



Da Segmentação à Hipersegmentação: um estudo sobre o futuro dos jornais impressos*

Gabriela Nóra**

aluna da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

com orientação da Prof^a. Dr^a. Raquel Paiva***

Resumo

O trabalho tem como objetivo principal refletir sobre a tendência à hipersegmentação das informações e sobre a necessidade de, em tempos de mídia digital, se repensar o modelo do jornalismo impresso – tanto em termos de conteúdo, quanto de formato – e a sua perenidade, tendo em vista a importância (histórica e atual) da imprensa escrita na mediação das relações sociais e na organização dos fatos cotidianos. Ou seja, a proposta é investigar de que maneira esta forma de conhecimento, de apropriação segmentada do real, afeta as relações sociais e as define de forma tão intensa nos dias de hoje.

Palavras-chave

jornalismo impresso; (hiper)segmentação; representação do real; novas tecnologias

Introdução

Confesso que não acreditei na notícia, a princípio; mas o respeito em que fui educado para com a letra redonda fez-me acabar de crer que se não fosse verdade não seria impresso. Não creio em verdades manuscritas. Os próprios versos, que só se fazem por medida, parecem errados, quando escritos à mão. A razão por que muitos moços enganam as moças e vice-versa é escreverem as suas cartas, e entregá-las de mão a mão, ou pela criada, ou pela prima ou por qualquer outro modo, que no meu tempo, era ainda inédito. Quem não engana é o namorado da folha pública; “Querida X, não foste hoje ao lugar do costume; esperei até às três horas. Responde ao teu Z”. E a namorada “Querido Z. Não fui ontem por motivos que te direi à vista. Sábado, com certeza, à hora costumada; não faltes. Tua X”. Isto é sério, claro, exato, cordial.¹

Este trecho pode ser encontrado na obra “A Semana”, do escritor brasileiro Machado de Assis. Trata-se das primeiras frases de uma crônica, que data de 31 de

* Trabalho apresentado no GT – Jornalismo e Editoração, do Inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

** Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, e membro do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) da ECO/UFRJ. E-mail: gabynora_nit@yahoo.com.br

*** Professora da ECO/UFRJ, pesquisadora 1B do CNPq, escritora, jornalista e coordenadora do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) da ECO/UFRJ. E-mail: paivaraquel@hotmail.com

¹ Machado de Assis, *Obra Completa*, vol. III, Rio de Janeiro: Editora Nova Aguilar, 1994. Disponível em: <http://www.cce.ufsc.br/~nupill/literatura/semana.html>. Consultado em: 15 de outubro de 2007.



julho de 1892, mas cuja metáfora, ainda hoje, em 2008, permanece atual: “se não fosse verdade não seria impresso”, escreve Machado, numa alusão clara à credibilidade dos jornais.

Credibilidade construída ao longo de séculos de existência dos impressos, com a consolidação desses veículos como espaço de “verdade”, de reunião dos fatos mais importantes ocorridos no dia anterior. Credibilidade que impõe o respeito para com aquilo que está impresso, através do contrato de leitura, do (antigo) hábito de se buscar informações no jornal de cada dia... Afinal, estaria tudo isso ameaçado, em tempos de jornalismo digital, convergência midiática e redefinição dos modelos de comunicação? Seria o fim da “letra redonda”?

Por mais quanto tempo resistirão os jornais de papel? Esta parece ser a grande incógnita do jornalismo contemporâneo, num período em que pesquisadores, consultores e especialistas de mídia, e também jornalistas, se dividem entre os que acreditam na perenidade dos impressos e os que apostam no seu desaparecimento, frente aos avanços cada vez mais acelerados das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs).

É impossível aos jornais competirem ou mesmo aproximarem-se das novas mídias, em termos de velocidade, apelo visual e sensível e quantidade de informação disponibilizada ao leitor. Os recursos gráficos dos impressos, por mais evoluídos que sejam, tampouco podem disputar atenção com as diversas formas de apresentação de conteúdos na rede, englobando simultaneamente, textos, fotos, vídeos, animações, etc.

Ainda assim, há um certo consenso entre os especialistas que acreditam na coexistência dos jornais impressos e da mídia digital. Eles afirmam que esta só será possível se os impressos se voltarem para a qualidade de suas publicações, buscando maior profundidade e contextualização das notícias. A chamada “crise dos jornais impressos” tem sido, nos últimos anos, tema de debates, seminários, congressos, estudos, pesquisas científicas, etc., e é nesse contexto que surgem obras como “Os jornais podem desaparecer?: como salvar o jornalismo na era da informação”, do pesquisador e professor da University of North Carolina, Philip Meyer, numa tentativa clara de alertar para a urgência da construção de um novo modelo de negócios para o jornal.

Com o mesmo intuito, em todo mundo, têm sido promovidas discussões que contam com a participação de homens e mulheres da imprensa (empresários, jornalistas e demais profissionais do meio) e também daqueles comprometidos em pensá-la



(professores, pesquisadores, teóricos da comunicação). No Rio de Janeiro, só na primeira semana de outubro de 2007, podem-se destacar dois eventos nesse sentido: o debate promovido pelo Café Intercom – evento idealizado pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação –, em parceria com a Biblioteca Nacional, cujo tema foi “Jornalismo virtual: opção ou destino?” e o Seminário “Jornalismo do Futuro e o Futuro do Jornalismo”, promovido pela Revista Imprensa, em parceria com a Petrobrás e o Governo Federal.

“Qual o sentido da separação clássica das editorias?”, questionava o vídeo de abertura do Seminário. Na mesma linha, o primeiro painel do evento, “As grandes pautas e a agenda cotidiana”, propunha-se a discutir o problema da segmentação do noticiário. Assim foi anunciada a mesa: “meio-ambiente, energia e internacional: assuntos concebidos em três editorias distintas. Como aproximá-los e estabelecer conexões?” Presentes, um representante (‘especialista’) de cada uma das editorias citadas. Mas o debate ficou muito aquém da proposta inicial dos organizadores do evento. Cada membro da mesa limitou-se a tratar dos assuntos “pertinentes” a sua editoria, negligenciando qualquer tipo de relação entre elas. Não houve debate, mas sim uma exposição individual dos problemas de cada área temática, numa clara demonstração dos entraves trazidos pela segmentação ao próprio exercício de pensar o jornalismo.

Novas tecnologias e o aprofundamento da segmentação

RSS, *tags*, “folksonomia”: uma sigla e duas palavras que indicam novas formas de classificação, de segmentação; novas estratégias para oferecer ao público informações cada vez mais específicas. RSS é a abreviatura de “Real Simple Syndication”, ferramenta que permite ao internauta assinar canais de informação das fontes de sua preferência e em um único lugar: a idéia é que a informação chegue ao computador do usuário, de acordo com a sua preferência por assuntos, sem que ele precise buscá-la. Diversos portais já possuem o selo laranja com as letras RSS ou XML. Nele se encontram os canais de RSS, também conhecidos como “feeds”, ou códigos que “alimentam” o computador levando informações específicas, atualizadas e baixadas automaticamente, até a máquina.

Os *tags*², por sua vez, são recursos para a associação de palavras-chave ou rótulos aos conteúdos que o internauta (ou portal) disponibiliza na rede. Essa ferramenta auxilia na categorização do conteúdo de um site, além de favorecer o compartilhamento de informações com outros usuários. O mais importante, contudo, é que são os próprios internautas que decidem a quais *tags* determinado conteúdo (texto, foto, vídeo, etc.) vai estar associado. E a esse processo dá-se o nome de “folksonomia” (*folksonomy*)³ – junção das palavras “*folk*” (povo, gente) e taxonomia – resultando num significado próximo à “classificação do povo”. Porém, não se deve associá-lo à classificação de pessoas, mas sim à classificação feita por pessoas. Ou seja, através da “folksonomia”, “uma forma relacional de categorizar e classificar na *web*”, o usuário escolhe palavras-chave para classificar a informação ou partes da informação que disponibiliza na rede, ao invés de utilizar uma forma hierárquica e centralizada de categorização. Essa, conhecida pelo nome de “taxonomia”, seria característica de um sistema de classificação feito exclusivamente por especialistas.⁴

Mas, afinal, como estas novas ferramentas da *web* afetarão, ou já estão afetando, o jornalismo? De que maneira – seguindo qual lógica e segundo quais interesses – elas têm sido apropriadas e aplicadas na produção, na circulação e no consumo de informações? Quais as conseqüências dessa utilização para a representação do real e para a produção de sentidos pelos meios de comunicação?

As tecnologias não são meras ferramentas transparentes; elas não se deixam usar de qualquer modo: são em última análise a materialização da racionalidade de *uma* certa cultura e de um ‘modelo global de organização do poder’. (MARTÍN-BARBERO, 2003: 268)

O universo de perspectivas que se desenha para os próximos anos abre espaço para discussões que vão muito além das preocupações técnico-mercadológicas. O contexto de mudanças – com o desenvolvimento de novas formas de produção e distribuição de informações – favorece o debate acerca da atividade jornalística e de sua função social. Ou seja, vislumbra-se como horizonte de pesquisa e reflexão, o papel do jornalismo enquanto mediador das relações sociais e organizador dos fatos cotidianos.

Nesse sentido, torna-se indispensável não só repensar os conteúdos veiculados pelas mídias impressa e digital, como também a sua forma de organização, isto é, a

² *Tag*, em inglês = “etiqueta”, “identificação”.

³ A origem do termo é atribuída ao arquiteto da informação e atual membro do *Web Standards Project*, Thomas Vander Wal.

⁴ PEREIRA, Henrique Costa. “Folksonomia e a maneira com que nós colocamos ordem nas coisas”. 1º de março de 2006. Disponível em: <http://revolucao.etc.br/archives/folksonomia-e-a-maneira-com-que-nos-colocamos-ordem-nas-coisas/>. Consultado em: 16 de outubro de 2007.

estrutura que determina os modos de apresentação desses conteúdos. Acredita-se, portanto, que a análise de como os fatos sociais são representados pela mídia implica uma revisão das lógicas de classificação e segmentação das informações.

É certo que a disposição dos textos jornalísticos em editoriais, seções e cadernos temáticos facilita a leitura e a organização da informação, contudo, ela deixa explícita a dificuldade dos veículos e de seus profissionais de inter-relacionarem os acontecimentos. Trabalha-se, pois, com a hipótese de que o modelo atual dos jornais impressos, e, de forma ainda mais acentuada, de disponibilização de conteúdo na rede, com a apresentação fragmentada do noticiário e a excessiva segmentação do público, impossibilita uma efetiva contextualização dos acontecimentos e o pleno cumprimento da função social do jornalismo, qual seja a de informar e não apenas a de noticiar fatos isolados.

O longo curso que deixa para trás a mídia de massa e vai em direção à segmentação parece continuar. Essa tendência afeta mais do que nossa mídia tradicional. Ela envolve nossa capacidade de manter uma política cultural unificada com valores compartilhados. A internet não criou esse problema, mas o está acelerando. (MEYER, 2007: 257)

Segundo o pesquisador norte-americano Philip Meyer, a internet é apenas o mais recente de tantos outros avanços que contribuíram para a segmentação da mídia. Mas, pelo fato de atender de forma cada vez mais eficiente àqueles que buscam informação segmentada, a internet tem acelerado essa tendência rumo a públicos menores. Seguindo essa lógica, a grande imprensa, ao constatar a existência de diferentes segmentos sociais com demandas específicas, (re)fragmenta o seu noticiário, oferecendo ao público blocos de informações cada vez mais restritas.

Em sua tese de doutorado em Comunicação e Semiótica, o professor Rafael Souza Silva, da Universidade Católica de Santos, trata do processo de cadernização do jornalismo impresso diário. Ele explica que o termo “segmentação” – equivalente à divisão, setor, parte de um todo, entre outras significações –, no jornalismo impresso, é utilizado para definir “a qualidade básica de informação e justaposição de conteúdos de uma publicação que tem por objetivo principal atender às necessidades de uma fatia específica do mercado” (SOUZA SILVA, 1996: 22).

A tese do professor tem por objetivo demonstrar como o processo de cadernização do jornalismo impresso assemelha-se ao chamado efeito “zapping”⁵ da

⁵ “Zapar”, termo que remete a atividade do *zapper*: corte, mudança, movimento, velocidade. Palavra originária do aparelho *ad-zapper*, inventado pelos norte-americanos, para mudança dos canais de rádio e televisão através do controle remoto. (SOUZA SILVA, 1996: 12)



mídia eletrônica. O autor argumenta que a segmentação em cadernos estimula a leitura como um jogo, no qual estariam implícitos o culto à tecnologia e ao ritmo acelerado das modernas sociedades de consumo.

Do mesmo modo que o telespectador ou o radiouvinte munido de um controle remoto rastreia em segundos a programação das emissoras de rádio e televisão, o leitor de jornais, numa relação análoga, seleciona o caderno de leitura com assuntos específicos, desprezando vários outros que, certamente, terão públicos distintos. (SOUZA SILVA, 1996: 12)

Para Souza Silva, a cadernização não é apenas resultado das estratégias mercadológicas que impulsionaram modificações na estrutura dos periódicos nas últimas décadas. A fragmentação e a aceleração da atividade de leitura, provocadas pela excessiva divisão dos jornais, seriam também frutos do desenvolvimento tecnológico e de seu poder transformador:

O zapping jornalístico é uma abstração. Produto da cultura tecnologizada das modernas sociedades de consumo. O culto tecnológico e o mito da velocidade são os novos símbolos modeladores de um novo tempo, caracterizado pela aceleração. Criam-se novos códigos e, com eles, novos valores culturais. (SOUZA SILVA, 1996: 16)

Tendo em vista todas as transformações em curso e as que ainda virão com a consolidação das TICs, torna-se indispensável não só refletir sobre o futuro dos jornais impressos, mas, principalmente, repensar antigos paradigmas à luz das possibilidades que se colocam.

Eu acho que dessa maneira, tentando concorrer com a televisão, com a internet, em matéria de informação... eu acho que a gente vai quebrar a cara... A gente está precisando – eu pelo menos, como leitor, como espectador – é de explicação. Informação tem demais. Hoje você é bombardeado por informação, [...], mas informação demais é ruído; é muito ruim. Informação demais dá indigestão, como tudo demais. Essa sensação de estar sabendo de tudo, a mim me dá uma certa impotência... eu quero entender, eu não quero saber. Eu quero entender; quero ter um pouco mais de explicação. (Zuenir Ventura, O Globo)⁶

A explicação de que fala Zuenir Ventura pode ser traduzida na idéia de se ter os jornais como pausa, reflexão, momento de selecionar e aprofundar os conhecimentos, diante das infinitas informações, atualizadas a todo o momento e oferecidas de forma contínua pelos modernos canais de comunicação.

⁶ Seminário “Jornalismo do Futuro e o Futuro do Jornalismo”, realizado no dia 1º de outubro de 2007, no Hotel Glória, no Rio de Janeiro.



Conforme alerta Philip Meyer, se a função de catálogo foi uma das forças do jornal quando comparado à televisão, com o advento da internet, alteram-se as vantagens do meio:

Um jornal é uma máquina muito útil para recuperar informações, pois você interage com ele virando as páginas para encontrar um produto específico. A TV tem imagens mais bonitas, mas o mantém passivo, e falta largura de banda para fornecer informações muito detalhadas sobre os produtos. A internet resolve ambos os problemas. (MEYER, 2007: 71)

Admitindo, entretanto, que a internet disponibiliza seu conteúdo de forma hipersegmentada, é importante lembrar que, apesar da excessiva segmentação do jornal impresso, este ainda é um meio que “conserva a sua formatação original em ‘mosaico’, abrigando a pluralidade de assuntos, temas, enfoques que refletem os diversos segmentos em que se fragmenta a sociedade” (ARNT, 2002: 7).

Embora se reconheça que a segmentação facilita a organização dos temas na Redação e torna mais ágil a leitura – já que cada qual pode rapidamente encontrar os assuntos de seu interesse imediato –, como afirma o jornalista Luciano Martins Costa, tem-se observado “um fenômeno inverso ao que se pretendia – a redução do número de leitores – e a dificuldade que tem a imprensa para recuperar seu caráter universalista”. Ou seja, segundo ele, o desenvolvimento de especializações nas Redações favoreceu o isolamento dos profissionais em diversos núcleos temáticos, dificultando “a obtenção de uma visão geral dos fatos e a realização de um trabalho integrado, quando necessário”.⁷

Em tempos de mídia digital, as conseqüências dessa tendência à fragmentação e à especialização podem ser fatais para os jornais impressos. Nesse sentido, vale destacar o comentário de uma leitora do *Observatório da Imprensa* ao artigo anteriormente citado:

Ainda há o seguinte fato: um belo dia, o leitor acostumado a ler apenas a Revista X, o Caderno Y, o Suplemento tal dá-se conta que, para ler tão pouco, o jornal está caro... Pára de assinar, de comprar. Outro aspecto - do ponto de vista do leitor: se ele tivesse que procurar as matérias que lhe interessassem, certamente encontraria outras talvez mais interessantes a ele. Como está tudo acoplado em um caderno, a leitura fica empobrecida e o objetivo do jornal - fornecer informação diversificada - completamente perdido. (Ana Zanelli, Rio de Janeiro-RJ, professora)⁸

Daí a premência de se discutir a prática de fragmentação de conteúdos nos impressos e de se alertar para o fato de que as novas tecnologias têm contribuído para

⁷ MARTINS COSTA, Luciano. *Estrutura das redações facilita o centralismo*. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=425IMQ001>. Consultado em: 20 de março de 2007.

⁸ *Ibidem*.

acentuar a tendência à especialização e à fragmentação das diferentes mídias, com a proliferação de títulos e *websites* voltados para atender às demandas de grupos específicos do mercado. Ou seja, num cenário marcado pela crise da imprensa escrita, há um sério risco de que os jornais de papel percam não só o seu caráter plural, mas, principalmente, a sua unidade e, então, a sua relevância social.

Por detrás do processo de segmentação dos impressos: causas e conseqüências

O modelo de fragmentação dos jornais em editorias e cadernos temáticos impõe a classificação como base do processo de produção da notícia. Ao se deparar com um fato, o jornal, de antemão, atribui-lhe um rótulo, enquadra-o em uma seção, definindo a que área ele pertence, o local em que será publicado e, principalmente, como será abordado. A partir de então, haverá profissionais encarregados da cobertura daquele fato; indivíduos que trabalham na seção escolhida e que, portanto, estão habituados a lidar (apenas) com os assuntos pertinentes àquela área particular. Profissionais que passam a contentar-se em imprimir um, e somente um, viés específico às suas matérias, limitados pela palavrinha impressa no topo das páginas.

Falar um pouco de cada assunto, mas separadamente, focar nas questões da editoria, não ir além, atingir públicos específicos, segmentar, fragmentar, fracionar, dividir, reduzir, restringir, limitar, delimitar... Definir o real e apresentá-lo diariamente a diferentes leitores: cada qual poderá escolher a sua versão, aquilo que lhe interessa. As coisas não dependem uma das outras, não há relação, não há co-relação. Essa é a lógica da segmentação, entretanto, ela não é exclusiva dos jornais. A classificação está presente em todas as atividades humanas, no processo mesmo de apreensão, compreensão e representação do real. A divisão da ciência e o próprio estudo dos seres e dos fenômenos naturais e sociais não deixam dúvidas de que a humanidade está acostumada a perceber a realidade de forma fragmentada.

É como se a desordem do mundo fosse um desafio à posição de observador do homem e ao exercício de suas capacidades mentais. Para perceber-se e perceber a realidade que o cerca, é condição *sine qua non* fragmentar o todo, dividir e subdividir tantas vezes quantas forem necessárias para enquadrar tudo e todos. Isto porque “o espírito humano é naturalmente levado a supor que há nas coisas mais ordem e semelhança do que possuem; e, enquanto a natureza é plena de exceções e de

diferenças, por toda a parte o espírito vê harmonia, acordo e similitude” (BACON apud FOUCAULT, 2002: 71).

Em “As Palavras e as Coisas”, o filósofo francês Michel Foucault trata, sobretudo, de uma ‘história da semelhança’. O seu objetivo é verificar as condições sob as quais o pensamento clássico pôde refletir as relações de similaridade ou de equivalência que fundam e justificam as palavras, as classificações e as trocas.

Em que ‘tábua’, segundo qual espaço de identidades, de similitudes, de analogias, adquirimos o hábito de distribuir tantas coisas diferentes e parecidas? Que coerência é essa [...]? Pois não se trata de ligar conseqüências, mas sim de aproximar e isolar, de analisar, ajustar e encaixar conteúdos concretos; nada mais tateante, nada mais empírico (ao menos na aparência) que a instauração de uma ordem entre as coisas; nada que exija um olhar mais atento, uma linguagem mais fiel e mais bem modulada; [...]: de fato não há, mesmo para a mais ingênua experiência, nenhuma similitude, nenhuma distinção que não resulte de uma operação precisa e da aplicação de um critério prévio. (FOUCAULT, 2002: XV)

No livro “A pele da cultura”, o teórico canadense Derrick de Kerckhove, estudioso das transformações mentais e sociais decorrentes do acelerado avanço tecnológico, abre espaço para a discussão do que denomina de “as origens da tecnologia na linguagem”. A partir de uma abordagem histórica, conceitual e fisiológica do desenvolvimento do programa alfabético, o autor argumenta que um dos resultados mais importantes da cultura alfabética é a criação de uma espécie de quadro ou de uma configuração para a mente.

Para Kerckhove, a invenção da perspectiva – ou da arte de representação proporcional do espaço em três dimensões –, além de ser o efeito mais visível da revolução alfabética, é o mais importante, pois, ao contrário do que se pensa, não há nada de natural na perspectiva, já que esta é uma projeção direta da consciência letrada. Ver o mundo em perspectiva implica colocar tudo no seu lugar e com as proporções certas para a mente humana. Daí a necessidade de parar o mundo, pois “o grande problema da realidade é ser demasiada e estar sempre a mudar, sempre a modificar-se quando a tentamos agarrar” (KERCKHOVE, 1997: 67). Ao contrário da realidade enquadrada pela perspectiva, que é muito mais seletiva e confiável.

Fragmentar, descontextualizar, recombinar, o que é feito com o alfabeto serve de inspiração e modelo para os mais significativos códigos da humanidade: a estrutura atômica, a cadeia genética de aminoácidos e o *bit* da revolução digital. De acordo com Kerckhove, foi o programa mental lingüístico e o modelo alfabético que condicionaram a mente ocidental a dividir a informação em pequenas partes e depois juntá-las numa

ordem da esquerda para a direita. Logo, tendo tal programa instalado em sua cabeça, o homem foi capaz de criar praticamente todos os ramos do conhecimento.

Fonemas, átomos e genes partilham a mesma estratégia conceptual. [...]. No entanto, a fragmentação não foi suficiente para libertar a matéria e a informação para análise e reutilização. Este princípio terá antes de ser acompanhado do seu corolário: a descontextualização. [...]. A fragmentação e a descontextualização formam a base da recombinação [...].(KERCKHOVE, 1997: 263)

Pode-se dizer que o jornalismo opera diariamente neste sentido, lançando mão das diferentes tecnologias da linguagem para cumprir com o seu papel de ordenador do real-histórico. Vale lembrar, ainda, com o pensador francês Guy Debord, que “a *separação* é o alfa e o ômega do espetáculo” (DEBORD, 1997: 21). Assim, através dela e, seguindo a lógica de produção industrial e acumulação de capital, “a unidade e a comunicação tornam-se atributo exclusivo da direção do sistema” (DEBORD, 1997: 22).

Segundo Foucault, há uma disposição fundamental do saber para ordenar o conhecimento dos seres segundo a possibilidade de representá-los num sistema de nomes (FOUCAULT, 2002: 218). Analogamente, pode-se dizer que os jornalistas, em sua tarefa de observar o mundo para depois descrevê-lo, agem com os fatos transformados em notícias da mesma forma como o saber procede com os seres: classificando-os, separando-os, ordenando-os.

Por essa razão, é preciso atentar para os resultados das crescentes segmentações de assuntos e do público-leitor, que tanto favorecem às investidas do marketing, apesar dos danos sociais causados pela descontextualização de fatos e informações, pela ausência de relações entre as diversas áreas temáticas, pela falta de entrosamento entre as diferentes editorias... Enfim, por uma série de fatores que têm como base a fragmentação do pensar, do fazer e do conceber a atividade jornalística.

A origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo. [...]. O espetáculo nada mais é que a linguagem comum dessa separação. O que liga os espectadores é apenas uma ligação irreversível com o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas o reúne *como separado*. (DEBORD, 1997: 23)

Reconhecendo os meios de comunicação como esse “centro” a que se refere Debord, a questão que se coloca é a da informação enquanto construtora de realidade social. Temática estudada pelo pesquisador italiano Giorgio Grossi, defensor da idéia de que “o processo informativo contribui para *descontextualizar* um acontecimento, para destacar um acontecimento do contexto em que se produziu, e se poder *recontextualizá-lo* nas formas informativas” (GROSSI apud SAPERAS, 2000: 142), de modo que a



dinâmica de descontextualização/recontextualização determina o fenômeno de construção da realidade para o qual está orientada a atividade dos jornalistas.

Além disso, a atual dinâmica da sociedade, movida pelo desejo de consumo desenfreado e pela aceleração dos processos de troca de mercadorias e informações, impõe uma rápida e completa apropriação do tempo. Como argumenta Dênis de Moraes, vive-se “a tirania do fugaz” e a sociedade aparenta não mais sobreviver sem as tecnologias que atualizam a existência ininterruptamente. Moraes cita o escritor britânico John Berger (2004) para destacar a efemeridade do tempo, das relações e das trocas, num momento em que “tudo dilui-se e restabelece-se sem direito a intervalos”:

É um espaço sem horizonte. Tampouco há continuidade entre as ações, nem pausas, nem atalhos, nem linhas, nem passado nem futuro. Vemos apenas o clamor de um presente desigual e fragmentário. Está cheio de surpresas e sensações, mas não aparecem em lado algum suas conseqüências ou seus resultados. Nada flui livremente; há apenas interrupções. (BERGER apud MORAES, 2006: 33)

No culto ao fugaz, explica o professor, “querem convencer-nos de que o que perdemos em durabilidade ganhamos em intensidade” (MORAES, 2006: 36). Impera, pois, a lógica da “velocidade como virtude”, da “velocidade como emblema atávico de evolução sociotécnica” (MORAES, 2006: 46). Ou seja, nada pode escapar e tudo deve ser apreendido o mais depressa possível. Daí a necessidade de fragmentar o real, de subdividi-lo tantas vezes quantas forem necessárias para facilitar o fluxo contínuo e veloz de dados e mensagens.

Conclusão

As modernas tecnologias estão trazendo mudanças significativas às comunicações, no entanto, muitas são as incertezas quanto aos padrões a serem adotados pela nova mídia, assim como quanto às transformações e/ou adaptações pelas quais passará a velha mídia, incluindo os jornais impressos.

O presente estudo centra-se tão fortemente no jornalismo, pois acredita que o que está em questão, com o advento da mídia digital, é o jornal e não o jornalismo. Impresso ou digital, ele continuará existindo enquanto houver a necessidade de pessoas capacitadas a gerir informações, a selecionar e apontar o que de mais importante aconteceu no dia, em meio à infinidade de informações disponibilizadas a todo o momento e em tempo real através das tecnologias digitais de comunicação.



Ou seja, a despeito das especulações sobre o fim dos jornais e mesmo sobre o fim da profissão – com o avanço dos debates sobre a não obrigatoriedade do diploma para exercer a função de jornalista –, defende-se o lugar social do jornalismo, isto é, a sua relevância enquanto atividade indispensável à manutenção e preservação das relações sociais. Entretanto, é certo que, em tempos de consumidores/produtores de informações, o jornalista não é mais o ator principal do jornalismo, como alerta Caio Túlio Costa, professor de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero e diretor-presidente do Internet Group (que reúne os portais *iG*, *iBest* e *BrTurbo*):

Queiramos ou não, nós não temos mais como impedir. Não há maneira de impedir, por mais controle que exista, qualquer pessoa de postar uma mensagem, criar um *blog*, levantar um vídeo de alcance mundial... mesmo sem credibilidade. Nós vamos misturar informação de credibilidade com informação sem credibilidade, e isso é uma mudança de paradigma. Queiramos ou não. [...]. Não há controle disso. Nós não vamos saber de fato o que é credível e o que não é credível. Por isso que a salvação [futuro do jornalismo] está em outro lugar. Não há filtro que controle isso. Nós não somos mais os atores principais. O jornal não é mais o ator principal. Nós somos um ator coadjuvante. É muito difícil prever no que isso vai dar, mas uma coisa nos cabe: nós temos condição de agir moralmente. Nós temos condição de ser o agente da credibilidade, por mais fluidas que sejam as instituições, e por mais relativa que seja a própria moralidade. Então a única salvação possível não está no controle, está na moral; está no controle ético.⁹

Nesse contexto, para que se possam formar profissionais capacitados a entender o mundo em que vivem em todos os sentidos – ‘indivíduos integrais’, que possam contribuir para a formação de uma sociedade interpretativa e ativa, em contraposição a meros consumidores e especialistas em determinados assuntos –, a Academia cumpre um papel fundamental. Especialmente na pesquisa de novos formatos que possam ultrapassar o modelo de segmentação; esta forma de apropriação segmentada do real, que afeta e define de maneira tão intensa as relações, conteúdos e experiências sociais da contemporaneidade.

Acredita-se, portanto, que pesquisas que analisem a segmentação da programação e dos conteúdos da mídia e, de forma mais específica, a segmentação dos produtos jornalísticos, podem contribuir sobremaneira para os estudos da Comunicação, para o entendimento de seus processos e, principalmente, para o aproveitamento da técnica em benefício social, e não apenas mercadológico.

⁹ Seminário “Jornalismo do Futuro e o Futuro do Jornalismo”, realizado no dia 1º de outubro de 2007, no Hotel Glória, no Rio de Janeiro.



Referências bibliográficas

- ARNT, Hérís. “Do jornal impresso ao digital: novas funções comunicacionais”. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM). Salvador, 2002.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FOUCAULT, Michel. *As Palavras e as Coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. Tradução: Salma Tannus Muchail. 8ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002 [1ª ed. 1966].
- KERCKHOVE, Derrick. *A Pele da Cultura*. Tradução: Luís Soares e Catarina Carvalho. Lisboa: Relógio D’Água, 1997.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução: Ronald Polito e Sérgio Alcides. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- MEYER, Philip. *Os jornais podem desaparecer?: como salvar o jornalismo na era da informação*. Tradução: Patricia De Cia. São Paulo: Contexto, 2007.
- MORAES, Dênis de. “A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática”. In: MORAES, Dênis de (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 33-49.
- SAPERAS, Enric. *Os efeitos cognitivos da comunicação de massa – as recentes investigações em torno dos efeitos da comunicação de massas*. Tradução: Fernando Trindade. Lisboa: ASA Editores, 2000. p. 137-154.
- SOUZA SILVA, Rafael. *O zapping jornalístico: da sedução visual ao mito da velocidade*. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica). São Paulo: PUC-SP, 1996.