização técnica, pelo fato de se dirigirem a públicos também especializados, introduz uma variável relevante nesse contexto. O olhar especializado no jornalismo exige investimentos em formação e tempo para que os profissionais se aprimorem, ampliando seu leque de leituras e reflexões sobre os temas que acompanham no ofício jornalístico. As empresas responsáveis pelo *Broadcast* e *Valor PRO* investem de forma constante nesse aprimoramento, com a oferta de cursos especiais adaptados à realidade das redações. Ou seja, ambas exercem um papel formador de especialistas no jornalismo financeiro e econômico, moldando os profissionais às suas necessidades empresariais. Convivem, ao mesmo tempo, pelos depoimentos prestados, com a escassez de recursos humanos provocada pelos ciclos de redução de custos empresariais.

Essas contradições aparecem na dinâmica produtiva que pôde ser observada por meio das entrevistas. De um lado, a pressão pela redução de erros de informação e edição nas plataformas em tempo real, o que exige uma máquina azeitada de produção e profissionais dotados de repertório jornalístico e técnico suficiente para realizar suas tarefas com enorme velocidade e grande precisão. De outro, as dificuldades de adaptação dos profissionais a esse ritmo incessante de produção e a constatação de que a disponibilidade de braços é insuficiente para a realização de todas as tarefas propostas – o que apareceu com mais relevância nas entrevistas sobre o *Valor* e o modelo de redação integrada que o caracteriza. Essas dificuldades, no entanto, não prevaleceram em todos os depoimentos, o que não permitiu uma conclusão categórica sobre a abrangência dos fenômenos ou a generalização da validade desse diagnóstico.

O que ficou ressaltado nas entrevistas foi a importância que assume na estratégia das empresas responsáveis pelos produtos pesquisados a compressão do nível de erros de informação e edição. Trata-se de um fator crítico no segmento de informação para os setores financeiro e corporativo, e um componente decisivo na acirrada competição travada pelos atores desse mercado. Confrontados com essa realidade, a resposta consensual dos principais executivos das duas redações voltou-se para a necessidade de contar com mão de obra qualificada em todas as etapas das rotinas produtivas, como condição para sustentar um alto grau de precisão nos noticiários desses serviços em fluxo contínuo.

O monitoramento do nível de erros no *Broadcast* e no *Valor PRO*, que é feito de forma sistemática nas duas redações, equivale a um processo relevante de controle de qualidade do jornalismo que ali se pratica. O fato de estarem inseridos no universo do mercado financeiro potencializa a repercussão dos equívocos de informação, que podem levar a perdas vultosas



de recursos em operações de mercado realizadas de forma instantânea. Assim, é consequente concluir que, ao contrário de outros serviços informativos que não se inserem em ambientes profissionais com esse grau de especificidade, o contexto jornalístico dos produtos pesquisados pressupõe maior intolerância a erros. O desafio de evitá-los nas rotinas produtivas em alta rotação das coberturas em tempo real é de grande magnitude e impôs às redações, ao longo do tempo em que atuam no segmento, uma série de controles e práticas que resultam em maior qualidade no produto final.

Os estudos sobre os processos de *gatekeeping* encontraram ressonância prática na maioria dos relatos dos profissionais entrevistados, que apontaram o emprego de critérios de seleção e filtragem dos conteúdos editados. É consensual a percepção de que, nas coberturas em tempo real, o repórter é o primeiro *gatekeeper* do processo, que se desdobra em outras etapas dentro das redações. Tanto nas coberturas externas como no espaço interno das redações, uma série de técnicas é utilizada para acelerar a divulgação de informações em fluxo contínuo. Uma dessas práticas é a preparação prévia de títulos e notas à espera apenas da confirmação de determinados dados oficiais. Outra é a transmissão de informações por telefone ou por mensagens para que os responsáveis finais pela edição possam publicá-las rapidamente. Em todos esses casos, o pisca é o gênero da categoria informativa que se destaca na fragmentação das informações para disponibilizar rapidamente dados e declarações.

No universo dos produtos especializados pesquisados, o relacionamento com as fontes, como já preconizavam os estudos de *Newsmaking* revistos, é mais próximo do que o padrão predominante no jornalismo generalista. Ao acrescentamos a realidade dos produtos em fluxo contínuo e seu ritmo acelerado de produção, temos um modelo ainda mais expressivo de proximidade e dependência entre fontes e jornalistas. Ao mesmo tempo, destaca-se a confiabilidade das fontes cultivadas por longo tempo pelos jornalistas especializados nos mercados financeiros.

Esse quadro nos remete à abordagem que mantivemos no referencial teórico desta dissertação sobre a dinâmica desse relacionamento, reconhecendo que os profissionais do jornalismo exercem um papel ativo nesse contexto e são capazes de discernir os interesses envolvidos nas manifestações das fontes, podendo apelar para mecanismos que garantam a precisão das informações recebidas. A preocupação dos jornalistas de não serem manipulados por interesses específicos apareceu de forma contundente na avaliação sobre a cobertura política.

### 5.5.3. Aspectos culturais

Nos depoimentos dos entrevistados, foi possível aprofundar a discussão sobre os aspectos culturais que envolvem a produção noticiosa em tempo real e os produtos digitais em fluxo contínuo. Sobressaem os depoimentos que apontam uma carga de preconceito quanto às características do jornalismo que se exerce nesses serviços e a própria plataforma digital, com sua aura de efemeridade e impermanência. Esse fenômeno aparece ao se cotejar a mídia digital com os produtos impressos, que assumem muitas vezes a dimensão de paradigma de qualidade e excelência profissional – uma visão que consideramos idealizada. O objetivo desta dissertação não foi o de comparar as diferentes plataformas, mas apenas utilizá-las como parâmetros para aprofundar a abordagem sobre os serviços em fluxo contínuo e a complexa rede de interações e transformações que os cercam.

Nessa linha, dois aspectos nos pareceram mais relevantes na pesquisa qualitativa para entender as reações provocadas pela emergência das plataformas em tempo real no ambiente profissional do jornalismo. O primeiro deles é a noção de que as coberturas factuais ultrafragmentadas, em tempo real, contrariam os valores fundantes do jornalismo que se consolidou a partir do século XIX, apoiado, entre outros fatores, nas técnicas da pirâmide invertida e do lide. As críticas à narrativa jornalística em ordem cronológica remetem ao período histórico em que o ascendente jornalismo profissional valeu-se da introdução da pirâmide invertida, justamente para conferir significado aos acontecimentos e conquistar autoridade como intérprete da realidade. Nas coberturas factuais premidas pela rapidez da temporalidade predominante nesses serviços, seria possível apenas, no primeiro momento, destacar os fatos novos e detectar o que é mais importante para a construção dos piscas.

Essas questões nos parecem ser o pano de fundo das críticas à pretensa incapacidade dos jornalistas que se dedicam às coberturas em tempo real de contextualizarem os fatos ou de redigirem textos que requeiram habilidades específicas. Submetidos, muitas vezes, a condições adversas de trabalho, que a aceleração da produção noticiosa torna mais notórias e evidentes, os jornalistas lutam para manter os pressupostos que definem sua atividade como uma profissão socialmente legitimada. Nessa escalada, os que atuam nas coberturas em tempo real podem ser vistos como símbolo de transformações estruturais que transmitem insegurança e incerteza. A produção de conteúdos interpretativos e analíticos no âmbito dos serviços em fluxo contínuo, nesse contexto, corresponde a uma dose de resgate e preservação das habilidades profissionais reivindicadas pela comunidade de jornalistas.

Outro ponto crítico para os profissionais é a chamada apropriação do furo jornalístico, que se dilui nas plataformas digitais ao facilitar sua reprodução em outros serviços informativos. No papel, ao contrário, seria possível estampar o nome dos autores da informação exclusiva e gravá-los de forma mais perene no meio profissional. Trata-se de uma problemática própria do campo profissional, conforme a abordagem nas entrevistas e que não apareceu no ângulo de visão sobre os leitores e usuários desses serviços. Significa que são preocupações típicas dos jornalistas, empenhados na construção de sua carreira profissional, e que também remetem à moldura cultural da atividade jornalística, em que a autoria significa reconhecimento salarial e prestígio.

Os sinais captados pelos entrevistados nas novas gerações de profissionais indicam que mudanças culturais estão em curso no jornalismo. As mídias sociais, com sua troca instantânea e incansável de mensagens, e as narrativas textuais que se reproduzem em textos curtos e minimalistas podem estar a configurar novas mentalidades e atitudes, ainda não suficientemente amadurecidas para permitir conclusões sólidas.

A busca de profissionais adaptados à linguagem digital é um marco na montagem dos serviços pesquisados. Assim como se destaca o viés da especialização, que remete a novas etapas de formação dos estudantes que saem das faculdades de jornalismo. A constatação de que, em meio aos movimentos incertos e turbulentos do processo de emergência e consolidação dos serviços em fluxo contínuo, pulsa o ânimo jornalístico, como foi possível verificar na pesquisa qualitativa, é reveladora da capacidade de adaptação desse grupo profissional e de sua disposição de reinventar-se na produção de sentidos, que historicamente tem almejado.

#### **5.5.4. Conclusões Gerais**

Os resultados alcançados na pesquisa realizada sobre os produtos *Broadcast* e *Valor PRO* demonstram que esses serviços de informação em fluxo contínuo têm seu espaço ocupado majoritariamente pelos conteúdos jornalísticos da categoria informativa, mas também abrigam em números significativos gêneros classificados nas categorias interpretativa e opinativa. Além da dimensão numérica, chama atenção o ritmo em que esses textos são produzidos, acompanhando a dinâmica das coberturas em tempo real e estabelecendo uma relação de complementaridade e contextualização dos registros factuais. As empresas

responsáveis pelos dois produtos adotam estratégias específicas para a produção dos conteúdos que se diferenciam da categoria informativa.

A conclusão é que os conteúdos de cunho interpretativo e opinativo são parte integrante dos produtos em fluxo contínuo, numa inserção orgânica que visa dar sentido aos textos ultrafragmentados da cobertura em tempo real, em que se destaca o gênero *pisca* para a aceleração da divulgação de informações simultâneas aos acontecimentos. A fragmentação exacerbada como técnica jornalística para incrementar a velocidade das coberturas reflete-se em índices noticiosos extensos e cumulativos, que comportam recursos minimalistas de edição, como a mudança de cor nos conteúdos destacados e a indicação de chapéus para nomeá-los. Os símbolos iconográficos também integram essas plataformas para compor um contexto de interpretação do universo informacional abordado.

Nessa dinâmica caracterizada pela sucessão contínua de informações, os textos interpretativos e opinativos assumem o papel de ampliar e aprofundar o significado de informações entrecortadas e efêmeras. São esses conteúdos que quebram de forma mais evidente a sequência basicamente cronológica das coberturas em tempo real – mesmo pontuadas pelo destaque da relevância e da novidade – e retomam estruturas tradicionais da narrativa jornalística, como a pirâmide invertida e o *lide*, para contextualizar e organizar os fatos mais importantes. Essas estruturas tradicionais também foram encontradas nas notícias mais completas que “cobrem os piscas”, no jargão profissional desse segmento, ou seja, que abordam de forma articulada os fragmentos de informações antecipadas no formato exíguo dos títulos.

Para enfrentar o desafio da alternância de ritmos de produção, as redações da *Agência Estado* e do *Valor Econômico* cumprem rotinas de grande disciplina e sob a constante pressão de evitar erros de edição e informação. Os indicadores de correção encontrados na etapa quantitativa da pesquisa, da ordem de 0,7%, o equivalente a 33 registros no total de 4.840 unidades de informação nos dois produtos, comprovam que esses esforços são bem-sucedidos, em que pese não termos nos detido sobre a dimensão ou a repercussão dos erros ocorridos. De qualquer maneira, os dados podem ser considerados suficientes para atestar a capacidade dessas redações de manejar um volume grandioso de informações com uma margem mínima de equívocos. São evidências que legitimam a conclusão de que a aceleração da produção noticiosa não guarda uma relação imperativa com a imprecisão.

Essa constatação está diretamente relacionada ao segmento econômico-financeiro em que estão inseridos esses produtos. A convivência com as demandas dos mercados financeiro e corporativo por exatidão e celeridade acentua as práticas e estratégias voltadas para

comprimir o índice de erros de informação e edição. O processo de *gatekeeping* está presente nos produtos *Broadcast* e *Valor PRO* e assume especificidades para operar as temporalidades típicas desses serviços. A mediação jornalística enfrenta as transformações estruturais provocadas pela generalização dos ambientes digitais, capazes de permitir que as duas pontas do processo em que os jornalistas se interpõem – as fontes e o público – se comuniquem diretamente.

As respostas encontradas na pesquisa qualitativa para o declínio no papel dos *gatekeepers* passam pela produção de conteúdos diferenciados, aqueles em que os saberes jornalísticos são fundamentais. Ao se demarcar a importância dessa estratégia em produtos consagrados pela aceleração da temporalidade nas coberturas informativas é possível indicar que a mídia digital também reivindica crescentes espaços de produção de sentido, o que contraria o senso comum de que cabe aos veículos impressos a primazia dessa função. A busca do modelo de negócio capaz de garantir a sobrevivência da rentabilidade proporcionada pelas plataformas impressas também está relacionada a essa pretensa divisão de campos de atuação.

É nesse contexto também que se encontraram indícios para justificar a baixa valorização da cobertura factual, pelo menos no recorte do panorama jornalístico pesquisado. As empresas jornalísticas teriam acentuado a presença de profissionais de pouca experiência e baixos salários na produção de caráter informativo, buscando preservar os recursos humanos mais qualificados e especializados para a produção de conteúdos interpretativos e opinativos. Esse aspecto guarda relação também com os sucessivos ciclos de redução de pessoal nas empresas jornalísticas e suas consequências sobre as rotinas produtivas. No cenário da integração das redações dos produtos pesquisados, emergem sinais da precariedade de condições para o exercício pleno da profissão. Nesse mesmo contexto, foi possível colher subsídios para avaliar o impacto dos novos processos na cultura dos profissionais e na sua formação.

A reação aos produtos em fluxo contínuo, em particular às coberturas em tempo real, pode ser contextualizada à luz dos valores fundantes do jornalismo moderno, em trajetória acentuada a partir do século XIX, quando se generalizam as práticas em torno da pirâmide invertida e do lide. Ao remeter as coberturas de volta à sequência cronológica, quando se exercita a temporalidade da simultaneidade aos acontecimentos, e subtrair do jornalista a autoria reconhecida de sua produção, com a menor visibilidade aos furos de informação, caracteriza-se a incerteza sobre o futuro de uma atividade assentada na forte valorização do papel individual. A identificação do *ethos* profissional com a produção de sentido é outro traço marcante dessa categoria.

A convicção que extraímos desta pesquisa é que o desprestígio das coberturas factuais pode retirar do campo jornalístico a mediação de acontecimentos relevantes para a opinião pública, relegando-os à prática crescente de relacionamento direto entre fontes e sociedade. Isso não significa desconhecer que os novos instrumentos tecnológicos aumentam as possibilidades do contato entre organizações e público, e nem condenar esse novo padrão, de resto, irreversível. A perspectiva em discussão é a de renovar a valorização do papel jornalístico no acompanhamento dos fatos do mundo, considerando a carga histórica que moldou a visão e os valores dos profissionais desse campo – e sua importância social e política. O olhar jornalístico também é imprescindível no processo ativo de seleção e filtragem das informações mais importantes nos produtos de máxima aceleração da produção noticiosa.

O caminho reconhecido para o retorno ao protagonismo passa finalmente pela possibilidade de geração de conteúdos interpretativos e opinativos. Essa conclusão aponta para a necessidade de os jornalistas aprofundarem seus saberes e habilidades para o exercício de gêneros jornalísticos que colocam à prova sua formação generalista e intermitente. Somente assim, as plataformas digitais, que permitem a operação de múltiplas temporalidades, poderão ser melhor ocupadas por um grupo profissional instado a reinventar-se. Em conexão com o percurso histórico que inscreve no ofício de informar as marcas do enfrentamento do tempo, o desafio é transformar essas arenas em espaços abertos à exploração das potencialidades do jornalismo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos? In: XXIV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Campo Grande, MS, set. 2001. **Anais...** Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=41678>. Acesso em: 29 jan. 2015.

ADGHIRNI, Zélia Leal; MORAES, Francilaine de. Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo online. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.

ADGHIRNI, Zélia Leal; PEREIRA, Fábio Henrique. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 38-57, jan./jun. 2011.

ANTUNES, E. Temporalidade e produção do acontecimento jornalístico. **Em Questão: Comunicação e Informação**, Porto Alegre, vol. 13, n. 1, p.25-40, 2007.

ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOND, Fraser. **Introdução ao jornalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Agir, 1962.

BRANDÃO, E. P. **Da ciência ao mercado, a informação em tempo real**. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Universidade de Brasília. Brasília, 1999.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo**. Porto Alegre: Sulina, 1976.

BRIN, Colette; CHARON, Jean; BONVILLE, Jean. *Nature et transformation du journalisme: Théorie et recherches empiriques*. Quebec: Les Presses de L'Université Laval, 2007.

BRUNS, A. *Gatewatching: Collaborative onlinenews production*. New York: Peter Lang, 2005.

CALDAS, Suely. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Contexto, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2013. (A era da informação: Economia Sociedade e Cultura, v. 1)

CHIBNALL, S. *Law-and-order news: An analysis of crime reporting in the British press*. London: Tavistock, 1977.

JÚNIOR, Wilson Corrêa Fonseca. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**. Aracaju: Editora UFS, 2005.

FURTADO, J. F. Globalização das Empresas e Desnacionalização. In: LACERDA, A.C. (Org.). **Desnacionalização: mitos, riscos e desafios**. São Paulo: Contexto, 2000. p. 12-42.

GIDDENS, Anthony. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: BECK, Ulrique; GIDDENS, Anthony; LASH, Scott. **Modernização reflexiva**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997. p. 73-134.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2012.

GOMIS, Lorenzo. *Teoria del periodismo: Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1991.

GROSSI, Giorgio. Professionalità giornalistica e costruzione sociale della realtà. **Problemi dell'Informazione**, n. 3, jul./ set. 1985.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.



HALLORAN, J. *The Communicator in Massa Communication Research. The Sociological Review Monograph*, n. 13, p. 5-21. s/d.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. 6 ed. São Paulo: Loyola, 1996.

JORGE, Thaís de Mendonça. **Mutação no jornalismo**: como a notícia chega à internet. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

\_\_\_\_\_. Gêneros emergentes no jornalismo digital: ensaio sobre a tipologia da notícia em sítios eletrônicos. **Contra&dição**. Revista Científica de Comunicação da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, BA, ano 1, v. 1, jul. 2008. Disponível em: <http://contraedicao.uesb.br>. Acesso em: 25 jan. 2015.

JORGE, Thaís de Mendonça; ADGHIRNI, Zélia; PEREIRA, Fábio Henrique. Jornalismo na internet: desafios e perspectivas no trinômio formação/universidade/mercado. In: RODRIGUES, Carla (Org.). **Jornalismo on-line**: modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio e Editora Sulina, 2009. p. 75-98.

LANG, K.; LANG, G. E. *The Inferential Structure of Political Communications: a Study in Unwitting Bias. Public Opinion Quartely*, Oxford Journals, 1955. p. 168-183.

LASSWELL, H. D. *The structure and Function of Communication in Society*. In: Bryson, L. (Orgs.). **The Communication of Ideas**. New York: Harper, 1972. p. 84-99.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais emergentes e atividades lingüísticas no contexto da tecnologia digital. Trabalho apresentado ao Grupo de Estudos Lingüísticos do Estado de São Paulo. Universidade São Paulo, 23-25 mai. 2002. Disponível em: <http://www.projetovirtus.com.br>. Acesso em: 20 mai. 2014.

SILVA, Luiz Martins da. Sociedade, esfera pública e agendamento. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.

MEDINA, Cremilda; LEANDRO, Paulo Roberto. **A arte de tecer o presente** (Jornalismo interpretativo). São Paulo: Media, 1973.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2. ed. rev. Petrópolis: Vozes, 1994.

MOSCO, Vincent. *La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después*. **CIC: Cuadernos de Información y Comunicación**, Universidad Complutense de Madrid, vol. 11, p. 57-79, 2006. Disponível em: <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0606110057A>. Acesso em: 26 jan. 2015.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.

NEIVA, Eduardo. **Dicionário Houaiss de Comunicação e Multimídia**. São Paulo: Publifolha, 2013.

NIXON, Raymond. **Analisis sobre periodismo**. Quito: CIESPAL, 1963.

O'BOYLE, L. *The image of the Journalist in France, Germany and England, 1815-1848*. **Comparative Studies in Society and History**, vol. X, n. 3, 1968.

PEREIRA, Fábio Henrique. **O tempo na produção em fluxo contínuo**. Observatório da Imprensa, ed. 269, 23 mar. 2004. Disponível em: [http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o\\_tempo\\_na\\_producao\\_em\\_fluxo\\_continuo](http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_tempo_na_producao_em_fluxo_continuo). Acesso em: 25 jan. 2015.

PULITTI, Paula. **O juro da notícia: Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro**. Florianópolis: Insular, 2013.

RECODER, Maria-José; ABADAL, Ernest; CODINA, Luís. **Informação eletrônica e novas tecnologias**. São Paulo: Summus Editorial, 1995.

RENAULT, David. A convergência tecnológica e o novo jornalista. *Brazilian Journalism Research: journalism theory, research and criticism*, vol. 9, n. 2, 2013. Disponível em: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/575>. Acesso em: 29 jan. 2015.

RINGOOT, Roselyne. Périodicité et historicité de l'info em ligne. *Médimorphoses*, Paris: Institut National de l'Audiovisuel, n. 4, mar. 2002. Disponível em: [http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/22403/2002\\_4\\_69.pdf;jsessionid=FE8E167EAE0D4B032125F6428F059A5D?sequence=1](http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/22403/2002_4_69.pdf;jsessionid=FE8E167EAE0D4B032125F6428F059A5D?sequence=1). Acesso em: 27 jan. 2015.

RODRIGUES, Carla. Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line. In: RODRIGUES, Carla (Org). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio e Editora Sulina, 2009, p. 75-98.

SAPERAS, Enric. **Os efeitos cognitivos da comunicação de massas**. Porto: Edições ASA, 1987.

SÁNCHEZ, J. F.; LÓPEZ PAN, F. *Tipologías de géneros periodísticos en España: Hacia un nuevo paradigma*. **Comunicación y Estudios Universitarios**, Revista de Ciències de la Informació, CEU San Pablo, Valencia, n. 8, p. 15-35, 1998.

SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo: Globalização e Meio Técnico-Científico Informacional**. 3 ed. São Paulo: Editora Hucitec, 1977.

SEIB, P. *Going live: getting the news right in a real-time, online world*. Mary Land (EUA): Rowmann & Littlefield, 2001.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos**. Covilhã (Portugal): LabCom Books, 2009.

SILVA, J. P. **A Broadcast, o Mercado Financeiro e a Cobertura de Economia da Grande Imprensa**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade de Brasília (UnB). Brasília, 2002.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim P. **Teoria do Gatekeeping**: Seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

TRAQUINA, Nélon. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004. v. 1.

\_\_\_\_\_. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008. v. 2.

THOMPSON, E.P. **Costumes em comum**: Estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

TUCHMAN, Gaye. As notícias como uma realidade construída. In: ESTEVES, J.P. **Comunicação e Sociedade**. Lisboa: Livros Horizonte, 2002. p. 91-103.

\_\_\_\_\_. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press, 1978.

\_\_\_\_\_. The Exception Proves the Rule: the Study of Routine News Practice. In: Hirsch, P. Miller; P. Kline, F. (Orgs.). **Strategies for Communication Research, Sage Annual Reviews of Communication Research**. Sage: Beverly Hills, 1977. v. 6. p. 43-62.

\_\_\_\_\_. *Making news by doing work: Routinizing the Unexpected*. **American Journal of Sociology**, vol. 79, n. 1, p. 110-131, jul. 1973.

VAIA, Sandro. A notícia instantânea. In: **Jornalismo é...** Associação Brasileira de Imprensa, Associação Brasileira de Anunciantes, 1997.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 223-236

WASCO, Janet; MURDOCK, Graham; SOUSA, Helena. *Introduction: The Political Economy of Communications: core concerns and issues* In: WASKO; MURDOCK; SOUSA. *The Handbook of political economy of communications*. Wiley-Blackwell, 2001. p. 1-10.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE A – Entrevista: Adriana Fernandes

Adriana Fernandes

Repórter especial e colunista do *Broadcast*

Data: 09 de setembro de 2014

**Por ter começado como repórter no serviço em tempo real e hoje atuar também como colunista, sua trajetória profissional chama muita atenção. Como você avalia esse percurso?**

Muita gente que se formou comigo na Universidade de Brasília, em 1990, teve uma evolução muito mais rápida, em pouco tempo chegou a algum ponto na carreira jornalística. Comigo as coisas foram mais devagar, até porque eu era de uma época em que as pessoas viam com preconceito o jornalismo em tempo real. Éramos vistos como profissionais que não sabiam escrever, que não sabiam ligar os fatos, que não sabiam contextualizar. Havia esse preconceito e acho que ainda há um pouco disso nas redações, como se o tempo real fosse uma coisa de segunda categoria. O pressuposto dessa visão preconceituosa é considerar menor a pessoa que faz esse tipo de jornalismo. Acho que eu, particularmente, consegui provar o contrário.

**Sem dúvida, sua carreira comprova essa solidez profissional.**

Acredito que hoje sou uma pessoa de credibilidade no mercado e no jornal. E não publico no impresso apenas porque estou fazendo a matéria do dia, mas porque – não vou ser modesta agora – tenho informações relevantes, consigo contextualizar os fatos. Uma pessoa que viveu a crise asiática, que pegou a crise russa, a crise cambial brasileira de 99, o racionamento, que viu o Brasil quebrar três vezes, que se preocupou em ter conhecimento... É por isso que falo de uma trajetória longa, de mais de vinte anos. Considero que foi uma grande vitória minha,

um esforço pessoal mesmo. Observo que, muitas vezes, as pessoas estão muito satisfeitas em fazer aquilo ali, não querem conhecer muito a fundo os assuntos, as conexões entre os fatos. Quando eu comecei a cobrir o Tesouro [Secretaria do Tesouro Nacional], lembro-me que pensei logo em pedir um curso para entender melhor a área. Sempre tive essa vontade de aprender.

**Essa preocupação de aprofundar o conhecimento é fundamental numa atividade que requer decisões rápidas, como o jornalismo em tempo real?**

Sem dúvida. Mesmo que você não vá escrever, tem de estar segura do que está fazendo. Às vezes, é preciso explicar para as pessoas que estão no comando o que significa determinada cobertura. É preciso ter segurança do que se está fazendo. No tempo real, não se pode titubear, não há espaço para isso. A pessoa tem que ser muito corajosa para trabalhar nesse ritmo veloz. O analista, o colunista, leu tudo o que podia sobre determinado assunto antes de escrever com calma. Daí é fácil criticar o texto de quem produziu em alta rotação, numa velocidade extrema. Muitas vezes, você tem um segundo para passar a informação, tem que tomar uma decisão sem hesitar. Considero que a notícia do tempo real tem várias etapas.

**Quais seriam essas etapas?**

Gosto de mencionar um exemplo para explicar essas etapas, como fiz num curso que dei em São Paulo. Sete horas da manhã, você abre o Diário Oficial e está lá a informação sobre uma mudança tributária que você não consegue entender direito. Algumas dessas mudanças tributárias são mais fáceis, outras não se consegue entender, mesmo que se compare com o que está na legislação anterior. Nesse ponto, considero que a primeira notícia é informar o seu leitor, que está pagando pelo serviço, o que está no DO. Você não pode esperar para entender toda a amplitude daquilo, porque pode ter um advogado que já está esperando por aquela informação. Estamos falando do tempo real para o mercado financeiro. Então, se o jornalista for qualificado, ao folhear o Diário Oficial, vai entender que tem algo relevante ali e “pisca” a informação [publicar apenas o título, para ganhar agilidade]. Tem que ser muito experiente



para fazer DO, tem que ter lido muito do que está acontecendo para fazer as chamadas conexões da notícia. Uma decisão tributária pode ter relação com saída de capital, é preciso ver, tudo é interligado – vai implicar inflação mais ou menos alta, juro mais alto ou mais baixo e assim por diante.

**Estamos apenas na primeira etapa. O que acontece a partir daí?**

No segundo momento, a pessoa que leu aquela informação no Diário Oficial, que está na redação, me liga para tentar desdobrar a cobertura. Se eu conseguir interpretar, a partir do que está dito na decisão oficial, posso publicar mais informações. Mas, às vezes, isso não é possível, tem determinadas medidas que você não consegue alcançar a extensão com um primeiro olhar. Então, você publicou o que é a medida, mas não sabe muito bem onde o governo está querendo atacar. Se você tem fontes na área, vai atrás delas e esta é a terceira etapa. A fonte pode explicar ou não a decisão. Caso você não tenha conseguido reunir elementos suficientes, é melhor esperar o pronunciamento oficial, que é uma outra etapa, em que o governo vai dar a sua versão. No momento da entrevista, estamos na etapa do tempo real *stricto sensu*. Mas nem sempre o governo explica o que está na medida. Eu já dei furo de Diário Oficial, a partir de informações obtidas com as fontes e da minha experiência na área. No final de tudo, o jornal pode me pedir para escrever sobre o assunto. Nesse ponto, é claro que não vou poder usar a mesma linguagem que estou escrevendo para o mercado financeiro, levando em conta que o impresso fala para um público mais diversificado.

**No seu caso, ainda seria possível passar pela etapa de uma coluna no tempo real para analisar essa decisão tributária?**

Sim, porque tenho uma coluna. Mas não sou uma profissional de ficar jogando análise por análise. Quando escrevo a coluna, procuro sempre ter algo que apurei porque não vou ficar ditando o que o governo deve ou não deve fazer. Tem sempre alguma coisa de apuração nessa coluna, alguma coisa de conteúdo do que eu vi ou de como foram os movimentos do passado. A partir desses dados, procuro contextualizar e analisar. Há algum tempo estou fazendo isso,

desde julho de 2011. Fui a primeira a ter uma coluna no *Broadcast*, juntamente com o Fábio Alves. Na época, o *Estadão* publicou, inclusive, uma matéria para divulgar isso, como uma forma de vender o produto no momento em que se acirrava a concorrência com a *Bloomberg*. Hoje, existem vários colunistas na *Agência Estado*.

**Ser colunista em um serviço fundamental no mercado é um reconhecimento profissional importante, não? Você percorre o ciclo completo da informação, do factual ao analítico.**

Completo, completo. Tem uma coisa de vaidade também, não posso negar. É claro que não faço só isso, tenho uma coluna por semana e também escrevo outras análises mais rápidas, pincelando e amarrando as informações. Faço bastante isso para um espaço criado no *Broadcast*, que é o *BSB on-line*.

**Retomando o fio da meada, voltamos ao que seria a última etapa do trabalho, que é o texto para o jornal. Como esse processo ocorre?**

Essa passagem, às vezes, ocorre com muito atrito. Em primeiro lugar, pela disputa do espaço do impresso, que é um espaço físico. Há pessoas do jornal que não querem fazer o dia a dia. Mas o jornal parece pensar diferente. E daí as pessoas descobrem que o dia a dia é importante ou que aquela pauta ganhou importância. De qualquer maneira, acho que poderíamos estar fazendo algo diferente. Você não pode chegar no dia seguinte, abrir o jornal e ver a mesma coisa que estava na internet. Não estou falando do *Broadcast* e sim da internet, do portal.

**Os jornais ainda fazem muito isso, não?**

Todos. Não tem nenhum que faça diferente. Eles não fizeram essa transição. O dia da morte do Eduardo Campos [ex-governador de Pernambuco] foi emblemático porque ocorreu num momento de muita disputa dos portais na internet. Os jornais, no dia seguinte, colocaram as

coisas melhores que tinham dado nos portais. Mas nenhum desses veículos impressos, e eu prestei muita atenção nisso, estava melhor do que já tinham oferecido nos seus próprios portais. Foi o primeiro grande evento em que isso aconteceu. Os jornais saíram piores do que os portais, que tinham muito mais riqueza a oferecer aos leitores. É um momento em que todo mundo está buscando seu espaço na internet. As pesquisas mostram que não apenas os portais, mas também as redes sociais dão maior velocidade para a notícia, multiplicam seu alcance. As empresas parecem ter se dado conta de que precisam incrementar os portais para poder sobreviver e realmente eles estão tentando, com blogs, com outros conteúdos.

**Como você avalia a questão da convivência entre a informação factual, fragmentada, rápida, e essa necessidade de contextualizar, que acontece no segundo momento?**

Acho que tem uma dualidade aí. Tenho conversado muito com os leitores e eles querem conteúdo também. Eles não querem só a informação rápida. Com a velocidade com que o governo vai colocando as informações na internet, cada vez menos o investidor vai precisar de uma agência de notícias para descobrir um número. Claro que o assinante não vai estar preparado para tudo, mas ele é menos dependente.

**Nessa nova realidade, quais as demandas que restam a ser atendidas pelos serviços de informação jornalística?**

Os leitores querem saber o que está nos bastidores, o que o entrevistado quis dizer. E aí eu vejo as agências e os editores pouco afinados com essas mudanças. É comum ouvir que “isso não é importante, deixa para lá, é o detalhe do detalhe”. Mas os investidores e leitores com os quais tenho contato querem saber justamente do detalhe, eles estão mais aprofundados. Então, tem esse problema de se achar que os leitores só querem o número, quando eles querem algo mais. Em muitas matérias, consigo pegar o *feeling*, ver que o entrevistado não está bem, por exemplo. São detalhes que a gente consegue captar e que têm valor para os leitores. Os editores estão pouco preparados porque eles dão menos valor para essas informações.

**Você pode dar algum exemplo concreto de cobertura em que esses detalhes fizeram a diferença?**

Sim. O José Sérgio Gabrielli, então presidente da Petrobras, estava brigando com o Guido Mantega, que era o presidente do Conselho de Administração da Petrobras, por conta do plano de investimentos da estatal, que o ministro da Fazenda tinha mandado refazer. Gabrielli se encontrava na berlinda. Quando ele saiu do prédio do ministério, eu estava na portaria e perguntei como tinham sido os encontros na Fazenda. Ele começou a brincar que estava de dieta e outras coisas irrelevantes, sem que ninguém prestasse atenção. Mas eu continuei: “O senhor estava de dieta, está correndo, está chateado?”. E aí ele começou: “Não, porque aqui é a corte de Brasília, só tem corte, rainhas...”. A gente percebeu que ele estava num momento de dificuldade porque ninguém falava nada, ele foi ao Ministério da Fazenda de uma hora para outra. Naquele momento mesmo fui escrever um *feature*. Saiu no *Estadão* também, tinha valor de informação, tanto que o Gabrielli caiu logo depois. Esse é um exemplo do que estava falando. Os detalhes eram importantes para perceber o que estava se passando nos bastidores. Eu brigo para dar importância a informações como essa.

**Isso é jornalismo, porque, do contrário, seria colocar um gravador ali e ficar esperando as pessoas falarem, não?**

Sim, mas é que se espera essas coisas só de quem faz jornal impresso. E, às vezes, o tempo real não quer publicar. Acho um equívoco, falta sensibilidade para esse tipo de informação, principalmente esses detalhes, que são percebidos pelas pessoas que têm conteúdo e fazem as conexões adequadas. Fico brigando com os editores porque acho que eles não entendem, não estão ouvindo muito o seu cliente. Muito tempo depois, quando tenho contato com leitores, vejo que eles me identificam com essas informações que escrevi.

**Como é que você avalia, no tempo real, o processo de *gatekeeping*, de filtragem e seleção das notícias? Qual o papel do repórter nessa dinâmica?**

Confesso que me incomoda um pouco, no tempo real, essa prática de piscar na mesma ordem que o entrevistado fala. Quando você for cobrir, e isso é que faz a diferença do bom repórter, é preciso sinalizar o que é mais importante primeiro. De novo, volto na questão de quem tem conteúdo. Eu não estou falando isso porque sou mais velha, porque conheço muita gente nova que sabe fazer isso. Vou precisar esperar que a fonte do mercado faça a interpretação, se eu posso fazê-la no momento certo? A rigor, nesse primeiro momento, estamos falando mais de sinalizações do que de interpretação. Tento fazer isso, embora em alguns momentos não seja possível porque a velocidade é muito rápida.

**Mais uma vez, voltamos à questão da qualificação da mão de obra, que é decisiva também no jornalismo em tempo real.**

Vejo com preocupação as experiências de colocar pessoas novas para fazer o tempo real, sem o devido treinamento. Além disso, é muito mais difícil, para uma pessoa que está no jornal impresso, transitar para o tempo real. Por ironia do destino, quem tem contratado ultimamente são os serviços em tempo real. Isso tem deixado as pessoas desesperadas, aquelas pessoas que tinham preconceito. E agora? Elas só estão achando vaga no tempo real, se quiserem salários melhores. E tem muita gente que não consegue fazer tempo real. Faz análise, textos que são inseridos depois das primeiras informações. Mas aquele *métier* do tempo real não faz porque é muito difícil. Na verdade, é muito difícil você sair de um ambiente em que estava acostumado a ir na entrevista, anotar, digerir, ver o que os outros escreveram e aí fazer a sua matéria.

**Há uma tendência a considerar que a cobertura informativa, factual, tem menos valor? Como se esse tipo de cobertura não exigisse também uma grande qualificação e muita segurança do repórter que está cobrindo os fatos em tempo real?**

Acredito que sim. A minha teoria é que isso acontece justamente porque os jornais, a mídia, não sabem o que fazer. A gente está num momento de transição há, pelo menos, sete, oito anos, com perda de anunciante e de renda. Como não se sabem o que fazer, os jornais entram em contradição. “Não vamos dar o factual, que é o menos importante, vamos dar o que está por trás” e não sei o quê mais. Aí, as pessoas que fazem o factual são as menos experientes. Essa é a razão.

### **Mas você concorda que o factual é importante?**

Com certeza! É o ponto de partida. Se você vai para uma entrevista coletiva em que as pessoas não são capazes de fazer o contraditório, você simplesmente vai ouvir o que o entrevistado está falando. Como é que você vai tirar coisas dali? Nesse ponto, o tempo real causou um problema muito grande. As pessoas não querem mais escutar nas entrevistas. É esse vício das pessoas do tempo real de não quererem se aprofundar nos assuntos. É como se elas estivessem fadadas a ser o que são. Como se não pudessem ser outra coisa que não o cara que põe o celular ali pra ouvir o Mantega. Teve uma deterioração nesse contexto que foi provocada muito pela *Bloomberg*. Quando eles chegaram ao Brasil, passaram a usar o celular de forma intensiva. O repórter virou simplesmente a pessoa que era a ponte com o editor que está lá do outro lado, na redação, pegando os *headlines*. E a partir desses *headlines*, o editor constrói uma história. Acho um erro se o *Valor* e o *Broadcast* forem por esse caminho. Se eles ainda estão no mercado, se a *Bloomberg* ainda não os consumiu, é porque não fazem a cobertura dessa forma, quase prescindindo do repórter.

### **Isso pode ser creditado à plataforma em tempo real ou à maneira como se faz jornalismo para essa plataforma?**

Como o repórter acha que está fadado a isso, ele só quer passar a nota rapidamente. As pessoas não têm mais paciência de assistir uma entrevista! Se você ficar na entrevista questionando, eles querem correr logo porque já têm outra pauta. Então, basta saber onde está o número, passar aquilo, reproduzir o que o cara falou. Tem isso também, esse despreparo das

peessoas. Concordo que não é um problema da tecnologia que se utiliza para veicular notícias. Mas não me conformo. Você tem oportunidade de aprender numa entrevista e tudo que você quer é que o seu colega pergunte menos para ir embora? E você não pode ir para uma entrevista despreparado, tem que ter lido muito, muito, para fazer perguntas no contexto. As pessoas não leem antes para saber o que já foi publicado sobre o assunto que vão cobrir.

### **Na sua opinião, por que isso acontece?**

Está faltando muita orientação. É como se quisessem só cumprir o jogo. As pessoas nem completaram a cobertura e já querem saber a agenda do dia seguinte. A preocupação é só essa. Tem gente que cobre o Ministério da Fazenda – e aí me refiro não apenas aos repórteres do tempo real – que não sabe quem são as fontes, nunca foi atrás, está ali contente, satisfeito de fazer o básico. É por isso que digo que as pessoas não estão preparadas para fazer entrevistas. O pior é que elas não querem melhorar. E o tempo real contaminou toda a cobertura. Está muito mais estressante assistir uma entrevista técnica. Digamos que saiu uma medida da Receita Federal que tem milhões de detalhes técnicos. O nível de entendimento e de interesse das pessoas é muito diferente. Uma rádio quer uma coisa mais popular, outra não quer, outra quer ir embora e outra quer piscar tudo, o que é muito difícil em temas mais técnicos. É tudo muito estressante. Então, a pessoa quer que aquilo termine logo. Três, quatro horas numa entrevista, ninguém aguenta.

### **Está certo deduzir da sua fala que o problema está, muito mais, na maneira como se ocupa essa plataforma, na condução da cobertura, do que na plataforma em si?**

A plataforma é fantástica, é libertadora. Como eu disse antes, por que não dar o *feature* do Gabrielli? Por que um editor acha que aquilo não é importante? Por que um editor acha que o fato de dizer que o Mantega coçou a cabeça é um exagero? Por que não é importante? O problema não é de espaço. O leitor vai tomar a decisão de entrar naquela notícia por conta própria. Se ele não quiser ler, não clica na notícia. Isso é libertador. É tão libertador quanto a

internet. Você entra no que você quiser, você seleciona. No jornal impresso, tem o problema do espaço. O espaço é dinheiro e é limitador do conteúdo.

**Você quer dizer que é possível dar muito mais riqueza de conteúdo nessas plataformas digitais e, portanto, fazer um jornalismo melhor?**

Com certeza. E melhor do que nunca teve, porque há espaço. Não estou dizendo que você pode escrever páginas e páginas, porque seria cansativo para o leitor. O espaço que estou dizendo não é esse. Não é escrever matéria de cem, duzentas linhas, porque ninguém vai ter paciência de ler. É você tornar disponíveis os conteúdos, o que geralmente o jornal impresso não tem espaço para fazer.

**Qual o balanço que você faz da sua trajetória profissional, que tem a marca do jornalismo em tempo real?**

Sempre briguei contra essa ideia de que a gente era repórter de segunda categoria porque sofri isso na pele. Hoje, não sou considerada assim, nem dentro do jornal, porque provei que era diferente, consegui provar que não era uma repórter de segunda categoria pelo fato de estar no tempo real. Mas os editores, que ainda estão lá, consideraram que não sabíamos escrever, não sabíamos apurar. Também me considero uma sobrevivente porque passei por vários processos de demissão de profissionais no jornal e na agência e continuo trabalhando numa empresa grande, sobrevivendo. Tenho orgulho disso. Muitos colegas que se formaram comigo, não vou citar nomes, tiveram uma ascensão meteórica e me viam como uma coitada por estar no tempo real e ainda não ter conseguido me livrar daquilo. Mas eu consegui fazer tudo o que me propus. Hoje, vejo uma realidade em que o emprego está no tempo real. E, por incrível que pareça, as pessoas ainda relutam. Ainda tem gente escondendo matéria, achando que vai dar o furo no dia seguinte.



## APÊNDICE B – Entrevista: João Caminoto

João Caminoto

Editor-chefe da *Agência Estado*

Data: 28 de agosto de 2014

### **Por que ofertar conteúdos interpretativos e opinativos em uma plataforma de informação em tempo real?**

Se avaliarmos o conteúdo global da plataforma, a grande maioria dos conteúdos noticiosos é factual. Mas tem um segundo degrau, em que se adentra no conteúdo analítico, muito valioso para os nossos assinantes. O *analytics* também é interpretativo nesse contexto. Além do noticiário factual em tempo real, existe sempre a expectativa de uma leitura mais aprofundada sobre o que significam os fatos. E isso de uma maneira também rápida, muito ágil, acompanhando um pouco o ritmo do tempo real. Muitos assinantes usam essas análises como uma importante ferramenta para elaborar suas conclusões. Para isso, temos todo um aparato voltado para a interpretação dos fatos, como os cenários e outros conteúdos. Mas a nossa equipe não emite opinião editorialmente. O que nós temos são colunistas e eles emitem opinião própria deles, não da *Agência Estado*. Nós publicamos também os editoriais do *Estadão* no nosso *feed* de notícias do *Broadcast*, na noite anterior. Isso sim é a nossa opinião, nosso editorial. No *Grupo Estado*, quem emite opinião são somente os editorialistas na página três do jornal.

### **Podemos considerar que os colunistas, nas colunas assinadas, estão opinando sobre os temas abordados?**

Sim, mas a maioria é mais interpretativa e analítica do que opinativa. Textos com tom mais opinativo são feitos por colaboradores externos.

**Na verdade, a fronteira entre interpretação e opinião pode ser um pouco fluida, não?**

Pode, mas praticamos um rigoroso controle editorial para garantir que essa fronteira não seja desrespeitada por nossos jornalistas.

**Como vocês identificam a demanda dos clientes pelos conteúdos interpretativos e opinativos? Como se detecta o interesse dos usuários?**

O nosso serviço já é antigo, estamos falando de mais de vinte anos do tempo real do *Broadcast*, que começou em 1991. Ao longo de todos esses anos, através da relação com os clientes e da utilização de *benchmarks* internacionais, percebeu-se que havia uma demanda muito grande por esse tipo de conteúdo analítico. A questão de analisar e aprofundar aparece tanto na área macroeconômica como na área de empresas, setores, agronegócios e política também. E como isso se expressa? Temos vários canais para absorver as novas demandas. No canal de comunicação com os clientes, fazemos consultas para saber se querem análises sobre determinados assuntos, sobre áreas específicas, em horários indicados. É o canal básico de qualquer relação entre cliente e fornecedor. Não menos importante é a nossa avaliação editorial. Acompanhamos o noticiário e percebemos quando existem lacunas de interpretação. Isso, para o cliente, é fundamental. A gente também cria essa demanda. Um exemplo disso foi a criação de cenários ao longo do dia. Até alguns anos atrás, tínhamos os cenários da manhã, do horário do almoço e da tarde. Sentimos que havia a necessidade de minicenários, isso começou a ser feito quase em tempo real. A nossa tela é povoada de minicenários que dão o retrato analítico da situação para o cliente.

**É possível perceber isso na tela do *Broadcast*.**

Isso nasceu porque sentimos que havia uma nítida demanda dos assinantes por esses cenários e análises mais frequentes. A questão da agilidade da cobertura factual tem de ser acompanhada também pela interpretação dos fatos, não é só a notícia. Às vezes, os leitores,

mais do que conhecer a notícia, querem saber o que significa, seu impacto – e isso é essencial no tempo real também.

**A análise é um contraponto à informação rápida, factual, fragmentada? É quase uma outra face da moeda?**

É um complemento. É parte fundamental da complementação da notícia. Há informações que são mais simples, como os indicadores de PIB, inflação, em que a leitura dos assinantes é um pouco mais automática, pois os diferentes cenários são traçados anteriormente à divulgação do dado. Mas, mesmo assim, eles ficam na expectativa de uma leitura mais analítica. Tanto que um dos nossos grandes desafios aqui é sermos cada vez mais rápidos na entrega da análise e da repercussão também, porque a repercussão acaba sendo uma análise mais ampliada, com terceiros.

**Existe a preocupação de estimular análises e interpretações da própria redação e não apenas reproduzir os textos analíticos, encaminhados pelas fontes das instituições financeiras? Ou esse material também representa uma contribuição válida ao usuário do serviço?**

Sim, esse estímulo é muito importante e temos vários profissionais de nossa equipe que escrevem análises e colunas diárias e semanais. Os textos de instituições financeiras são tratados como conteúdo factual, em reportagens.

**O *Broadcast* veicula colunas e serviços analíticos de terceiros, como *Bom Dia Mercado* e *Tendências On-line*. São parcerias que complementam o trabalho desenvolvido pela própria redação no campo analítico ou cumpririam o papel de substituir a atuação dos jornalistas da casa?**

O conteúdo de terceiros reforça o leque de opções analíticas oferecido aos nossos assinantes, mas não substitui o conteúdo criado pela redação. Temos que prover aos assinantes todas as informações factuais e analíticas relevantes. Mas, obviamente, essas parcerias com terceiros enriquecem ainda mais o volume de informações para nossos leitores.

**Quais são as estratégias de gestão da redação, empregadas para favorecer a produção dos conteúdos analíticos nessa velocidade acelerada?**

Acho que existe uma série de motores aí. O primeiro é a qualificação de nossos profissionais. A qualificação e a especialização. Nós buscamos, obviamente, identificar, privilegiar e fortalecer os talentos que temos. Pessoas que têm esse viés analítico não são profissionais fáceis de achar no mercado. Temos um curso de formação e quando encontramos esses profissionais, jovens talentos, damos todo o estímulo possível. Existe uma política aqui de se estimular quem tem o potencial de escrever alguma coisa que vá além do factual, incentivamos isso.

**É uma política aberta a todos?**

Com certeza. Para começar, todos nossos profissionais podem, em princípio, escrever colunas. Quando o profissional nos diz que gostaria de fazer uma coluna, pedimos para ele começar a produzir em caráter experimental para verificar como ele se sai, buscando elementos para decidir se podemos colocar em prática a ideia. Ao lado disso, temos cursos de especialização, um ambiente de geração de conhecimento. Estamos diante de uma realidade que exige muita maturidade do profissional. É quase um *coaching* permanente. Estou falando daqueles que estão entrando na área, a maioria dos repórteres mais veteranos já têm essa condição. Acho, inclusive, que é muito importante, para os profissionais, essa janela de oportunidade, porque existe quase um preconceito contra o jornalista em tempo real, como se ele fosse um mero eco da fala, do mundo factual, do indicador. A produção de análises qualifica muito o nosso conteúdo, aumenta a sua repercussão e a valorização desses profissionais junto às fontes. Portanto, há estímulos de todos os lados.

**Costuma prevalecer a avaliação de que, para atuar nesses serviços, basta ter alguém que anote rapidamente. O tempo real é um bom degrau inicial na profissão ou é tarefa também para pessoas tarimbadas? A pergunta vale tanto para a produção de conteúdos analíticos como factuais.**

Fica cada vez mais claro, na minha avaliação, que o profissional do tempo real, da plataforma de tempo real, de maneira alguma deve ser visto um grau abaixo do profissional da mídia impressa ou tradicional. Muito pelo contrário, o grau de responsabilidade e preparo exigido desses profissionais é igual, embora diferente no formato. O impacto do trabalho dos jornalistas do tempo real, aliás, é imediato e com reações concretas. Os erros são custosos, tanto para nós como para nossos clientes. Por isso a busca incessante de qualificação. É comum nos depararmos com profissionais – principalmente os mais jovens – que encaram o tempo real como um primeiro estágio para trabalhar no jornal impresso, revista, emissora de televisão. Mas sinto que isso está diminuindo cada vez mais, estamos começando a formar profissionais que veem o tempo real como um valor em si, como a meta de suas carreiras: “Vou me tornar bom nisso, vou me tornar um colunista, um correspondente internacional”. Formatamos, inclusive, um curso aqui a partir de um braço do *Foca* [programa de treinamento de jovens jornalistas do *Grupo Estado*]. Criamos o *Foca Econômico*, estamos formando trinta guris por ano, justamente com essa mentalidade. E temos resultados sensacionais, eles valorizam ainda mais o tempo real. Agora, uma coisa que eu aprendi é que você tem de gostar do tempo real. Temos vários jornalistas veteranos aqui, profissionais com quarenta, cinquenta, sessenta anos, que não querem sair do tempo real. Então, é uma questão de aptidão e de valorizar as pessoas que têm essa aptidão.

**Os investimentos da redação que você dirige em capacitação de pessoal na área editorial são constantes, portanto?**

Sim. Temos inclusive uma parceria com a Fundação Getúlio Vargas e todo ano fazemos esse curso *Foca Econômico*, de três meses de duração, com os fundamentos de macroeconomia, matemática, entre outras áreas. É um curso de meio período, na redação. Fazemos uma

seleção nacional e escolhemos trinta participantes por ano. Já vamos para a quinta edição do curso no ano que vem.

**Mais concretamente, qual é o perfil do profissional que produz os conteúdos analíticos e interpretativos? É mais sênior, é jornalista ou não?**

A maioria é de jornalistas e também são profissionais mais seniores, com experiência mais ampla. Mas a gente também começa a perceber que os jovens talentos que se apaixonam pelo tempo real, por esse tipo de jornalismo, começam a demonstrar capacidade de também entrar nessa seara. Ainda são, óbvio, os mais experientes, os mais rodados, que já cobriram várias coisas e têm várias fontes. Mas não é um clube exclusivo.

**E não jornalistas, como economistas, vocês lançam mão?**

Não, não utilizamos, mas não temos nenhuma regra que impeça isso. Até o momento, não sentimos necessidade com os recursos que temos. É claro que, por termos o apoio do *Estadão*, usamos muito os economistas que escrevem para o jornal, o que enriquece muito o nosso conteúdo. Mas isso é uma possibilidade que a gente vem analisando. É algo que pode acontecer no futuro.

**Você prevê a utilização mais intensiva de profissionais não jornalistas na redação, talvez por essa demanda de maior especialização?**

Sim, sem dúvida. E não apenas na área macroeconômica. Quanto mais nossa indústria vai buscando nichos, essa tendência se torna mais clara. Estamos, inclusive, vivendo esse processo agora, de buscar mais especialistas. Em nichos mais técnicos, nos temas sobre agricultura, por exemplo, é muito difícil encontrar jornalistas qualificados ou disponíveis.

Vamos buscar essas pessoas técnicas que tenham uma base jornalística. Para que atuem como analistas, colunistas.

**Como ocorre a seleção e a filtragem da notícia, que se define em termos acadêmicos como *gatekeeping*? Existe uma hierarquia definida para a edição dos conteúdos publicados na plataforma em tempo real? É correta a percepção de muitos de que os conteúdos são lançados de forma imediata e sem critério para o público final?**

Aqui existe uma seleção rigorosa sim. Obviamente, o tempo real exige rapidez e flexibilidade. Mas costumo sempre dizer que, antes da velocidade, a precisão é o fator mais importante. O repórter em campo não publica diretamente na plataforma, a notícia tem sempre de passar por um editor, que está na mesa de edição, que capta a notícia, avalia e filtra. Quando se descreve o processo, parece que é demorado, mas é tudo muito rápido até a publicação na plataforma. Temos sempre, pelo menos, um editor avaliando as informações, com o olhar atento aos dados com potencial de repercussão. Quando lidamos com casos muito importantes, como a divulgação em primeira mão de uma pesquisa eleitoral ou a ata do Copom, fazemos um superfiltro, reunindo dois, três editores numa mesa, para checar e “rechegar”. Nada passa por uma mão só, e sempre tem um superior ou um coordenador para ler aquilo que vai entrar no ar. Isso nos dá segurança. Temos um índice aqui de erros, que buscamos não ultrapassar. O nosso *benchmark* é de 0,5% de erros em toda a plataforma. É um índice que consideramos aceitável e temos conseguido atingir resultados muito positivos. Isso não quer dizer que, mesmo nesse processo, eventualmente não ocorram erros, mas conseguimos contê-los de uma maneira bem satisfatória. Digo isso porque houve várias tentativas na indústria de se fazer do captador da notícia, no local, um mero segurador de microfone, um canal passivo, numa pressão para se diminuir custos. Mas ficou bem claro para a gente que a qualificação nas duas pontas é fundamental. E quando você tem a qualificação nas duas pontas, tanto na recepção quanto na edição, o filtro a que você se refere já acontece de maneira natural.

**Você concorda que a cobertura factual, e não apenas a elaboração de análises, também é um processo complexo?**

A seleção do factual é um processo sofisticado. Caso contrário, seria publicada apenas uma transcrição pura e simples. O que o assinante quer de um terminal como o *Broadcast* é saber o que é importante. Ele tem confiança de que vai encontrar isso no produto. A relação de confiança dele com a informação que está chegando ali tem de ser cem por cento. São pessoas que fazem suas decisões de negócios em parte baseadas em nossas informações. É importante frisar que o jornalismo em tempo real não significa uma transcrição. Existem aqueles que fazem isso, mas não são processos exitosos.

**Ou seja, o processo de *gatekeeping*, que pode ser considerado uma das essências do jornalismo, ocorre desde o início nos serviços em tempo real, a partir da própria captação?**

Existe um trabalho de reportagem, é um filtro imediato. O entrevistado pode ter falado dez frases, mas você vai publicar aquela que é realmente significativa. Ou você pode publicar quinhentas frases e não dar justamente aquela que importa para os clientes. Uma outra maneira de abordar o assunto é lembrar que, muitas vezes, até mesmo nos jornais impressos, pode ocorrer o contrário e o leitor ser inundado com excesso de informações desnecessárias. Isso pode ser muito mais confortável do que se concentrar na análise e no conteúdo menos extenso, mas mais qualificado.

**Nesse contexto, existem outras formas de atuação para assegurar a credibilidade dos conteúdos veiculados em tempo real? Quais as orientações à redação para evitar o acúmulo de erros em informações transmitidas em ritmo tão acelerado?**

Posso citar a qualificação na captação da notícia, o tipo de controle que a gente exerce, um processo positivo que traz segurança a todos os envolvidos. É claro que todo mundo quer ser mais rápido, mas insisto que a precisão realmente está acima da rapidez. É preferível, eventualmente, publicar algo segundos depois e estar correto do que correr o risco de errar.



Ainda mais com a posição que o *Broadcast* tem de liderança, de referência no mercado. Acho também que, e isso é uma questão de confiança, você tem de ir muito às equipes e dar segurança para os profissionais. Às vezes, a paranoia pela rapidez pode gerar danos muito grandes. Outra coisa importante é essa qualificação na ponta, tanto na captação quanto na publicação. E quando se trata de assuntos muito relevantes, a gente trabalha na questão quantitativa também. Na cobertura de pronunciamentos de diretores do Banco Central, do ministro da Fazenda ou de um anúncio importante, temos três, quatro repórteres em campo para garantir essa agilidade e precisão. Temos o controle rigoroso de erros, temos métricas, não individuais, mas por editorias, por mês. Quando sai um pouco da curva, a gente senta, conversa, avalia o que deu errado. Isso também serve como uma maneira de reflexão interna permanente para vermos o que se pode melhorar nos processos. São esses os mecanismos. Se você adicioná-los, eles conseguem ser bem eficientes nessa questão.

**Havia a ideia de vincular bônus ou algum tipo de participação em resultados ao cumprimento de metas que minimizassem erros?**

Sou contra essa ideia. Acho que a autoria da matéria tem uma subjetividade muito grande no tempo real, às vezes a matéria é feita por três, quatro, cinco pessoas. É quase impossível elaborar um critério de avaliação justo. Acho também que criar esse ingrediente de tensão no processo poderia ser mais danoso do que favorável. A gente até pensou em fazer algo mais global, por editoria, mas não evoluiu.

**Até que ponto o funcionamento da redação se dá de forma integrada, do ponto de vista da produção de conteúdos para as diferentes plataformas? Como isso ocorre no caso específico da *Agência Estado* e também em relação ao restante do grupo, que atua também no meio impresso e no rádio?**

Esse processo está em permanente evolução e posso dizer que temos hoje uma integração muito útil para todas as plataformas. A reflexão de como melhorar e aproximar os processos do jornal, da rádio e da agência é permanente. Hoje, publicamos na tela os conteúdos do

jornal antes da própria edição impressa. Isso é muito valorizado por nossos assinantes. A redação da *Agência Estado* mudou-se há cerca de dezoito meses de um local próprio para o sexto andar do prédio do *Estadão*, justamente para ficar integrada à equipe de economia do jornal, que se senta no meio da área em que ficam os jornalistas da *Agência Estado*.

**Quais os conflitos enfrentados nesse processo de integração e sinergia entre equipes dedicadas a diferentes plataformas e ritmos de produção?**

Naturalmente, no início houve algum ruído, alguma desconfiança. Mas, hoje, embora cada equipe mantenha seus processos específicos, cada vez mais vemos uma colaboração que acaba beneficiando os dois lados. Temos que melhorar e aprofundar? Sim. Assim como o jornalismo em geral, o jornal está se tornando cada vez mais digital, está se aproximando cada vez mais de nós. E isso facilita ainda mais os procedimentos e essa integração. Há ainda a questão das coberturas específicas, das matérias exclusivas, dos embargos para publicação. Assim, às vezes ainda ficamos em dúvida se uma matéria da agência vai para o portal [[www.estadao.com](http://www.estadao.com)] ou se uma matéria do jornal entraria no *feed* da agência. Mas temos um diálogo muito construtivo em torno dessas questões. Acho que há uma disputa até saudável pelo conteúdo, pelo furo, pelas entrevistas exclusivas. Mas hoje em dia as plataformas estão se aproximando e estamos cada vez mais trabalhando em conjunto. Se você pegar o caderno de economia do *Estadão*, por exemplo, um bom pedaço dele é feito pela equipe da *Agência Estado*. A proximidade física dos profissionais contribui para que esse processo avance, embora ainda exista uma questão cultural que não pode ser menosprezada. Em resumo, não temos problemas estruturais nessa integração e sim problemas específicos, pontuais, de perfis de alguns profissionais que têm dificuldade nessa colaboração, o que é natural.

**A informação em tempo real é associada a um padrão jornalístico inferior em comparação à produção voltada para os impressos. Qual a sua avaliação sobre isso?**

Eu discordo. Tive o privilégio de ter trabalhado em muitas plataformas – em revistas, jornais, rádios, TV – e realmente não vejo nada que justifique essa graduação da notícia. Muito pelo

contrário, a notícia em tempo real e o seu processo exigem muito mais do profissional do que a notícia do dia seguinte. Exige muita mais tensão, atenção e concentração.

### **As pressões são muito fortes?**

Exatamente. E a repercussão é muito grande e imediata. É um pouco também o que se fala do rádio, se desmerece um pouco o texto de rádio. E eu acho uma coisa fundamental, uma contribuição muito rica. Há bons profissionais em todas as áreas e há também profissionais mais fracos em todas as áreas. Realmente não consigo ver uma justificativa para essa visão. Mas acho que isso está mudando, especialmente nas novas gerações, com a questão das mídias sociais. Para o bem ou para o mal, eles veem a transmissão da notícia como algo muito mais minimalista e fragmentado, que reflete um pouco o que fazemos nos serviços em tempo real.

### **Como conciliar as pressões constantes de redução de custos de produção editorial com a busca da excelência profissional?**

São vários os processos aplicados para fortalecer nossa produção, nossos profissionais e temos tido muito sucesso nessa tarefa. Considero que um fator básico é a meritocracia, mecanismos transparentes de reconhecimento do empenho, talento e versatilidade dos nossos profissionais. A capacitação permanente também é muito importante.

## APÊNDICE C – Entrevista: Maria Cristina Fernandes

Maria Cristina Fernandes

Editora de Política do *Valor Econômico*

Data: 07 de setembro de 2014

**O noticiário político é um dos segmentos que mais suscitam análises no serviço em tempo real para os mercados financeiros. Na sua avaliação, por que isso acontece?**

Acho que o mercado financeiro busca, no noticiário de política, os ventos que estão nordeando os fatos, que podem mudar os rumos do governo, quando o governo está em curso, ou o norte de uma sucessão, como estamos vivendo agora. Muitas vezes, o noticiário quente da política desnorteia porque há fatos que apontam para todas as direções possíveis, e são fatos muitas vezes alimentados com o intuito de confundir. O noticiário de política, não é novidade para ninguém, é muito suscetível à “plantação”. E quando todo mundo “planta”, você desnorteia quem lê. O objetivo da análise é tentar dar um norte. Mostrar que essa lavoura, em que se transforma o noticiário de política no tempo quente, de muitas polêmicas, está querendo dizer determinada coisa. Não é o que parece. É colocar um espantalho na lavoura.

**O noticiário político é confuso não apenas para o mercado financeiro, mas para o público em geral? Você diria que a dificuldade de decifrar o fato político, muitas vezes marcado por sinais descontraídos, é generalizada?**

Sim e isso é culpa absolutamente nossa, como jornalistas. Porque a gente acaba escrevendo para as fontes. A gente não se dá conta disso, muitas vezes não absorve quem é que está lendo essa informação. Escrevemos para a fonte ou para o inimigo da fonte, ou para o amigo da fonte, ou para o fogo amigo da fonte.

**Para um grupo pequeno, portanto.**

Muitas vezes, nós, profissionais do jornalismo, nos prestamos a fazer parte dessa cadeia – espero que não no sentido literal – formada por fontes e jornalistas. E o leitor com isso? Às vezes, fica refém desse noticiário que é cifrado e tem um objetivo dirigido. É muito difícil o leitor, e não apenas de tempo real, mas o leitor de jornal também, perceber o que se pretende dizer. É preciso saber quem está dizendo e por qual motivo. Muitas vezes, a gente não se dá conta, como jornalista, que é preciso situar os personagens da notícia e mesmo de onde vêm os *offs* [falas sem identificação de fontes] para o leitor conseguir se situar na informação. Alguns jornalistas se recusam a circunstanciar aquilo que escrevem com receio de entregar a fonte. Mas, ao fazerem isso, deixam o leitor perdido.

**Qual o retorno que você tem sobre a receptividade dos assinantes do serviço em tempo real, *Valor PRO*, aos conteúdos mais analíticos na cobertura política?**

Gostaria de ter mais retorno dos usuários. De fato, sabemos que existe uma carência de informação política e que são conteúdos bem recebidos. Mas, às vezes, tenho receio de que esse público quer mais o quente – a pesquisa, a denúncia. De uma maneira muito impressionista, sem nenhum dado concreto em mãos, observo, em alguns momentos, que é um mercado muito sedento pelo furo, pelo quente, não por aquilo que o noticiário quente quer dizer – e muitas vezes não quer dizer nada. Acontece de não publicarmos furo porque aquilo não quer dizer nada. Só para você fazer o serviço da fonte? Não leva a nada. Não quero generalizar, mas tenho receio que muito dessa sede do mercado pelo noticiário quente é avidez por informação para operar [uso da informação com intuito especulativo].

**Como é encarar o desafio de analisar e interpretar fatos na dinâmica do tempo real, em que os conteúdos têm de ser oferecidos com a menor brevidade possível?**

Se há uma palavra de ordem, nesse conteúdo analítico, é desmistificar. Acho que essa deveria ser a função da análise. Desmistificar aquilo que o noticiário quente acaba construindo, muitas vezes, em alicerces infundados.

**Pergunto mais do ponto de vista operacional, ou seja, o desafio não apenas de cobrir o factual em ritmo acelerado, mas também de oferecer os conteúdos analíticos nessa dinâmica acelerada de uma plataforma em tempo real.**

O desafio é informar com rapidez sem descuidar de onde vem a notícia. Seja no tempo real, no on-line, no impresso, na televisão, estamos lidando com uma notícia. Para ter capacidade de entender o que está sendo dito, é preciso saber de onde vem, qual é a origem da informação e quais os interesses envolvidos. Não tem almoço grátis, não tem informação grátis. Ninguém liga aqui para dar uma informação sem interesse. Portanto, o desafio é esse: saber de onde vem. No tempo real, é muito difícil fazer isso.

**Por causa da escassez de tempo?**

Por causa da escassez de tempo, da quantidade de informação cruzada. E também por uma coisa que está sendo muito demandada, que pode ser até necessária, de que você tem de reproduzir tudo o que todos os blogs, tudo que os colunistas divulgam, ainda que você não ache que aquilo aponte no caminho certo. Depois, você analisa, mostrando que não é isso ou aquilo. Então, a princípio, você aumenta a barafunda, você é chamado a aumentar a confusão, para depois dar um norte. É bastante desafiante, para dizer o mínimo.

**Como você compara a experiência de produzir para diferentes plataformas – a impressa com seu ciclo de 24 horas e a digital, especialmente no serviço em tempo real?**

A experiência de impresso é muito mais segmentada. É um noticiário que fazemos com mais conforto. A gente conhece os signos, conhece os códigos, conhece os prazos. Conhecemos o meio, enfim. No tempo real, eu me considero uma completa foca ainda, uma foca absoluta. Até porque o produto é para um leitor com quem não temos muito contato. O *Valor PRO* é muito direcionado para o mercado financeiro e gabinetes do poder em Brasília, de tomadores de decisão. Mas os políticos ainda não são consumidores primários do *PRO*. Eles acabam consumindo depois que a notícia vai para o on-line [referência ao site *valor.com.br*] e para o jornal. Assim, não temos muito retorno da notícia instantânea. O retorno acontece quando repercute no mercado e aí ficamos sabendo que está sendo recebido dessa ou daquela maneira. É um retorno muito triangulado. Temos que manter uma relação muito próxima do pessoal de finanças, que colhe o impacto no mercado e nos conta, sempre de olho no noticiário financeiro que é influenciado pela política.

**Adicionando-se a isso o fato de ser uma redação integrada, como a que existe no *Valor*, podemos dizer que a complexidade é muito maior?**

Aumenta muito a tensão na equipe. O grau de cobrança é exacerbado, as pessoas não têm mais horário de trabalho, simplesmente trabalham o tempo inteiro. Tem repórter que me manda mensagem à uma hora da manhã, porque fala com as fontes nessa hora e manda e-mail. E às seis horas da manhã, já tem informação entrando.

**Mas isso não é próprio do ambiente em que vivemos hoje, com todo mundo plugado em tudo o tempo todo? Para o profissional jornalista é certamente uma sobrecarga.**

Eu me pergunto se isso nos ajuda a compreender melhor os fatos. Eu me pergunto isso todos os dias. Essa instantaneidade, essa coisa de estarmos ligados o tempo inteiro, essa presteza em dar a informação. A gente está entendendo melhor? Além de estarmos mais velozes, estamos também com uma compreensão mais afinada da realidade ou não?

**Isso remete também a uma pergunta sobre as diferentes linguagens das plataformas impressa e digital. Como os profissionais se adaptam a essa nova realidade?**

Os mais jovens já nasceram dentro de um computador, eles pegam isso muito mais rápido. Fico impressionada: esses meninos chegam nas entrevistas e vão mandando o pingue-pongue à medida que ouvem o entrevistado. Aquela coisa que a gente passa horas para tirar da gravação, eles fazem na hora, com pergunta e resposta. Então, tem uma coisa geracional, eles têm mais facilidade, são melhores do que nós. Sou daqueles que acreditam que as gerações sempre melhoram, por isso acho que esses meninos do tempo real são muito melhores do que todos os chefes que eles têm.

**Os jornalistas mais seniores, mais veteranos, adaptam-se melhor à produção de conteúdos interpretativos e opinativos? Ou os mais jovens também podem atuar nessa produção?**

Com o tempo, talvez, essa capacidade de análise vá se refinando um pouco. Porque isso exige também que você leia. Estou falando de ter tempo para refletir e pensar no que se está noticiando. Ao mesmo tempo em que são repórteres muito plugados, muito rápidos, muito ágeis, que discernem bem o que têm de ouvir, o tempo de que eles dispõem não é suficiente para parar e dizer: “olha, para entender isso tenho de voltar vinte anos atrás, quando teve um negócio parecido, deixa ver no que deu lá”. É compreender a história, algo que eles valorizam muito, para entender melhor essa história que a gente escreve todo o dia. Então, eu me ressinto às vezes de a meninada não ter tempo de se informar um pouco mais sobre o que passou.

**Como se dá o processo de filtragem e seleção da notícia, o chamado *gatekeeping*?**

É difícil, pois somos cobrados para dar o mais rapidamente possível. Aquela máxima de “checa e publica”, muitas vezes a gente tem de passar por cima, porque a cobrança é muito



grande frente à concorrência. Então, virou “publica e depois checa”. É complicado. Eu tendo a segurar, confirmar e publicar. Ouvir o outro lado para publicar. Agora, diria que a pressão que recebemos cotidianamente, dos próprios usuários, é no sentido inverso.

**Nessa luta pela rapidez que caracteriza o processo de informação em tempo real, como minimizar os erros e aumentar a precisão da informação? E qual o peso que você atribui à qualificação da mão de obra, não só na produção analítica, mas também na cobertura factual?**

Falando da nossa experiência aqui no *PRO*, a mão de obra é bem qualificada. A equipe com que eu lido tem muita qualificação. E precisa ter. O problema é que são poucos. São redações muito enxutas, depauperadas pela crise recente da imprensa, que parece não ter fim nunca. Muitas vezes, é preciso fazer esse trabalho de checagem... Fulano tem uma informação, precisa checar, precisa ligar. E você não tem com quem fazer. Portanto, a maior dificuldade são as redações muito enxutas. Os editores de tempo real ficam sozinhos tendo de pegar essas informações, não têm como voltar para o repórter que passou a nota, porque já têm dois outros na fila querendo passar nota e aí tem que publicar. É tudo muito enxuto, muito enxuto.

**Voltando ao ponto, ter uma redação integrada contribui ou não para tornar essas rotinas produtivas menos pesadas?**

A redação integrada é uma grande vantagem, mas colabora para essa escassez de braços. Serviços com os quais nós concorreremos são exclusivos de tempo real, então isso dificulta um pouco. Ao mesmo tempo em que dá uma dinâmica nova para o produto, inclusive para o próprio jornal, exige muito do profissional, talvez excessivamente.

**A convivência com o tempo real, na mesma redação, trouxe uma nova dinâmica para o jornal impresso?**

Sim, acho que o jornal ficou mais quente. Quando a gente vai pedir espaço, às seis horas da noite [referência à reunião que decide o espaço dedicado a cada editoria do jornal], é uma coisa espantosa o que é necessário juntar para tentar dar um ordenamento, para construir uma história a partir do noticiário em tempo real. O volume de informação é muito grande. Cresceu a produção de informação com o tempo real. E isso entra, mais uma vez, no gargalo da mão de obra. Para você dar ordem, dar um norte, fazer uma análise, não tem braço que aguento. O repórter começou a trabalhar cedinho para produzir esse monte de coisa, você vai pedir para ele juntar as notas para construir uma história às sete horas da noite, depois de doze horas de trabalho, é o que acaba acontecendo. Nesse ciclo em que o processo jornalístico ficou mais dinâmico, muita gente ganhou. Os jornalistas é que perderam.

**Nesse contexto, é possível garantir credibilidade e integridade editorial para a produção jornalística em tempo real, tanto factual quanto interpretativa?**

Gostaria de responder isso com mais segurança. Não sei se respondo cem por cento que é absolutamente crível e confiável tudo que sai no tempo real. A instantaneidade com que a gente produz a informação nos deixa mais suscetíveis do que no impresso. Acho que a gente não consegue garantir no tempo real cem por cento da confiabilidade que garantimos no jornal. Não que a confiabilidade deste seja cem por cento, mas a gente não consegue reproduzir no tempo real a confiabilidade da informação do impresso.

**O fato de o serviço em tempo real ser voltado para o mercado financeiro, às voltas com a lógica do processo de formação de preços, dificulta o trabalho de coordenação que você realiza como editora?**

Ah, sim. Porque o mercado, posso estar exagerando, sempre quer sangue, no sentido de que sempre quer notícia de impacto. Na atual campanha eleitoral, em que o mercado busca antecipar ao máximo os resultados das pesquisas de intenção de voto, fica evidente a

dificuldade de conviver com um conceito básico da democracia que é a incerteza. Não tem democracia sem incerteza. É básico. É próprio da democracia a incerteza. Você não pode antecipar tudo, como se tenta fazer com os resultados das pesquisas eleitorais, com essas “pesquisas-clone”.

**Qual o balanço que você faz da experiência de gestão da produção de conteúdos factuais e analíticos em tempo real?**

É uma experiência ainda muito nova para que se possa fazer um balanço exaustivo. Acho que a sociedade como um todo está mais tempo real e o jornalismo é parte dessa engrenagem. Mas acho que ainda temos muito chão pela frente para que o noticiário em tempo real traduza, de fato e mais fielmente, a realidade.

## APÊNDICE D – Entrevista: Raquel Balarin

Raquel Balarin

Diretora de Conteúdo Digital do *Valor Econômico*

Data: 14 de setembro de 2014

**Quais os desafios encarados para a implantação do projeto do *Valor PRO*, no contexto de uma redação integrada, com diferentes plataformas?**

Foi um desafio grande, até pelas linguagens diferentes dos produtos. Tínhamos uma redação muito voltada para o jornal impresso, com pessoas numa faixa etária um pouco acima da média de outros jornais gerais. O que fizemos foi tentar mesclar essa redação mais focada no impresso com pessoas mais novas, inclusive com o que chamamos de nativos digitais. No primeiro momento, quando ainda estávamos apresentando o projeto do *Valor PRO* ao Conselho de Administração, procuramos substituir as pessoas que saíam do jornal por profissionais que já tinham experiência com tempo real.

**Todo esse processo de preparação gradual começou em que ano?**

Em 2008. Mais à frente, em 2011, fizemos três cursos de *trainee*, que foram coordenados pela Denise Neumann. Foi uma iniciativa bastante ampla, recebemos mais de quinhentas inscrições. No final das contas, sessenta jornalistas fizeram os cursos – duas turmas em São Paulo e uma em Brasília. O objetivo era contar com jornalistas mais novos, que já vinham com uma bagagem do digital muito presente na sua própria vida pessoal. Muitos deles, vendo hoje, não têm o hábito de ler o jornal papel, leem o jornal na internet. Então, a ideia foi fazer essa mescla. Os jornalistas da casa abraçaram esse projeto. Tiveram uma abertura muito grande para acolher esses *trainees* e ensiná-los. Demos bastante tempo para que eles pudessem treinar mesmo, escrever, fazer reportagem, o editor sentar-se ao lado e poder

estruturar uma matéria, corrigir algumas coisas... Mas foi bastante difícil. Seria errado da minha parte se não dissesse que até hoje há algumas pessoas que resistem um pouco na questão do digital.

**Como lidar com as barreiras culturais para a implantação de um projeto inovador, com a participação de pessoas que vêm de outra prática jornalística, com todo um modo de operação sacramentado?**

Acho que conseguimos preservar a cultura do *Valor*, inclusive dos valores. A forma como encaramos os problemas foi enfrentá-los de frente e conversar abertamente com as pessoas sobre isso. Procuramos demonstrar a importância do projeto para a empresa, para a continuidade da empresa. Mostrar que não foi só uma mudança de modelo de negócio para o *Valor*, que é uma mudança estrutural na profissão.

**Em que sentido você percebe essa mudança estrutural?**

A profissão mudou. Assim como mudou para um cantor, por exemplo. Se antes a gravação de um disco trazia muito dinheiro, o cantor hoje tem que fazer show para ganhar dinheiro. Então, acho que mudou para o jornalista também. Acabou um pouco aquele modelo em que você, no caso de um jornalista de imprensa diária, podia apurar uma matéria ao longo do dia todo, parar para o cafezinho, esperar o retorno da fonte, ler bastante e ali, ao final do dia, sentar e escrever a matéria. Agora, uma coisa da profissão – e é da profissão no mundo, não só no Brasil – é que ocorreu uma mudança em que o jornalista hoje tem de trabalhar com o modelo digital. Não existe mais um único fechamento diário, o fechamento é a cada minuto, a cada quinze minutos. E é preciso estar atento não só ao texto, mas também a outros elementos que antes passavam um pouco ao largo do profissional da imprensa escrita. Você tem que estar atento a uma imagem, seja fotografia ou vídeo, tem que gravar um áudio, saber lidar com redes sociais. Portanto, acho que existe uma mudança estrutural na profissão. É claro, como eu chamo muita atenção, que a essência continua a mesma. O jornalismo continua sendo o

jornalismo: você tem que procurar a melhor informação, checar, conversar com todo mundo. É um jornalismo investigativo, mas a forma de fazer mudou.

**Ainda no contexto da implantação do *Valor PRO*, você diria que o dimensionamento da redação foi adequado, houve necessidade de ajustes?**

O planejamento feito inicialmente, e que foi aprovado pelo Conselho de Administração em julho de 2010, não tinha excessos, diria que estava na medida. Mas nós sofremos um ajuste no ano passado. Se você perguntar hoje, acho que estamos subdimensionados. A redação tem se desdobrado para conseguir atender os vários produtos e deixamos em segundo plano algo que a empresa abriu os olhos agora para corrigir, que é a questão do portal [referência ao *valor.com.br*]. Entendemos o portal como uma continuidade do jornal impresso. Na prática, estamos trabalhando com a visão de que o *Valor* tem hoje dois produtos: o serviço de informação em tempo real, com notícias, cotações e bases de dados de empresas, e um jornal. Esse jornal pode ser impresso ou na web e nos aplicativos. Nesse processo de ajuste do ano passado, não deixamos de lado o impresso, mas sim o digital do jornal. E a ideia, a partir deste ano, é voltarmos a discutir isso para que a gente retome e dê mais atenção para o jornal no meio digital.

**Com foco no serviço em tempo real, qual a importância que assumem os conteúdos interpretativos e opinativos na plataforma do *Valor PRO*?**

Do ponto de vista de produto, ter a informação factual, com agilidade e correção, apenas coloca o *Valor PRO* no jogo de produtos de informação em tempo real. Não seria suficiente para que avançássemos em relação aos nossos competidores no mercado. Do ponto de vista da redação, entendemos que contamos com pessoas muito bem formadas e especializadas em seus segmentos. Assim, a informação analítica é algo que agrega para o leitor e também faz com que a gente potencialize os recursos que temos dentro de casa. Significa, portanto, maximizar os recursos. E o mais difícil é justamente ter os recursos humanos para fazer esse trabalho de interpretar e analisar. Temos alguns exemplos positivos, que gostaria de

mencionar, como o Ivo Ribeiro, que conhece a fundo a área de siderurgia – as empresas e pessoas que participam desse mercado, o jogo do setor, inclusive mundial. Ele tem a capacidade de fazer análises que agregam valor para o leitor e faz isso de forma muito rápida. O Raymundo Costa é outro exemplo positivo, ele dá um banho na área de política.

**Os exemplos citados remetem à questão do perfil, já que são jornalistas mais experientes e com maior qualificação. São esses os profissionais mais aptos para a produção de análises, por contarem com repertório suficiente para um bom resultado final?**

O que acabou acontecendo, um pouco de forma natural, é que os jornalistas mais experientes na casa e mais velhos não estão indo, com pouquíssimas exceções, para a cobertura factual, de *hard news* mesmo. Por exemplo, na corrida eleitoral que está em curso, o profissional mais experiente não vai para um evento em que a Dilma estará num corpo a corpo com eleitores ou numa inauguração. Mas esse profissional acompanha o que jornalistas às vezes menos experientes estão lá fazendo, acompanha o discurso da Dilma, para elaborar, rapidamente, uma análise do que isso pode significar no cenário da corrida presidencial. É uma forma de aproveitar a capacidade analítica desses profissionais, como a gente acabou entendendo. Aconteceu de uma forma natural. Seria um desperdício, de certa forma, se esses recursos ficassem presos à cobertura factual.

**Mas não há, nesse contexto também, uma menos valia do factual? Como se essa cobertura dos fatos significasse um patamar jornalístico inferior diante da missão mais nobre de interpretar e opinar?**

Acho que depende da análise dos recursos que se tem em mãos. Se tivéssemos uma redação mais sênior do que temos hoje, certamente essas pessoas estariam fazendo o factual também. Como temos escassez de recursos seniores, um número limitado de profissionais, usar essas pessoas para fazer cobertura factual seria um desperdício. Não que não fôssemos ganhar se a gente contasse com mão de obra suficiente para colocá-los em coberturas factuais. Mas são perfis mais escassos e mais caros.

**Como você avalia os critérios de edição de conteúdos, factuais ou analíticos, na plataforma em tempo real? Como ocorre o processo de seleção e filtragem dos conteúdos publicados?**

Temos a figura do subeditor e dos coordenadores nas sucursais, que têm esse papel de fazer a filtragem. Um exemplo de situação que vivemos aqui, e que significou de certa forma um aprendizado, foi a morte do Eduardo Campos [ex-governador de Pernambuco]. Por duas razões: uma, talvez olhando como engenheiro de obra feita, pode ter sido exagero de zelo, e a outra, excesso de informação. No primeiro caso, tínhamos repórteres acompanhando o evento que estava acontecendo no Guarujá, em Santos. Esse repórter ligou para a redação, avisando que existia uma preocupação e que um dos deputados estava falando em *on* [declaração com identificação de fonte] que tinha acontecido um acidente, que eles estavam preocupados porque o avião do Campos não havia chegado. Ele já falava isso em *on*. Naquele momento, colocou-se um grupo de pessoas na redação para tentar confirmar aquela informação, tanto com o PSB [partido de Campos] como com a Aeronáutica. E aí vou fazer um contraponto. Nesse caso, um dos nossos concorrentes deu a informação em *on* desse deputado, por volta de onze e vinte da manhã, dizendo que existia uma preocupação. E nós só fomos dar a informação, já com a confirmação de que era o avião de Campos, pouco depois do meio-dia. Olhando para trás, chegamos à conclusão de que cometemos um excesso de zelo. Se nós tínhamos uma pessoa que era, naquele momento, o porta-voz do partido dizendo que estava preocupado, poderíamos ter dado. É diferente de você ter uma informação que ninguém quer assumir em *on*, aquele “zumzumzum” que você tem de checar.

**É possível dizer que a dinâmica acelerada do tempo real exige uma identificação muito clara do momento em que se deve ou não noticiar, do que é ou não notícia? Se pensarmos no ciclo tradicional do impresso, seria possível esperar até o final do dia, nesse caso, para contar toda a história? Mas, no tempo real, a demora é um pouco fatal, não?**



É fatal. No caso, seguimos um pouco o que temos no manual, que indica a publicação do rumor apenas quando ele chega a afetar o mercado. De fato, quando isso começou a acontecer, foi dada a matéria sobre o impacto no mercado e, logo em seguida, veio a confirmação do acidente. Mas se perdeu essa questão da agilidade e do valor da notícia, porque tínhamos pessoas *in loco* que perceberam a gravidade do momento, ligaram para a redação, conseguiram um *on* e a redação ficou com medo de dar essa informação. Acho que isso refletiu um pouco essa cultura do jornal, de ter a informação checada e “rechecada”. Nesse caso, os próprios jornalistas da área concordam que deixaram passar a informação, que tinha de ter dado mesmo no tempo real.

**Nessa tensão entre a rapidez e a segurança da informação, como resguardar a credibilidade de um produto em tempo real para garantir, ao mesmo tempo, o máximo de precisão com um ritmo veloz de operação?**

A cultura de checar a informação é muito forte no *Valor*. É claro que não queremos perdê-la. Mas a dificuldade que sinto, às vezes, é que uma informação importante e suficiente para o mercado deixa de ser dada no momento adequado, em função dessa cultura forte de checagem da informação nos padrões do jornalismo impresso. É a prática arraigada de esperar para ter um panorama completo, quando se poderia recorrer à fragmentação da informação. De qualquer maneira, é algo que está mudando. Uma boa parte da redação já consegue identificar isso, embora alguns segmentos ainda tenham um pouco mais de dificuldade nesse sentido.

**A dificuldade maior é essa questão do fragmentado versus a totalidade? No caso do tempo real, o maior problema seria cumprir aquelas etapas clássicas de dar a notícia em partes e depois reuni-las num texto contextualizado?**

Temos duas dificuldades na redação. Uma é achar que, para o tempo real, basta só um “flashezinho”, só uma notinha, e é o suficiente. De certa forma, isso significa subestimar a importância e o potencial do tempo real, achar que aquele pequeno fragmento já satisfaz a demanda do usuário, que você já cumpriu sua obrigação, mesmo sem ampliar a informação

inicial com notas subsequentes. A outra dificuldade é aguardar muito tempo até abordar todos os ângulos da notícia e só liberar o texto quando a matéria já está completa, com oito parágrafos, digamos.

**Nessa dinâmica de apuração e edição no serviço de tempo real, há a preocupação de fazer com que as pessoas possam introjetar os critérios de publicação das notícias para facilitar a operação editorial?**

Sim, temos enfatizado essas questões. Muitas vezes, isso não é feito a tempo de evitar ou acelerar a publicação de algo. Mas tem sido feito, aí de forma constante mesmo, uma leitura crítica, uma análise do que se tem publicado e um trabalho de orientação, com reuniões periódicas com os editores. Um efeito muito importante que tivemos neste ano e que tem ajudado muito é que a Secretaria de Redação, antes focada muito no impresso, está muito mais envolvida com o processo de produção para o tempo real. Isso ajuda muito porque, quando um jornalista vai discutir alguma matéria com foco apenas no jornal, a própria Secretaria de Redação pergunta se a informação já foi publicada no tempo real. E isso não só do ponto de vista da agilidade, mas também da checagem da informação. Se uma apuração está sendo discutida em reunião, mas os números não são ainda finais, o que se pede é para confirmar logo os números para que seja possível publicá-los o quanto antes no tempo real.

**Como você vê as perspectivas de evolução, depois de mais de dois anos de operação, a contar da fase de testes, iniciada em agosto de 2012, e passando pelo lançamento do serviço em tempo real em janeiro de 2013?**

Estou muito otimista. Passamos por um período um pouco tenebroso no ano passado, com muita insegurança por causa dos ajustes. A redação estava trabalhando com muito afinco e levou um balde de água fria, então, teve um certo desânimo. Mas acho que, neste ano, principalmente a partir dos últimos três meses, a gente está num momento bastante favorável. As pessoas estão bastante envolvidas, entendendo a importância disso, talvez até pelo alcance, pela repercussão que o tempo real tem gerado, o que estimula mais colaboração.

**Do ponto de vista de gestão da redação, você acredita que há uma mudança de mentalidade provocada pela atuação no segmento de informação em tempo real?**

Como disse, acho que há um envolvimento muito maior da redação. O processo que citei da Secretaria de Redação é um exemplo, inclusive cobrando e alertando, ajudando a construir notícias para o tempo real. Antes, não se sabia se haveria algum tipo de cobertura em tempo real quando um jornalista ia viajar. Hoje, isso já entrou na rotina, de forma orgânica. O fato de estarmos em um ano eleitoral, com muitas viagens na área de cobertura política, facilitou muito, porque todo mundo tinha de estar alinhado, vendo quem iria fazer aquela cobertura, se haveria gente suficiente para cobrir para o tempo real e o para o jornal. E ainda com a preocupação de ter alguém para fazer uma análise a partir daquela cobertura. Mas acho que ainda é um processo incompleto.

**Como você define os desafios para o futuro, nessa trajetória de convergência das plataformas impressa e digital? Imagina um processo de consolidação do modelo de integração colocado em prática no *Valor*?**

Acho que a gente vai passar por um processo de consolidação, mas também que vamos entrar numa discussão de revisão do modelo do que eu chamo de jornal para o digital. Nós tínhamos integrado também a edição do jornal digital e demos um passo para trás com o ajuste feito no ano passado. Hoje, e isso é uma avaliação pessoal, não persistiria no modelo adotado no passado. Essa edição do jornal digital tem que ser um pouco mais centralizada mesmo, não pode ser tão descentralizada como vínhamos fazendo. Outro desafio, e aí falando de todos os produtos, é que não tivemos uma integração na área de arte e fotografia, embora a parte dos jornalistas, o chamado *newsroom*, seja integrada. Nós estamos conseguindo agora finalizar a parte de ferramental tecnológico para colocar, por exemplo, gráfico no serviço de tempo de real. É algo que vai envolver o desafio de contar com uma área de jornalismo de dados e fazer com que toda a parte de diagramadores e de designers trabalhe mais junto e de forma integrada.

**Está havendo, portanto, um aprofundamento do processo de integração? É isso que você vê para o futuro?**

Eu vejo isso. Tenho participado de discussões interessantes sobre esse tema. No *Congresso Brasileiro de Jornais*, que aconteceu em meados de agosto, o *Zero Hora* mostrou ali o exemplo deles, que integraram a redação e agora decidiram criar uma área digital apartada. Foram mantidos pedaços da integração, mas com a criação de uma área digital mais focada, com pessoas mais jovens. O resultado tem sido muito bom, eles dizem que os jornalistas mais seniores, tanto do ponto de vista da carreira como de idade, ficaram felizes porque não tem mais aquele pessoal cutucando o tempo todo que eles têm de fazer algo para o digital. E o pessoal mais novo, que às vezes sentia que a cultura do impresso absorvia, “fagocitava” o digital, agora se sente mais livre.

**É um outro passo, uma outra visão.**

Isso, uma outra visão. Na ANJ [*Associação Nacional dos Jornais*], foi discutido o modelo de um jornal que fica em Utah, chamado *Deseret News*, que é um grupo fundado pelos mórmons. Eles contrataram um *CEO* de *Harvard* e deram um passo adiante. O grupo tem TV, jornal impresso e digital. No primeiro andar do prédio da empresa, há uma redação que eles chamam de *breaking news*, com todo mundo integrado. No quinto andar, uma redação chamada de *enterprise news*, que reúne basicamente as pessoas do jornal impresso e que fazem matérias mais investigativas. Por fim, eles têm num outro prédio, mas que é interligado por uma passarela, a equipe focada no digital. Eles conseguiram manter a integração a partir da ferramenta tecnológica, todo mundo vê tudo o que está sendo produzido e pode utilizar. Exceto se existir um embargo colocado na matéria pelo jornalista. Mas é uma regra: o que está no sistema, todo mundo pode pegar. Então eles fizeram com que as redações ficassem separadas, mais focadas, enquanto o ferramental tecnológico dá a integração. É um modelo que talvez possamos chamar de terceira onda...

**É um novo momento, uma nova maneira de fazer.**

Mas o que eles dizem é interessante também porque tem um ponto em comum com o que foi apresentado pelo *Zero Hora*, que é o fato de sentirem a força da cultura do impresso se sobrepondo à cultura do digital. Eles têm uma espécie de câmara de arbitragem com três a cinco executivos seniores e, quando ocorre algum desgaste, alguma divergência entre as áreas, essa equipe entra em ação. Mas essa equipe tem uma diretriz: o digital sempre em primeiro lugar. É por isso que olho hoje para os desafios que temos e acho que, da parte do reportariado, é interessante o modelo de ter todo mundo integrado para produzir para o tempo real e o jornal. Mas a parte de edição do meio digital teria de ser centralizada, porque isso daria um outro dinamismo. E não se confundiria em termos de linguagem, de algumas diretrizes muito específicas que o tempo real tem e que poderiam gerar algum tipo de confusão com o jornal digital.

**De qualquer maneira, você diria que a implantação do serviço do *Valor PRO*, depois de mais de uma década do lançamento do jornal impresso, trouxe uma nova cultura à redação?**

Acho que veio chacoalhar e era preciso isso. Por conta da história que o *Valor* teve, o digital ficou apartado durante muito tempo. Por ser um produto de tempo real, foi um “chacoalhão” imenso. É como se a gente tivesse que fazer algo num curso intensivo. Enquanto os outros foram dando alguns passos, errando e aprendendo, mas com o digital já inserido, o *Valor* estava atrasado e viveu tudo de uma vez só. O impacto foi maior, mas acho que era necessário. Um dado importante é que tivemos uma rotatividade muito grande neste ano. A rotatividade no primeiro semestre foi maior do que a do ano passado todo, incluindo o corte na redação. Algumas pessoas saíram nem tanto por salário – um caso específico era para ter aumento de duzentos reais, mas ele foi seduzido pela proposta de que ia escrever apenas para um jornal impresso. Portanto, embora tenhamos avançado, as pessoas estejam mais animadas e essa questão do tempo real esteja um pouco mais introjetada nos profissionais, esse discurso de escrever para o jornal ainda seduz. Talvez uma certa nostalgia. É um canto da sereia que

depois não se concretiza, porque a mudança é estrutural mesmo. Não tem lugar em que você vai escrever só para o jornal que seja sustentável.

## APÊNDICE E – Entrevista: Silvana Rocha

Silvana Rocha

Editora assistente do *Broadcast*

Data: 07 de setembro de 2014

**Como você cumpre o duplo papel de apurar e editar o serviço em tempo real do *Broadcast*? Como é o seu cotidiano profissional?**

É uma rotina de bastante disciplina porque faço a cobertura do mercado de câmbio no Brasil e, paralelamente, a captação e a edição de notícias. Com a competição crescente no mercado de mídia em tempo real no País, o serviço *Broadcast* passou a funcionar durante 24 horas. Também fortaleceu suas coberturas, com mais análises e colunas diárias de jornalistas e especialistas de mercado, mas sobretudo em relação aos mercados financeiros no Brasil e exterior, o que torna essa rotina ainda mais dinâmica. Além das pré-aberturas dos mercados e dos *Cenários 1 e 2*, foram agregados à cobertura diária o *Pulso do Mercado*, que apresenta rapidamente os motivos das oscilações do dólar, da Bolsa e das taxas de juros futuras, logo após o registro de uma máxima ou mínima desses ativos, e o *Hora do Mercado*, que destaca os principais movimentos desses ativos nos últimos sessenta minutos.

**Qual o foco de cobertura?**

O *Broadcast* faz a cobertura em tempo real sobre macroeconomia, política e mercados financeiros no Brasil e exterior. Entre os ativos financeiros domésticos – Bolsa, juros futuros e taxa de câmbio –, acompanho o mercado de câmbio.

**A apuração acontece basicamente pelo telefone, para que seja possível conciliar com as tarefas de edição?**

Sim. Mas, há cerca de quatro anos, também pode ser feita através de chat, dependendo da fonte. Os contatos com as fontes de informação para apuração das causas das oscilações dos ativos, como o câmbio, são rápidos e, paralelamente, fico atenta à tela do *Broadcast*. Desse modo, durante a conversa com a fonte, será possível repercutir alguma notícia nacional ou internacional que possa estar mexendo também com as expectativas dos agentes financeiros e afetando suas decisões de negócios. O nosso mercado financeiro é muito sensível à volatilidade dos mercados internacionais. Por isso, no caso do câmbio, as oscilações do dólar, do euro, do iene e de moedas de países emergentes e exportadores de *commodities*, decorrentes de movimentos de busca de proteção no exterior, normalmente afetam diretamente a precificação do dólar frente ao real.

**Nos serviços em tempo real, a relação com as fontes é ainda mais próxima?**

É muito importante. Em primeiro lugar, porque cobrimos o mercado diariamente e os ativos financeiros são muito voláteis. Nossas fontes são economistas, analistas e operadores de mesas de operação e de tesourarias de bancos, corretoras, além de consultorias, e não costumam ter muito tempo para dar entrevista. Por isso, o nosso contato costuma ser rápido e objetivo, na hora em que os fatos estão ocorrendo. As perguntas são diretas e bem contextualizadas. A credibilidade do serviço *Broadcast* no mercado facilita a relação com as fontes, além da experiência profissional individual. Tenho fontes de informação de muito tempo e outras mais recentes, normalmente em instituições financeiras de primeira linha. Grande parte desses especialistas eu não conheço pessoalmente, apesar dos muitos anos de contato diário por telefone e chat, mas há uma relação de confiança mútua e de responsabilidade com a informação que será repassada ao mercado para a tomada de decisões.

**Qual a importância da agência *Dow Jones* para a produção dos conteúdos sobre os mercados financeiros?**



A *Dow Jones Newswires* é uma agência de informações norte-americana parceira do *Broadcast*, que fornece as informações sobre macroeconomia, questões geopolíticas e mercados internacionais em tempo real. As traduções dessas notícias são feitas rapidamente por editores da equipe de internacional do *Broadcast*, que também monitora os ativos financeiros e produz notas sobre as suas oscilações, além das tendências dos mercados, análises e relatórios de instituições e especialistas internacionais. Desse modo, os leitores acompanham os principais fatos no exterior, que impactam os mercados locais e internacionais.

**Além da cobertura mais factual, você também participa da elaboração dos cenários e das análises. Como você avalia a produção desses conteúdos mais interpretativos?**

Diariamente, temos uma pré-abertura dos mercados, que é um cenário sobre a tendência para os primeiros negócios e o dia, publicado por volta das 8h45, com foco no que pode acontecer naquela data com o câmbio e os outros mercados, de acordo com os indicadores econômicos divulgados e projeções de economistas e analistas financeiros. Esses cenários abordam também outros fatores que podem influenciar, como recentemente ocorreu com as pesquisas eleitorais para a disputa presidencial, que tiveram grande impacto sobre a formação de preço dos ativos financeiros. Na sequência, são feitos *Pulso do Mercado* e o *Hora do Mercado* e, no início da tarde, é publicado o *Cenário-1*, que é praticamente o fechamento da parte da manhã nos mercados. Trata-se de um resumo contextualizado do que aconteceu na manhã, com repercussão e interpretação. No fim da tarde, temos outro cenário amplo sobre o fechamento dos mercados no dia, publicado entre 18h15 e 18h30.

**E como é essa dinâmica? Ao fazer a cobertura factual você já está absorvendo elementos para preparar também uma análise sobre a área em que está focada?**

A gente vai conversando com as fontes ao longo da manhã para saber como está o fluxo cambial e o que está tendo impacto no mercado e ainda repercutir os indicadores divulgados. Nesse contato com as fontes, ouvimos suas análises, mas podemos acrescentar informações e interpretações sobre o que está se passando. Depois desse acompanhamento próximo das oscilações de preços, temos a oportunidade de fazer uma análise mais detalhada nos cenários. Aí é possível explicar que o fluxo cambial está positivo em função de algum fato ligado à Petrobras, por exemplo, ou que ocorreu uma saída financeira porque o investidor estrangeiro está reagindo a algum movimento internacional ou mesmo ao quadro político local, como tem acontecido recentemente. Nos *Cenários 1 e 2*, portanto, podemos dar um panorama mais completo. É possível contextualizar, enriquecer a cobertura, abordar mais detalhes. Informamos também o volume financeiro registrado no dia, se foi fraco ou forte. Isso é importante porque, normalmente, o giro mais fraco costuma favorecer a volatilidade dos ativos.

**Na mesa de edição onde você está, consegue perceber a importância que os clientes conferem a esses conteúdos interpretativos? Eles são valorizados?**

A repercussão é bem imediata. É bem direta também porque eles são as fontes de informação, embora também se baseiem muito nas informações que estão disponíveis no *Broadcast*. Às vezes, alguns leitores ligam para checar se saíram dados sobre captação soberana, buscando mais detalhes. Eles reagem muito ao noticiário, temos muitas notícias internacionais em primeira mão. Por volta de 2011, começamos a ter mais colunas e análises, a fim de fazer frente à maior concorrência entre as mídias online e atender ao maior interesse dos leitores por informações econômicas. Há muitas coisas paralelas à cobertura do mercado, que vão agregando mais valor ao produto.

**No contexto das rotinas de produção, como se dá a prática de preparar com antecedência os títulos das coberturas principais para se ganhar tempo?**

Os indicadores principais já têm certa dose de previsibilidade. Na hora do “pisca” [manchete sem um texto correspondente], é necessário realmente ter muita atenção para não confundir os dados, não trocar na atualização de mês a mês, na margem, ou então de ano a ano. É preciso ficar muito atento porque, cada vez mais, temos indicadores sendo divulgados ao mesmo tempo, no mesmo horário. Às vezes, saem dados do IBGE, da Fundação Getúlio Vargas, tudo ao mesmo tempo. Então, lança-se mão de algumas técnicas para tentar agilizar a divulgação da notícia. Aí cabe o cuidado da edição ao publicar as informações e do repórter ao passá-las. Essa prática de preparar o material com antecedência acontece principalmente na divulgação dos indicadores. Costuma-se deixar em branco o número que será divulgado, referente a determinado mês em comparação com o anterior, se sobe ou desce. Também aproveitamos as projeções feitas pelos economistas do mercado e, além de dar o “pisca” do próprio indicador, informamos se estão dentro dessas projeções, abaixo ou acima da mediana. As projeções são um produto da casa [AE Projeções] bastante respeitado, com as estimativas sobre os indicadores mais relevantes.

### **Qual o papel do repórter nesse contexto?**

Em geral, é um repórter especializado que participa dessas coberturas. Ele acompanha a divulgação das informações no IBGE, por exemplo, e já conhece os indicadores relevantes, como o IPCA, que é o índice oficial de inflação, ou o PIB [Produto Interno Bruto]. São todos indicadores importantíssimos, assim como os que são divulgados em Brasília. O repórter especializado tem um olho para buscar outras informações, acrescentar dados novos, detectar coisas que vieram fora da ordem. O repórter sempre adiciona.

### **Quais são os recursos de edição que você utiliza para destacar os conteúdos mais importantes? É basicamente a mudança de cor?**

Usamos o recurso do destaque, que vem numa cor diferente dos títulos normais. A plataforma permite, inclusive, que se escolha o padrão de cores de preferência. Geralmente, o destaque é uma matéria especial, exclusiva ou o “pisca”, que é a antecipação da informação mais

completa que virá em seguida. Hoje, usamos também as mídias sociais, como Facebook e Twitter, para dar manchetes do serviço, estamos sempre abastecendo as redes.

**Em comparação com o produto impresso, ou a televisão, você diria que os recursos de edição da plataforma em tempo real são mais limitados?**

Sim, mas os terminais estão repletos de informação, o valor ali é a informação antes de qualquer coisa. Recentemente, o *Broadcast* passou a disponibilizar fotos, mas os repórteres já usam há bastante tempo recursos como tabelas e gráficos em suas reportagens especiais. No entanto, a estrela do produto é a informação pura. É dar a notícia antes de todos, esse é o grande valor.

**O fato de escrever para operadores, analistas de mercado, tomadores de decisão, tanto na área pública como privada, aumenta a tensão a que normalmente o jornalista está submetido?**

A tensão, não, mas a responsabilidade, sim. Porque não se pode cometer um deslize, um erro, os leitores cobram muito. As próprias fontes chamam atenção quando discordam de alguma coisa. Se for um erro, você vai corrigir rapidamente. Se for uma informação incompleta, você vai explicar melhor, quando for o caso. É tudo muito rápido, por isso também é que aumenta muito a responsabilidade. Você não pode inventar nada que não esteja comprovado. Os leitores são muito exigentes. Mesmo as fontes que falam em *off* [sem serem identificadas] ligam se você não retratar corretamente o que foi dito por elas nas notas publicadas. A preocupação com a correção e a precisão é constante, tanto dos leitores como de nós, jornalistas.

**E como fazer para minimizar os erros de apuração e edição nesse ritmo tão veloz de produção jornalística?**

É ter experiência. Cobrir o mercado há bastante tempo ajuda a evitar erros. É preciso ter muita disciplina para conjugar uma série de tarefas de captação e edição. Não se faz uma coisa só, o que desvia bastante a atenção. Por isso, é preciso disciplina para manter o raciocínio. Na hora em que estou desenvolvendo o cenário, muitas vezes tenho de parar para fazer o resultado do leilão de *swap* cambial [operação realizada pelo Banco Central para ofertar liquidez em dólar no mercado futuro da *BM&FBovespa*]. Ou tenho que fazer um “pisca”, porque o repórter está pendurado na linha telefônica para passar a informação. Realmente é preciso muito foco. Existem momentos mais tensos e outros mais tranquilos.

**Como você, que já trabalhou em outras plataformas, como jornal impresso e televisão, compara os diferentes ritmos de trabalho?**

A TV também é muito instantânea, antecipa muita as manchetes dos jornais do dia seguinte. Quando trabalhei em telejornal, na segunda metade da década de 1980 até 1990, a gente tentava acompanhar os acontecimentos em tempo real. Acho que a televisão tem muita semelhança com o trabalho que faço hoje. O jornal é mais profundo, você analisa, tem mais tempo para pensar. Dessas plataformas todas, gosto mais dessa coisa imediata. É mais produtivo, mais concentrado, eu me identifico mais.

**Como se dá o processo de seleção ou de filtragem das notícias que aparecem no índice do serviço para os clientes?**

A seleção acontece por área. É feito um primeiro filtro na reunião de pauta, de manhã, que engloba todos, com a participação dos editores dos produtos *Broadcast* (nacional e internacional), Empresas e Setores, Política, Captação, AE Projeções... Paralelamente a essas pautas, o noticiário internacional está correndo e também se faz uma breve seleção dessa área, de acordo com o foco geopolítico: China, Zona do Euro, Estados Unidos, Buenos Aires, o restante da América Latina também – para citar alguns pontos de atenção bastante frequentes.

No Brasil, do ponto de vista de Empresas e Setores, seleciona-se as que estão no foco do dia, às vezes pela divulgação do balanço financeiro trimestral. Mais tarde, por volta de 14h30, temos outra reunião para direcionar o fechamento, ver o que já foi feito, o que está pendente e o que vem pela frente.

**No processo de seleção das notícias, há o cuidado de excluir os temas que não têm interesse para os clientes?**

Não se pode publicar qualquer coisa. É preciso reproduzir o que está acontecendo e selecionar o que é importante. Os textos têm que ser muito objetivos, não podem ser enormes. E o que não é importante a gente nem cita.

**O próprio repórter, quando está na rua, está orientado sobre o que está acontecendo de mais importante? Ele já faz um filtro também?**

Sim. Os repórteres são bastante especializados. É um nível mais alto de conhecimento, muitos têm pós-graduação, *MBA*, são especialistas nas áreas que cobrem. São repórteres bem capacitados e que conhecem muito as áreas específicas de governo, economia, indústria, serviços. De 2010 para cá, fortaleceu-se muito o curso de economia do *Estadão*, o que ajudou no processo de renovação da redação. As pessoas que vêm desse curso já trazem conteúdo e foco naquilo que interessa à empresa. Então, a renovação acontece em paralelo com a experiência. É um processo bem dinâmico. Houve também a descentralização do processo de edição, que, no início, provocou um aumento nos erros até que todos se adaptassem. O volume de informação aumentou muito, assim como ocorreu um avanço na tecnologia com mudanças nas plataformas.

**É preciso ter uma máquina muito azeitada para que tudo isso seja feito com rapidez e precisão, não?**

Todo mundo tem que ser superespecializado, porque é necessário ter agilidade e cumprir um número muito grande de tarefas paralelas. Não se pode perder tempo. E quanto mais experiência, mais cuidado existe. Você vê mais rápido onde pode estar um erro. Mas não se pode achar que não vai errar. É inevitável que isso aconteça em algum momento. Um aspecto que chama atenção nesse processo de renovação das redações é o conhecimento da língua. Há necessidade de os novos jornalistas aprimorarem esse quesito para diminuição de erros.

## APÊNDICE F – Entrevista: Vera Brandimarte

Vera Brandimarte

Diretora de Redação do *Valor Econômico*

Data: 28 de agosto de 2014

### **Por que ofertar conteúdos analíticos em uma plataforma de informação em tempo real?**

Porque é esse tipo de informação que o mercado mais consome para montar uma posição, uma carteira de ativos, para que os tomadores de decisão, tanto no setor público como privado, possam agir com mais segurança e menor margem de risco. O factual é praticamente o mesmo em todos os serviços de notícias, todo mundo no mercado recebe a mesma informação ao mesmo tempo. Mas só informação factual é pouco, o operador do mercado vai precisar de mais elementos que embasem uma rápida tomada de decisão. Ele quer análise do fato, precisa conhecer os bastidores, acessar outro tipo de *background*, saber o que estão pensando aqueles que se dedicam à análise. Enfim, o usuário do serviço vai precisar de subsídios complementares, de conteúdo diferenciado que vai lhe dar instrumentos para tomar sua decisão.

### **É possível afirmar, então, que não basta a informação factual, rápida, fragmentada, em tempo real, mesmo nessa plataforma que é caracteristicamente assim?**

Exatamente. É claro que quanto mais rápido o usuário souber do índice de inflação ou uma decisão do Copom melhor – para citar alguns exemplos relevantes. Essas informações vão sedimentar sua aposta sobre o que se passará no mercado. Mas, antes mesmo de receber essas notícias, o usuário já terá sido municiado pelo nosso serviço com uma série de análises e cenários sobre o que pode decorrer de cada alternativa em jogo. Assim, quando chega a notícia sobre qual foi o índice divulgado ou como o Copom decidiu, ele imediatamente reage



com base em tudo aquilo que leu antes. Em outras palavras, ao ter acesso a todo um arsenal de cenários, de opiniões e de avaliação com mais profundidade, é possível aos nossos assinantes reagirem imediatamente a um determinado dado. Portanto, não basta que o serviço de informação para o mercado ofereça aos usuários apenas a cobertura factual.

**Você fala na posição de produtor do conteúdo, de emissor do processo. A partir dessa posição, como consegue identificar as demandas por parte do receptor, no caso, os clientes da plataforma em tempo real? Como vocês detectam o interesse por esses conteúdos interpretativos?**

Quando fomos montar esse serviço, a proposta que encaminhamos aos acionistas foi baseada em todo um trabalho de pesquisa de mercado. Nós nos sentamos com bancos, em suas diferentes áreas, com *assets* [gestoras de recursos], tesourarias e outros interlocutores relevantes para saber como consumiam informação, que tipo de informação precisavam e o que seria o diferencial nesse universo. Essas conversas foram exaustivas ao longo de vários meses antes de desenharmos o produto que pretendíamos fazer. Os resultados desse levantamento foram apresentados aos acionistas como sendo um retrato das necessidades do mercado. E nós continuamos a buscar respostas, à medida que a plataforma foi sendo construída. “O que você está achando do produto? O que você quer mais? O que falta nesse produto?”. “Queremos o diferencial”, eles respondiam. E o que é diferencial? É furo, obviamente, todo mundo quer furo. Mas é também a informação mais analisada, de bastidor, uma discussão que precedeu e determinou uma medida e suas possíveis consequências.

**Você diria que o conteúdo mais analítico e interpretativo é um complemento fundamental, quase obrigatório, desse universo de informação factual e fragmentada?**

Claro, é realmente fundamental. Precisamos analisar como ocorre o ciclo da notícia hoje, que é diferente de dez anos atrás. A informação em tempo real tende a surgir em vários canais, não mais necessariamente na agência jornalística. Por exemplo, um dado do Banco Central pode estar disponível imediatamente no site do próprio Banco Central; ou o índice de

inflação, que todos tomam conhecimento ao mesmo tempo, pelo site do IBGE. Antes da web, serviços de tempo real eram a única fonte para boa parte da informação que forma os preços dos ativos. Hoje, fornecer apenas preço em tempo real ou a informação coletiva em tempo real é *commodity*, não é elemento determinante para a compra desse ou daquele serviço. Governo, institutos de pesquisa e empresas caminham para apresentar em seu próprio site toda e qualquer informação relevante, apresentações ao mercado, etc. e são incentivados a isso pelas entidades reguladoras do mercado, como a CVM [Comissão de Valores Mobiliários]. Em razão dessas transformações da era digital, mudou muito o tipo de informação a que se atribuía valor há dez anos em relação ao que se atribui valor hoje. Se você ficar só no factual, ninguém vai querer pagar por aquilo que já tem de graça. É preciso dar ao usuário o que não lhe está disponível.

**Diante de tudo isso, quais são as estratégias de gestão de redação que você adota para favorecer a produção de conteúdos interpretativos e opinativos?**

Em primeiro lugar, acho que tudo depende da qualidade do profissional que está produzindo e publicando a informação. Qualquer boa matéria nasce da capacidade do profissional de apurar e interpretar corretamente os acontecimentos. Gente é o pilar do serviço, portanto, há que se manter um time de bons profissionais, muito experientes, de conhecimentos sólidos, mesmo quando o setor de mídia não atravessa um período brilhante em termos de resultado. A credibilidade é igualmente importante, e estar sob o guarda-chuva de uma marca como o *Valor*, de um jornal econômico de muita credibilidade, ajuda a ter acesso às melhores fontes de informação. A terceira questão é colocar à disposição do nosso profissional aparato tecnológico e fácil acesso aos dados. É preciso contar com todo tipo de ferramenta disponível. Claro que o jornalista se apoia na boa fonte a que tem acesso e que está justamente dedicada à análise, mas ele também tem de ter instrumentos à mão que lhe permitam trabalhar a informação. Nós temos aqui o *Valor Data*, que, de certa forma, é como nos defendemos, tendo bases próprias de informação também.

**Existe a preocupação de estimular análises e interpretações da própria redação e não apenas reproduzir os textos analíticos encaminhados pelas fontes das instituições**

**financeiras? Ou esse material também representa uma contribuição válida ao usuário do serviço?**

Relatórios produzidos por bancos são lidos por todo o mercado, portanto, são válidos para publicação. Mas o serviço de tempo real deve buscar também interpretar o fato à luz do conhecimento do repórter, dos bastidores de um processo de tomada de decisão, do conhecimento dos personagens envolvidos e do acesso a fontes – autoridades, executivos e economistas.

**Nesse contexto profissional descrito por você, é possível dizer se o serviço em tempo real representa um degrau inicial na profissão ou é tarefa para pessoas mais tarimbadas?**

Não dá para se ter um amador nem mesmo para captar a informação da coletiva, porque não dá tempo de ter alguém para fazer o filtro de maneira detalhada. Há um filtro na figura do editor, a quem cabe publicar a informação no terminal, mas esta tem que ser uma ação muito rápida. Por isso, o editor tem que estar confortável em relação à qualidade do material que está recebendo dos repórteres, porque se tiver que apurar novamente, perdeu-se o *timing* da publicação da informação no terminal. Quando ela chegar na ponta do usuário, não terá mais utilidade. Então, quem está captando a informação tem de ser uma pessoa com *expertise* suficiente, com conhecimento da matéria, dos números, para filtrar imediatamente o que está sendo falado e decidir se é relevante ou não para ser publicado em tempo real, para escrever o número correto, não confundir o que ouviu. Ou seja, tem de ser jornalista experiente.

**Quais são os investimentos que a redação que você dirige faz na qualificação do pessoal da área editorial? São fornecidos cursos de aprimoramento para quem já trabalha na redação e outros especiais para os chamados novos entrantes da profissão?**

Nós já tínhamos uma equipe experiente quando montamos esse serviço, porque ele nasceu dentro do jornal. A nossa equipe, aliás, já era a mais experiente do mercado, a mais sênior,

porque o *Valor* não tinha acompanhado aquela onda do mercado de trocar um jornalista experiente e mais caro por outro mais inexperiente e barato. Nunca preferimos o amadorismo, até por isso a redação do jornal era mais madura em relação ao que se tinha na praça. Portanto, a gente já contava com essa maturidade para dar diferencial no serviço de tempo real. Até então, em dez anos do jornal, a entrada de repórter inexperiente era muito controlada, porque a equipe quase não mudava e tinha tempo de formar os que estavam entrando. O editor pegava na mão do *trainee*, lia a matéria, corrigia, ensinava. Quando fomos montar o tempo real, que precisou de muita gente, reforçando o time original e ingressando de uma só vez, organizamos um curso de jornalismo que foi ministrado pelos editores do jornal. Cada editor ensinou o que era da sua área, aquilo que mais conhecia. E depois esses jovens foram distribuídos pelas editorias e continuaram a ser acompanhados pelos editores em sua formação. Foi essa bagagem que os editores passaram para os jovens jornalistas que estavam entrando que os preparou para o serviço. Depois, eles tiveram vários cursos suplementares, na área de contabilidade, leitura de balanço, por exemplo. Nós temos um acordo com o Ibracon [Instituto dos Auditores Independentes do Brasil], que vem ministrar os cursos aqui, entre várias outras iniciativas de cursos de finanças e mercado de capitais.

### **Há preocupação de criar um ambiente de conhecimento, de aprimoramento?**

De aprimoramento e de constante atualização. Quando são lançados novos títulos no mercado, por exemplo, quem cobre finanças tem que entender as especificações desse papel. É preciso conhecer o assunto sobre o qual se está escrevendo. Quando se muda a contabilidade, como se deu com a adoção das Normas Internacionais de Contabilidade [IFRS], todos que cobrem balanços têm que se reciclar.

### **A qualidade é ainda mais decisiva no profissional que produz conteúdos interpretativos e opinativos? Qual o perfil desse profissional? Ele é mais sênior, é jornalista ou não?**

Quando vamos fazer a seleção de novos contratados, damos um peso ao profissional que tenha feito outro curso, além do jornalismo. É muito importante que o indicado para cobrir

Legislação tenha feito Direito. Ou, se vai para Finanças, é muito bom que tenha feito Economia, que tenha estudado matérias de sua área de cobertura. Mas ele tem de ser jornalista. E não é por conta do diploma. É porque precisa ter sagacidade para entender o que é notícia e o que não é. Ele tem de saber processar a informação de forma direta, no lide. O ministro faz uma exposição de duas horas e é preciso conseguir dar no lide o que é mais importante. Você pode ter um profissional que entende muito de contabilidade, mas para descobrir que aquela empresa está fazendo uma operação que vai mudar completamente o valor dos seus papéis tem de ser jornalista. Precisa saber apurar uma informação, criar fontes, descobrir histórias. Não adianta você ser advogado, economista, saber tudo de matemática financeira, se não tem instinto investigativo.

### **É uma valorização do jornalista também, não?**

Exatamente. Claro que você pode ter essa característica em profissionais de qualquer área, mas o jornalista é treinado para exercer a função investigativa, e com todos os valores que respeitamos, com todos os critérios, com todos os cuidados. Quanto mais ele exerce esse papel investigativo, mais é capaz de trazer o diferencial, a informação que não estava disponível para todo mundo.

**Mas, no serviço de informação em tempo real para o mercado e tomadores de decisão, é importante ter também o profissional especializado, que não é jornalista? Vocês empregam esse tipo de profissional na redação?**

Temos, no *Valor Data*, cerca de quarenta profissionais, a maior parte economistas e contadores. E temos também economista na redação. Mas a preponderância ainda é do jornalismo. O que vai fazer alguém comprar ou não esse serviço será o produto jornalístico que se está oferecendo, além, claro, da qualidade dos números.

**Como ocorre o processo de seleção e filtragem da notícia em tempo real? Essas ações de *gatekeeping* envolvem uma hierarquia?**

A decisão e a edição no tempo real não são um processo tão amadurecido quanto é, por exemplo, no jornal impresso, em que a própria diagramação já confere peso específico às matérias, é uma opinião. As matérias do jornal são publicadas antes no nosso serviço de tempo real. Mas ali se perde essa característica do peso atribuído pela edição ao dispor os artigos na página.

**Na plataforma em tempo real, os recursos de edição podem ser considerados mais limitados?**

Pode-se mudar a cor para conferir destaque, “pisca” [publicar apenas o título como recurso de agilidade na edição] ou colocar um chapéu “Especial.” Mas é muito limitado. Porque a informação preciosa vai ficar fora do ângulo de visão do usuário muito rapidamente, pelo grande número de matérias publicadas. Em média, são três matérias ou títulos por minuto, o que significa que um título permanece na tela por pouco mais de cinco minutos. Assim, a decisão de edição no tempo real tem um peso específico muito menor do que no jornal impresso.

**Mas existe uma seleção? Existe uma mediação jornalística nesses serviços?**

Sim, existe. Na própria publicação das informações de uma coletiva, como mencionei antes, já se faz uma seleção do que é relevante ou não de tudo aquilo que está sendo falado. É um processo de edição: você vai ouvindo e editando o que vai ser publicado. Imediatamente depois que foram publicados os títulos em tempo real, será composta uma matéria para cobrir o pisca, como a gente fala. Ao fazer isso, está se editando aquele conteúdo, selecionando mais uma vez o que é relevante, concatenando uma informação com outra. No momento seguinte,

elabora-se uma análise sobre aquele assunto, e entra-se ainda mais no processo de edição, tomando decisões sobre as informações que devem ser mais trabalhadas.

**Significa que o processo de *gatekeeping* ocorre em várias etapas, desde a informação factual até o analítico?**

Sim. Além disso, tem a própria pauta, que é um trabalho de seleção. A pauta significa uma pré-edição, indica que nós vamos trabalhar nesse e naquele tema, e não estou falando somente de coletivas. Posso colocar dois, três repórteres para apurar o que está acontecendo na telefonia, por exemplo. À medida que se consegue uma informação bem apurada, publica-se. Portanto, não é algo que simplesmente se despeja ali, não é um processo aleatório. Não se publica o que não tem relevância para formar preço no mercado, senão o tempo do usuário estaria sendo inutilmente ocupado. O serviço tem que ser seletivo.

**Nesse processo dinâmico de produção jornalística, como atuar para assegurar a credibilidade dos conteúdos veiculados em tempo real? Quais são as orientações à redação para evitar o acúmulo de erros em informações transmitidas em ritmo tão acelerado?**

A primeira questão é reconhecer o erro. Há serviços que escondem o erro para não exibir uma grande quantidade de correções, com receio de que o produto pareça não ter seriedade e qualidade. No nosso caso, a orientação é mesmo reconhecer o erro imediatamente. É melhor do que fazer de conta que nada aconteceu. A impressão inicial pode ser ruim, mas a médio prazo é melhor. O leitor criterioso vai perceber o erro e, se nenhuma correção vier na sequência, perderemos credibilidade.

**Mas qual o caminho para minimizar esses erros, tornar a informação o mais precisa possível?**

A única forma de se fazer isso é ter gente qualificada. Sempre bato nessa tecla de gente qualificada na apuração e gente qualificada na edição. É preciso ter pessoas com capacidade de desconfiar, com conhecimento e repertório. E que tenham especialização no assunto que cobrem, o que acho muito importante. Se vai cobrir um fato qualquer na área de papel e celulose, tem de saber tudo do setor – quem é quem, tamanho de cada empresa, quanto essa empresa fatura. Enfim, estar totalmente informado antes de ir à rua buscar a informação porque é daí que virá a sua capacidade de tratar corretamente a informação ao escrever e de desconfiar e investigar o que está sendo dito.

**O funcionamento da redação se dá de forma integrada, do ponto de vista da produção de conteúdos para diferentes plataformas?**

Sim, totalmente integrada. O editor é o mesmo, é único em cada editoria, para qualquer um dos serviços que nós temos, assim como é única a equipe de reportagem. A diferenciação do conteúdo nas plataformas é dada pelo subeditor responsável pela edição de cada um dos produtos. Há subeditores só para o jornal, só para o site e só para o tempo real.

**Quais são os conflitos mais frequentes nessas rotinas produtivas que incorporam características de sinergia e convergência na redação?**

Temos dois tempos quando falamos de uma redação integrada. O profissional que escreve para o jornal entrevista, reflete, complementa, escreve e reescreve até chegar à forma final, que vai ser lida no dia seguinte. Ele está cem por cento dedicado a construir aquela matéria, usa todo seu tempo até o *deadline* da edição do dia. Outra coisa é, quando falamos no tempo real, em que o profissional vai apurando e publicando, de forma mais fragmentada. Em uma coletiva, ele publica quase automaticamente a informação, não dá muito tempo de parar para pensar. O aprofundamento, a reflexão vem na sequência, quando o profissional retoma a notícia em um texto mais longo. Quando você está no tempo real, primeiro você pisca, publica a informação. Em geral, ali o máximo que se consegue é diferenciar o que é novo, importante e é notícia. O aprofundamento, a busca da complementaridade, o outro lado, a



repercussão, tudo isso ocorre num segundo momento de publicação na própria plataforma de tempo real. No jornal impresso, você vai apurando, juntando informação, fecha a história em todos os seus ângulos e daí, sim, com a história completa, senta para escrever e publicá-la.

**Nesse segundo momento, portanto, a interpretação e análise também podem ir para a plataforma em tempo real?**

Sim, também irão para o tempo real. Mas você está trabalhando em dois tempos, “piscando”, dando informação em pílulas, para em seguida pensar de uma forma mais elaborada. É um desafio. Não que seja impossível, mas foi necessário um aprendizado. Inicialmente, foi difícil para quem estava acostumado a trabalhar pensando no todo, nesse processo de produção para jornal impresso. De repente, passa a publicar toda informação em *bullets*, em partes. Por mais que tenhamos nos empenhado em preparar essa mudança, com muita antecedência, o impacto dessa nova realidade era inevitável. E desejável, até certo ponto, para que pudéssemos nos lançar em um ciclo de evolução da empresa e de diversificação de seus produtos jornalísticos.

**O desafio, portanto, é também de ordem cultural?**

Sim, eu diria que é também cultural. Outro aspecto importante nessa abordagem cultural é a questão da apropriação do furo jornalístico. Para o jornalista, o furo de cuja autoria ele se apropria é aquele que está no impresso. Na sua percepção, ninguém vai poder contestar que o furo é dele quando sai no jornal. Quando essa informação exclusiva vai para o tempo real, em geral significa que ele perdeu a oportunidade de ineditismo no jornal. O resultado é que ele não será capaz de se apropriar daquele furo, que se tornará de domínio público, porque outros jornalistas poderão lê-lo e reproduzi-lo em um site, por exemplo, antes de ter sido publicado no jornal. É a questão da apropriação, do direito autoral. São situações que emergem no contexto de uma redação integrada como a que temos no *Valor*.

**Você está dizendo que o jornalista inserido num ambiente em que é possível conviver com várias plataformas continua a buscar a notoriedade maior no veículo impresso?**

Sim, acho que sim.

**Em termos mais amplos, você diria que prestar informações em tempo real é uma missão menor do que informar no produto impresso? Tem menor importância?**

A questão não é ter importância ou não. São coisas diferentes. Dentro do serviço em tempo real, voltado para os agentes de mercado e tomadores de decisão, a informação tem um caráter mais de serviço. Portanto, é de extrema importância, é instrumento de trabalho, tem relevância ímpar. Você está vendendo um serviço e o comprador daquele serviço considera a informação fundamental. No caso do jornal, é diferente, a começar pelo fato de que a leitura não é essencial apenas para a vida profissional. Para você viver em sociedade, é importante que saiba o que está acontecendo, que participe, seja um cidadão informado. Considero que um jornal também é indispensável, mas em outro sentido, não está vinculado a ganhar ou perder dinheiro. Não é que um produto seja mais relevante que outro e sim que têm funções totalmente diferentes. Para o jornal, importa, antes de tudo, valores, princípios, o papel da informação na sociedade.

**No caso do *Valor*, pode-se falar que há um triângulo formado pelo jornal impresso, o serviço em tempo real exclusivo para assinantes e o site na web?**

A informação mais rasa, no fundo, a gente atribuía a sites porque a web é, por excelência, um lugar de leitura rápida, de consumo instantâneo. Foi assim que ela se disseminou. Então, quanto mais rápida e curta a informação, melhor. Mas esse conceito está mudando. O conteúdo do jornal impresso, cada vez mais, passa a ser consumido em meio digital, ou seja, constatamos um crescimento no acesso ao jornal em sua versão digital. As fronteiras entre jornal e site estão só no equipamento. Os jornais fecharam seu conteúdo no site e passaram a

cobrar por ele e o artigo que está editado ali é o mesmo que estará amanhã em sua edição impressa. O leitor tem a opção de escolher onde e quando quer ler. Mesmo com circulação cada vez mais restrita, o impresso continua sendo a publicação de maior influência e importância. A web não absorveu esse papel, ainda. A plataforma de tempo real, por seu lado, privilegia a informação relevante para a formação de preço, que é tão mais importante nesse serviço quanto mais em *real time* for sua publicação, quanto maior for o ineditismo e o impacto sobre preços dos ativos.

### **Por que o *Valor* decidiu ingressar nesse segmento da informação em tempo real para mercados e tomadores de decisão?**

Esse nos pareceu um caminho natural. O *Valor* buscava uma nova fonte de receita relevante o suficiente para fazer frente à provável perda da receita de publicidade legal, que a CVM vem aos poucos fazendo minguar, com medidas que vêm derrubando as exigências legais de dar publicidade aos fatos relevantes das empresas listadas em bolsa, por meio da publicação em jornal de grande circulação. Esta sempre foi a fonte de receita de todos os jornais econômicos do País. Tratava-se, portanto, de conseguir uma receita forte e estável para pagar os custos de se produzir um jornal econômico de qualidade, quando já não mais existisse essa receita. A saída encontrada foi explorar a venda de conteúdo, em todos os seus nichos e em diferentes graus de profundidade e segmentação. Tínhamos já um dos melhores bancos de dados econômico, financeiro e de empresas do País, o *Valor Data*, criado com o jornal para as informações dos anuários e *rankings* do *Valor* e das informações de suas tabelas publicadas diariamente no jornal. As sinergias entre o jornal e um serviço de tempo real para o mercado financeiro e corporativo eram imensas, já que este era o conteúdo que o jornal perseguia todos os dias. Além disso, outras empresas, que não contavam nem com essa produção de conteúdo altamente conceituado e nem com esse banco de dados, estavam fazendo receita justamente nessa área com serviço *real time*. Tratava-se, assim, apenas de buscar a receita que estávamos deixando na mesa. Faltava complementar com a parte tecnológica, que exigiria investimentos vultosos, e o retreinamento do pessoal. Foi o que fizemos. Mais de R\$100 milhões foram investidos até agora nessa plataforma. E, de certa forma, o que foi feito em meio digital para viabilizar esse serviço enriqueceu também o conteúdo do jornal.

**Como conciliar as pressões constantes de redução de custos de produção editorial com a busca da excelência profissional? O enxugamento ocorrido na redação do *Valor* no primeiro semestre de 2013 teve relação com a programação que foi feita pela empresa para o serviço em tempo real?**

Essa é uma tarefa difícil, mas tem de ser perseguida sob pena de se inviabilizar o serviço que está sendo prestado. O enxugamento no primeiro semestre de 2013 teve a ver com a queda do mercado publicitário, refletindo uma desaceleração da economia, um clima que antecedeu a Copa do Mundo e as eleições. A estagnação da economia teve impacto não só na publicidade de produtos e institucional de empresas, mas ainda um efeito forte no mercado de capitais, o que, junto com decisões da CVM, levou a grande queda de receita oriunda da publicação de comunicados de fatos relevantes e outras publicações legais. Sem contar a guerra de preços nesse segmento, porque à medida que os jornais generalistas observam a publicidade minguar e fluir, para outros canais na internet, vêm brigar por um naco da publicidade legal ou do que resta dela. Era preciso conter custos ali para não colocar em risco a saúde financeira da empresa, que sempre foi muito bem equilibrada. Tivemos um corte relevante, de pouco mais de 15%, mas foi feito de novo seguindo o princípio de se preservar os mais experientes e cuja contribuição para o *PRO* é essencial. Na nossa programação, já se esperava que o serviço de tempo real teria um prazo de retorno mais longo, porque precisaria deslocar concorrentes, e nesse prazo a receita do jornal é que teria que continuar a bancar boa parte dos custos.