



---

## **Superficialidade no Jornalismo Online: Reflexões Preliminares das Possíveis Causas<sup>1</sup>**

Hernán Gutiérrez Herrera<sup>2</sup>  
Faculdade Boas Novas Manaus, AM

### **Resumo**

A partir da observação prática dos conteúdos produzidos nos portais de notícia, se torna evidente a frequência de matérias superficiais veiculadas nos mecanismos online. Assim, resulta importante a realização de análises teóricas e práticas sobre as circunstâncias que levam à criação de conteúdos com pouca profundidade. Neste artigo, o objetivo é realizar uma análise, sob o ponto de vista teórico, dos fatores práticos que ocasionam a superficialidade no jornalismo, fundamentalmente no jornalismo online. Partimos do pressuposto que, para esta análise bibliográfica, não podem ser ignorados fatores como a definição da superficialidade no jornalismo, os desafios que o digital impõe ao jornalismo e as características dos usuários que consomem a comunicação nas plataformas de internet.

**Palavras-chave:** superficialidade; jornalismo; jornalismo online.

### **Introdução**

Um dos debates mais importantes no cenário comunicacional da atualidade diz respeito à superficialidade nas informações veiculadas nos meios de comunicação. O fenômeno da superficialidade tem ficado cada vez mais latente na academia a partir do aumento no número de portais jornalísticos online, esta modalidade comunicacional tem apresentando um volume ainda maior de informações com pouco aprofundamento.

Desse modo, partimos para uma reflexão preliminar sobre a bibliografia que explica as possíveis causas da produção de conteúdo superficial, entendidos como de pouca profundidade, nas redações jornalísticas. Desta feita, é preciso responder, a partir de apontamentos teóricos e reflexivos, que fatores práticos deixam como legado a superficialidade no jornalismo, principalmente em ambientes online?

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 05 Interfaces Comunicacionais do I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia.

<sup>2</sup> Mestre em Ciências da Comunicação, especialista em Gestão Pública, Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo e Professor de Comunicação Social da Faculdade Boas Novas – FBN email: hernan.jornalista@gmail.com.



Se pressupõe que três fatores influenciam essa superficialidade. O primeiro está relacionado à falta de preparação acadêmica, social e ética dos profissionais jornalistas. Este pilar abarcaria a formação deficitária não apenas nas universidades, mas fundamentalmente na educação básica. O segundo pilar trata da urgência dos meios de comunicação online por levar a informação de forma veloz, dar o furo de reportagem, em detrimento da qualidade do material transmitido e sem considerar a pertinência de propagar informações com pouco cunho reflexivo. O terceiro pilar seria o apontamento dos fatores anteriores e o privilégio à audiência, que pode estar cada vez mais interessada no consumo de conteúdos mais simples, menos aprofundados.

O objetivo geral deste trabalho é verificar na bibliografia existente os fatores práticos que ocasionam a superficialidade no jornalismo, fundamentalmente no jornalismo online. Por ser um estudo bibliográfico, deveremos, em primeiro lugar, entender os pressupostos teóricos e as definições da superficialidade no jornalismo, seguidamente será importante compreender os desafios que os ambientes digitais apresentam para a realização de trabalhos com maior profundidade e, finalmente, verificar as características do trabalho online com a intenção e oferecer maiores fontes de conteúdo para a sociedade.

Para o desenvolvimento deste artigo recorreremos a fontes secundárias, como artigos científicos, dissertações de mestrado e livros que tratam a questão da superficialidade e as práticas digitais para a apresentação de conteúdo jornalísticos na internet.

### **A superficialidade no jornalismo e suas possíveis causas**

Abrimos aqui um debate que tem como tema central a superficialidade espalhada por um número significativo de veículos de comunicação, que na era da convergência de mídias e da internet, tem optado por se comunicar de maneira rasa sobre os acontecimentos, ao privilegiarem a transmissão, quase que em tempo real, das informações.

São consideradas três fortes vertentes como propulsoras deste fenômeno da superficialidade das notícias por meio da internet. A primeira prega a necessidade dos



veículos de comunicação, que ao tentarem manter a hegemonia (monopólio) da informação dos fatos, pressionam a publicação cada vez mais rápida das informações, mantendo com isso o saudoso “furo de reportagem”. A segunda vertente trata da baixa capacidade de produção e pesquisa de alguns jornalistas, que têm desenvolvido cada vez mais habilidades técnicas para o trabalho online, mas tem ficado mais rasos e superficiais na produção de textos. O terceiro posicionamento analisa que o fato se deve às duas posições antes mencionadas.

Havendo três vertentes, partiremos para a análise da primeira, respectivamente, que mantém o foco no negócio da transmissão rápida das informações. A esta corrida por sair primeiro com o fato, em tempos de internet, decidimos chamá-la para fins deste artigo como a “corrida pelo furo”, fazendo uma alusão ao fato abordado por Castilho (2011) no site do Observatório de Imprensa. Um aparente “comportamento antiético” no qual as redações online tentam pleitear o papel do internauta, ao priorizarem a transmissão do fato, no lugar do aprofundamento e da confiabilidade das informações.

Lucas (2002), já afirmava que devido a esta velocidade que os veículos de comunicação têm imposto às notícias online, a verificação de dados tem recebido cada vez menos atenção. Restaria, apenas, um tratamento superficial que permite a rápida publicação das notícias. Este comportamento estaria em consonância com o propósito de informar primeiro.

Diante do intenso fluxo informativo, nos deparamos com uma linguagem rasteira e sem detalhamentos, colocando à prova fundamentos jornalísticos e a necessidade crescente da busca pela informação por parte do internauta, isto é, do leitor. (LUCAS, 2002. p. 8).

Se entendia, então, que com a chegada da internet o usuário ganharia um novo rol dentro do processo de comunicação. Agora, o espaço ilimitado da internet possibilita sua interação direta como transmissor de informações. Tornando, com este comportamento, o fluxo de comunicação dialógico, um processo no qual o receptor se transforma em transmissor com igual grau de repercussão, sem estar subordinado aos outrora únicos agentes informativos. Tendo a possibilidade de verificar os fatos em



primeira mão e levá-los, em boa parte dos casos, de forma superficial para o próprio público da internet.

E é o primeiro veículo que oferece, aos indivíduos e coletivos independentes de todo o mundo, a chance de comunicar-se, com suas próprias vozes, com uma audiência internacional de milhões de pessoas. Portanto, as possibilidades técnicas da internet como esfera pública são ilimitadas. (FORD & GENEVE, 2004, p. 270-71).

Ao receber o internauta esta prerrogativa, a de produzir conteúdo, estariam os veículos de comunicação online estabelecendo um processo de concorrência direta com o internauta, ao estarem pautados exclusivamente pela instantaneidade e esquecendo o aprofundamento da notícia.

Caberia, então ao jornalista, não mais buscar os fatos, mas selecionar no universo de dados disponíveis a informação mais importante e significativa para sua audiência (HERBERT, 2000). Assim, ocorreria um processo que propõe uma atitude jornalística mais moderadora do que de transmissora instantânea de novas informações.

O jornalismo digital, aproveitando-se da descentralização generalizada da produção de conhecimento entre os membros de uma comunidade, faz com que a função do jornalista se estenda cada vez mais a aspectos de uma atividade de moderação e hierarquização de factos gerados nos mais distintos pontos da rede. (GONÇALVES, 2000. p. 372).

Ainda que se evidencie esta mudança no processo comunicacional entre os veículos e os receptores da comunicação, se percebe a intencionalidade da mídia em oferecer furos de reportagem que competem em agilidade e superficialidade com o usuário final da informação, ao transmitir “um jornalismo preocupado basicamente com a simples exposição dos fatos” (MAIA, 2008, p. 441).

Quando é o jornal impresso diário que dá um furo, ele o manterá sobre os outros jornais durante o dia todo; uma revista semanal, terá um período de tempo de uma semana, e assim por diante. Já na mídia online isso não ocorre. Quando um site dá uma notícia em primeira mão, em poucos minutos, os outros já se apropriam da informação sem, em alguns casos, dar o crédito. (MARANGONI, RODRIGUES SILVA & PEREIRA, 2002, p. 57).

Cabe ressaltar que esta briga da “corrida pelo furo” estaria defasada, uma vez que o internauta cada vez percebe menos quem foi o primeiro a dar a notícia. A autora Pollyana Ferrari (2003, p. 49), afirma que os leitores “nem se importam com isso” e



acrescenta que “uma notícia superficial, incompleta ou descontextualizada causa péssima impressão. É sempre melhor colocá-la no ar com qualidade, ainda que dez minutos depois dos concorrentes”.

O outro ponto importante para esta análise, trata a superficialidade nos veículos de comunicação como um problema não apenas empresarial, porém de intelecto por parte dos comunicadores. Esta perspectiva põe em observância a sustentação de que o “formando sai pronto para o mercado”, o que segundo MAIA (2008, p. 442), abarca um profissional que “sabe olhar para a câmera, fazer uma passagem, um texto enxuto para o rádio, outro mais enxuto ainda para o jornal on-line e assim por diante. Mas, e a qualidade deste mesmo texto?”. Em que ponto ficariam aqueles fatos que precisam de mais informações, de fontes diversas? Diante dessa preocupação, se faz evidente o que Gabriel García Márquez já denunciava em 1996.

As empresas colocam seu empenho profundo na competência feroz de modernização material e tem deixado para depois a formação da sua infantaria e os mecanismos de participação que fortaleciam o espírito profissional no passado. As salas de redação são laboratórios assépticos para navegantes solitários, onde parece mais fácil se comunicar com os fenômenos sobrenaturais que com o coração dos leitores. A desumanização é arrasadora. (GARCIA MARQUEZ, 1996, p. 28, tradução nossa).<sup>3</sup>

Diante desse fenômeno de deficiência de formadores de opinião, que parecesse alastrar pelas faculdades de comunicação, encontramos que o empenho da formação parece estar nos procedimentos meramente técnicos, sem análise crítica, com relação aos conceitos que serão implementados no decorrer da prática profissional.

Longe desta problemática ser nova, em 1993, o autor Edvaldo Pereira Lima, traz um fato que relaciona a história do jornalismo aos fatos da superficialidade, afirmando que desde a primeira guerra mundial começou a ser observada esta tendência à simples transposição dos fatos, sem análise e sem interpretação. Descobriu-se que a

---

<sup>3</sup> las empresas se han empeñado a fondo en la competencia feroz de la modernización material y han dejado para después la formación de su infantería y los mecanismos de participación que fortalecían el espíritu profesional en el pasado. Las salas de redacción son laboratorios asépticos para navegantes solitarios, donde parece más fácil comunicarse con los fenómenos siderales que con el corazón de los lectores. La deshumanización es galopante (GARCIA MARQUEZ, 1996, p. 28).



superficialidade e o simples registro de fatos eram incapazes de revelar aos leitores o rumo dos acontecimentos.

É a partir dessa deficiência que o público passa a esperar um tratamento informativo de maior qualidade. E exatamente vindo a oferecer o atendimento a esta necessidade é que surge a revista *Time*, voltada para o relato dos bastidores, para a busca de conexões entre os acontecimentos, de modo a oferecer uma compreensão aprofundada da realidade contemporânea. (LIMA, 2009, p. 18).

Então, agora é prático resgatar que estes fenômenos da superficialidade não nasceram apenas com o jornalismo online. Desde suas tradicionais origens, a fome pelo furo de reportagem tem sido marcante. Consequentemente, tem implicado na falta de responsabilidade para publicar fatos ainda não apurados, conforme apresentado por Pereira Júnior (2006), ao fazer referência à cobertura brasileira ao atentado perpetrado às torres gêmeas, o *World Trade Center*, em pleno coração de Nova Iorque, nos Estados Unidos.

Os primeiros relatos dão conta de 10 mil mortos nas torres gêmeas e é com esse número que o jornal *Agora São Paulo* estampa o alto da sua página 2, em 12 de setembro de 2001 [...] Ao longo da semana *Folha de São Paulo*, *O Globo* e o *Estado de São Paulo* cravam em 6 mil os mortos no ataque ao coração financeiro e militar dos Estados Unidos [...] Nenhum dos dois dados, 10 mil ou 6 mil, se revelariam verdadeiros [...] Um fértil volume de fatos imprecisos e não confirmados, de especulação e boatos, espalhados mesmo por fontes confiáveis, marcou aquela que foi a maior mobilização já feita pelos diários num só instante em torno de um mesmo fato. (PEREIRA JÚNIOR, 2006. p. 67).

Nessa perspectiva, observou-se a insuficiência das agências internacionais de notícias em transmitir dados concretos e coerentes, bem como a ação deliberada de veículos de comunicação que, em meio à incerteza, decidiram divulgar dados sobre os quais não havia nenhuma certeza. Somente um ano depois se chegaria a um número real de vítimas, 3.025, mas até então os leitores não foram poupados das especulações sobre o possível número de vítimas.

Pereira Júnior (2006, p. 72), ainda afirma que “o rigor na apuração de informações deve partir de premissa muito simples, nem sempre considerada: cada afirmação, de cada linha, só deve ser mantida depois de respaldada”, trazendo de volta com isso a



necessidade de verificar as evidências e confrontá-las com outras, a fim de transmitir um relato confiável.

### **Desafios do jornalismo online e a superficialidade como tendência**

Cabe resgatar que uma das funções intrínsecas do jornalismo é a transmissão de informações coerentes e confiáveis, dando ao seu público a possibilidade de obter dados que possam posteriormente analisar, sem ter contato com as fontes primárias, e tecer um pensamento crítico a respeito.

Podemos, então, dizer que a superficialidade ou a transmissão de informações inconclusas e sem dados sólidos, apenas exerceria como um transporte de dados brutos, sem análise ou interpretação, o que para Noblat (2008, On-line), seria uma ponte de transferência de dúvidas para os leitores. “É cômodo escrever que fulano disse que tal fato se passou assim, mas que beltrano disse que se passou de outra forma. E o leitor, como fica? No que ele deve acreditar?”. O autor ainda aponta que o repórter é o agente que deve se encarregar pela investigação e obtenção destas respostas para o seu público.

Estes registros de superficialidade, atrelados à condição de polivalência dos profissionais de comunicação, vem sendo analisada em conjunto com o sensacionalismo, muito presente nos jornais tabloides que surgiram nas últimas décadas. Por um lado, “à medida que o nível de convergência de mídias aumenta, exige-se do jornalista um maior grau de versatilidade” (SALAVERRÍA & GÁRCIA AVILÉS, 2008, p. 43, tradução nossa).<sup>4</sup> Por outro lado, esta tendência também tem levado estes jornais a produzirem um conteúdo mais raso que acaba atingindo a classe popular com uma linguagem mais coloquial e voltada para sua cotidianidade. Isto tem constituído muitos destes veículos em líderes dos seus mercados.

Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isto, a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação de subjetivismo. (MARCONDES FILHO, 1989, p. 149).

---

<sup>4</sup> Conforme aumenta el nivel de convergencia de medios, al periodista se le requiere un mayor grado de polivalencia (SALAVERRÍA & GÁRCIA AVILÉS, 2008, p. 43).



Esta acolhida que o formato de jornalismo “popular” tomou no mundo está atrelada a diversos fatores que envolvem a comercialização massiva dos jornais e, conseqüentemente, ao maior número de vendas de anúncios no jornal. Assim, conforme Guedes (2010, p. 57), esta estratégia sintetiza a “conjugação de diferentes fórmulas com o intuito de ser bem recebido por classes tradicionalmente excluídas do hábito de compra e leitura de jornais impressos”.

A falta de conteúdo aprofundado tem sido uma das marcas destes veículos, que se utilizam também de informações supérfluas ou vazias, (de entretenimento, do mundo das celebridades, das novelas), entregando ao seu público da camada popular, aquilo que ela mais gosta: “sensacionalismo e entretenimento”.

Mas devido a este poder que os veículos conquistaram, de atrair novos leitores de notícias, surgem correntes de pensamento que defendem o uso do formato. Menezes (2010), trouxe em seu artigo intitulado *Jornalismo moderno na superficialidade camufla sensacionalismo bolorento no conteúdo*, o posicionamento do Jornal Agora, de São Paulo, por meio do seu editor-chefe, Luiz Carlos Duarte. Para ele, a ideia destes jornais é “fazer um jornalismo popular sem vergonha de ser popular”.

Hoje nós fazemos o jornal para a família. Tem lá o caderno de variedades, que é o lado feminino do jornal, tem esportes, tem dinheiro, tem o Brasil, o mundo, ele é mais completo, não sei se estou cometendo uma injustiça aqui com a história, completo não, mas ele é mais equilibrado. O Agora também tem prestado um serviço excelente do ponto de vista das aposentadorias. Nós fomos o único jornal a levantar a tese do fim do prazo para a revisão das aposentadorias. (Luiz Carlos Duarte, editor-chefe Jornal Agora, São Paulo, entrevista concedida a Leda Menezes em Dez. 2004).

Embora, se verifique um aumento constante de novos leitores de jornais nas classes populares, trazidos por estes conteúdos mais adaptados à sua linguagem, gosto e costumes, a maior parte dos posicionamentos dos autores estão encaminhados aos malefícios trazidos por esta tratativa comercial e superficial da notícia, com a clara intenção de aumentar, a venda de jornais e, no caso da internet, os números acesso.

a propósito do uso do termo ‘popular’ para identificar e qualificar publicações e programas que nada têm de populares. E não são populares pela simples razão de praticarem uma narração, dita jornalística, feita de verborragia hipocritamente populista, nutrida pela





miséria e pela dor alheia – e isso os caracteriza e camufla. Consciente ou inconscientemente, exploram os fracos e os humildes, numa estratégia de perpetuação da exclusão social. E ainda se passam por libertários e justiceiros. A aceitação de que o termo popular serve para identificar esse tipo de jornalismo deprecia o conceito, na medida em que o deforma. De popular deveria ser chamado o jornalismo que assume o discurso e as razões dos mais fracos e dos mais pobres, como perspectiva preponderante na narração dos conflitos. (CHAPARRO, 1997, p. 33).

O pensamento de Chaparro contrasta com a ideia de Duarte, as diferenças são marcantes, uma vez que por meio de diversos argumentos, se encontra o fantasma da superficialidade presente nas redações jornalísticas. O jornalista Noblat (2008), ao referir-se à pressa que percebe nos jornalistas e editores na elucidação dos fatos, diz estar espantado. Percebendo que tem sido priorizada a velocidade, ao processo de captação, apuração e transmissão dos dados.

A pressa é a culpada, nas redações, pelo aniquilamento de muitas verdades, pela quantidade vergonhosa de pequenos e grandes erros que borram as páginas dos jornais e pela superficialidade de textos que desestimulam a reflexão. Apurar bem exige tempo. Escrever bem exige tempo (NOBLAT, 2008, On-line).

Em consonância com Noblat, Lorena Tárzia (2007), ao fazer referência a Klinenberg (1999) afirma que a “polivalência midiática permite um modo de produção em que cada uma das mídias que compõem um conglomerado utilize produtos de outras, assim como equipamentos”. Desse modo, é cada vez mais frequente encontrar jornalistas com diversas facetas profissionais, tendo habilidade nas mais diversas mídias e os formatos empregados nelas. “O resultado é que os jornalistas dispõem de menos tempo para apurar e redigir, produzindo notícias mais superficiais”.

Assim, um repórter pode doravante escrever um artigo para a edição da noite, aparecer na tela para tratar do mesmo acontecimento na televisão e ampliar a informação com os especialistas de Internet sugerindo-lhes relações com outros sites ou acontecimentos. (KLINENBERG, 1999, p. 7 apud TÁRCIA, 2007, p. 80).

Outro ponto relacionado à superficialidade de alguns conteúdos registrados nos jornais online, é conexo à fadiga causada pelos monitores dos dispositivos móveis e computadores de mesa. Em um estudo sobre os padrões de leitura na web, publicado por



Jakob Nielsen (1997), se afirma que o 79% dos usuários sempre percorriam rapidamente com o olhar as novas páginas do site em que entravam e apenas 16% liam palavra por palavra.

Este estudo, também corroborado por Pinho (2003), classifica os tipos de leitura do material virtual em 4: Superficial, por varrimento, intensiva e extensiva.

- **Leitura superficial:** é aquela em que os leitores movem rapidamente seus olhos sobre a tela do computador para verificar se o conteúdo é relevante de acordo com os seus interesses.

- **Leitura por varrimento:** o usuário focaliza de forma rápida as partes específicas da matéria que são de seu interesse.

- **Leitura intensiva:** acontece quando o tema exposto é sumamente relevante para o leitor que lê uma pequena quantidade de conteúdo para obter uma informação mais aprofundada.

- **Leitura extensiva:** é uma maneira minuciosa de ler textos extensos, mas por causa da fadiga visual que causa a tela do computador, este sistema é o menos utilizado na redação do jornalismo digital.

Se percebe, claramente, que o aprofundamento dos fatos na internet não podem seguir o modelo tradicional de textos compostos, longos e com sequências enormes de dados. Se faz necessário aqui lançar mão das possibilidades tecnológicas oferecidas pela internet, como elementos diferenciais na elaboração e transmissão do conteúdo.

### **Novos formatos - novas estratégias**

Tendo analisado algumas das situações que levam à publicação de informação superficial, a apreciação de um formato de publicação de notícias por meio da internet que preencha essa lacuna informacional na sociedade, ganha força ao elencar na linguagem do jornalismo online um conjunto de elementos que possibilitem a usabilidade do leitor, que despertem sua atenção.

Internet exige que o material mostrado da tela do monitor suscite no leitor a confiança de que ele encontrará no site a informação procurada. O redator do texto precisa antecipar o motivo pelo qual o usuário está



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



visitando aquele site e certificar-se de que o que ele vê tem um contexto estabelecido. (PINHO, 2003, p. 50).

A chave para esta interação no conteúdo e navegabilidade do usuário, segundo Bolós (2002), teria sua chave a utilização de formatos multimídia. O autor parte da premissa de que se deve fazer referência ao jornalismo impresso, radiofônico e televisivo para identificar a linguagem específica, devido a que na internet a informação através da multimídia utiliza as três linguagens.

O jornalismo digital supõe a utilização simultânea de todos os suportes que já conhecemos – texto, sons, fotos, vídeos e gráficos, fixos ou em movimento para produzir uma linguagem pluralizada, unificadora e multimidiática que denominaremos a partir de agora como múltipla, e que será imprescindível para um elevado número de jornalistas no mundo todo. (BOLÓS, 2002, p. 79, tradução nossa).<sup>5</sup>

Assim, é preciso que a escritura dos meios digitais dê lugar a um novo modo de estruturar a informação para ajustá-la ao formato web, que levará ao usuário as notícias com uma linguagem mais espontânea e acompanhada de elementos novos, pontos de vista aprofundados, de uma maneira criativa. Podendo, a partir disso, fazer uso das distintas mídias e formatos existentes para dar corpo a uma comunicação multimídia, que se complemente e que comunique os fatos com maior clareza para o usuário, uma vez que neste contexto não será mais tão nítida a distinção entre as diversas mídias tradicionais, seus formatos e as possibilidades da internet.

Assim, podemos nos referir ao jornalismo escrito, de rádio e televisão edescobrir um idioma específico em cada um deles. Mas se até agora era necessário fazer uma distinção entre os vários códigos de transmissão escritos e audiovisuais, as informações que chegam até nós pela Internet - ou qualquer outra rede no futuro -, além de aumentarem as possibilidades atuais do Hipertexto, podem unificar as diferentes linguagens em um. E isso significa o uso simultâneo de todos os suportes que já conhecemos –Texto, som, fotos, vídeos e gráficos estáticos ou em movimento - para produzir uma linguagem plural, unificadora e multimídia, essencial para uma alta porcentagem de jornalistas em todo o mundo. (BOLÓS, 2002, p. 83, tradução nossa).<sup>6</sup>

<sup>5</sup> El periodismo digital supone la utilización simultánea de todos los soportes que ya conocemos - texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos fijos o en movimiento - para llegar a producir un lenguaje plural, unificador y multimedia, que va a ser imprescindible para un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo. (BOLÓS, 2002, p. 79).

<sup>6</sup> Así, podemos referirnos al periodismo escrito, radiofónico y televisivo, y descubrir un lenguaje particular en cada uno de ellos. Pero si hasta ahora era necesario hacer una distinción entre los diversos códigos de transmisión escritos



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



Desta forma, nasce o que conhecemos como “convergência de mídias”. Justamente a junção destes diversos formatos de comunicação em uma estrutura lógica e complementar, que nos permita levar ao usuário uma comunicação com maior profundidade, permeada de informações densas, por meio da utilização dos seus diversos recursos visuais.

O jornalismo online também possui características diferenciadas, se comparada com outras mídias utilizadas pelo jornalismo. Embora na atualidade não seja possível determinar um conjunto de características fixas é possível tomar como base as já pesquisadas por Mielniczuk (2003), para quem essas características marcantes são a interatividade, hipertextualidade, multimídia, convergência, customização, memória e atualização contínua.

Diante disso, a inserção de novas características de linguagem no jornalismo online é plausível, tendo em vista a multiplicidade de recursos existentes para a exploração de conteúdos mais abrangentes, porém, de uma forma complementar e não linear.

As tecnologias digitais intervêm nas rotinas produtivas do jornalismo e geram novos formatos de notícia, como o texto informativo não linear marcado pela multimídia e pela interatividade. No hipertexto o leitor ‘navega’ priorizando os links que desejar (BECKER, 2012, p. 21).

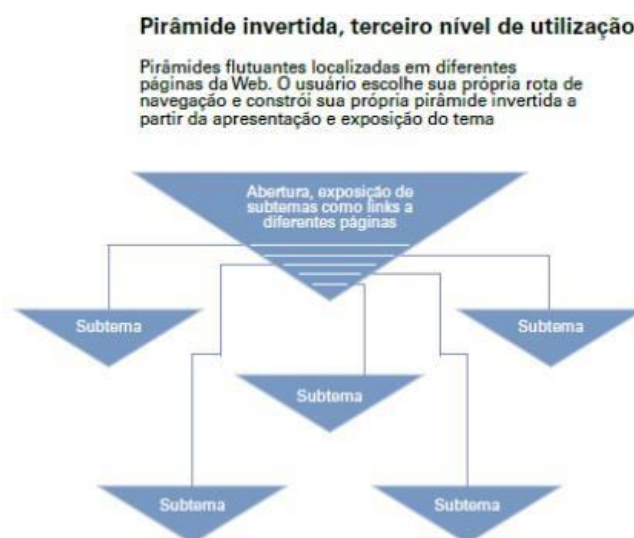
Sendo assim, para a otimizar a utilização desta multiplicidade de recursos, foi importante romper com a linearidade na transmissão da informação. O conceito de pirâmide invertida ganha, portanto, uma nova perspectiva denominada de pirâmides

---

y audiovisuales, la información que nos llega a través de Internet –o de cualquier otra red en el futuro–, además de añadir a las posibilidades actuales las del hipertexto, puede unificar los distintos lenguajes en uno sólo. Y eso supone la utilización simultánea de todos los soportes que ya conocemos –texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos fijos o en movimiento– para llegar a producir un lenguaje plural, unificador y multimedia, que va a ser imprescindible para un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo (BOLÓS, 2002, p. 83).

flutuantes, que permitem a publicação de subtemas ligados ao tema principal, que são colocados em páginas web diferentes e sem hierarquias entre si.

Figura 1- Estrutura de pirâmides flutuantes com a inserção dos subtemas ao longo do conteúdo.



Fonte: Como Escrever para a Web, p. 61.

Assim, para Franco (2009, p. 60), "O resultado final deste trabalho é uma introdução ao assunto, seguida por links que levam aos subtemas. A ordem em que são apresentados os subtemas pode sugerir uma rota de navegação". Nesta ordem, conseguimos fragmentar grandes temáticas que, linearmente, estariam em uma única página e se tornariam incômodas para a leitura do usuário da internet.

### Considerações finais

Ao percorrermos esta análise bibliográfica sobre os fenômenos que causam a superficialidade nos veículos de comunicação, principalmente no jornalismo online, cabe ressaltar que os componentes que resultam nas práticas de jornalismo superficial estão atrelados a situações que vão além da simples intenção da superficialidade.

Conforme proposto nos objetivos, neste artigo discutimos teoricamente sobre os pressupostos da superficialidade, preparando com isto o caminho para novas pesquisas que verifiquem *in loco* este fenômeno. No entanto, preliminarmente podemos apontar que



um dos grandes problemas para os profissionais envolvidos na produção jornalística superficial é o pouco tempo atribuído para a realização das suas atividades, cada vez é preciso produzir mais; na prática mercadológica, os veículos de comunicação acabam privilegiando a quantidade e não a qualidade do material informativo produzido, tendo este posicionamento como modelo mercadológico. Quanto aos usuários, os novos hábitos de consumo de informação na internet, compreendemos que é um público que, devido às condições próprias da tecnologia, encaminha seus interesses, por vezes, em conteúdos menos densos.

### **Referências bibliográficas**

BECKER, Beatriz. **Pensando e Fazendo Jornalismo Audiovisual**: A experiência do projeto TJ UFRJ. Rio de Janeiro: e-papers, 2012.

BOLÓS, Concha Edo. **El Language Periodístico en la red: Del texto AL hipertexto y Del multimedia al hypermedia**, 2002, Disponível em: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110079A>> Acessado em: 19/08/17.

CASTILHO, Carlos. **Corrida pelo furo cria novo caso de quebra da ética jornalística**. Observatório de imprensa, 2011. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/corrida-para-dar-furo-sobre-mandela-cria-novo-caso-de-quebra-da-etica-jornalistica/>. Acesso em: 05 de nov. 2021.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **O uso indevido do rótulo 'popular'**. O Ribatejo, Santarém, Portugal: Cortes e Recortes, 1997.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 3<sup>a</sup>.ed., São Paulo: Contexto, 2003.

FORD, Tamara Villareal; GENEVE, Gil. A Internet radical. In: DOWNING, John D.H. **Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. Tradução de Silvana Vieira. São Paulo: SENAC, 2004.

FRANCO, Guillermo. Traduzido por SOARES, Marcelo. **Como escrever para Web**. Austin: Knight Center, 2009.

GARCIA MARQUEZ, Gabriel. **El mejor oficio del mundo**. Discurso en la 2<sup>a</sup>. asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa en Los Angeles, California, el 7 de octubre de 1996. Disponível em <<https://www.redalyc.org/pdf/160/16057434006.pdf>>. Acesso em: 05 de nov. 2021.

GONÇALVES, Elias Machado. **Os novos conceitos de edição no jornalismo digital**. Comunicação e Sociedade, no 2, vol.14, 2000.



GUEDES, Maria da Consolação Resende. **Jornal popular-massivo: as estratégias utilizadas pelo super notícia para conquistar seu leitor**. Belo Horizonte, 2010. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

HERBERT, John. **Journalism in the digital age: theory and practice for broadcast, print and on-line media**. Oxford: Focal Press, 2000. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/>. Acesso em: 05 de nov. 2021.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. 4ª edição. Barueri, SP: Manole, 2009.

LUCAS, Giovana Azevedo Pampanelli. **Notícias On-line em Tempo Real: O Jornalismo na Era Tecnológica**. Juiz de Fora: UFJF, FACOM, 2002.

MAIA, Luiz Paulo. **A grande reportagem como criação literária: a experiência da Universidade Federal do Paraná**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Guarapuava, Paraná. 2008.

MARANGONI, Reinaldo; PEREIRA, Luciano Iuri; RODRIGUES SILVA; Rafael. **Webjornalismo: uma reportagem sobre a prática do jornalismo online**. Indaiatuba: Rumograf, 2002.

MENESES, Leda Rosa. **Jornalismo moderno na superficialidade camufla sensacionalismo bolorento no conteúdo**. Universidade de São Paulo: Intercom, 2010.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

NIELSEN, Jakob. **How users read on the web**, 1997.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 7. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. Métodos de Investigação na Imprensa. BARROS FILHO, Clóvis. (Org.). **Coleção Fazer Jornalismo**. Petrópolis: RJ. Editora Vozes, 2006.

PINHO, José Benedito. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

SALAVERRÍA, Ramón; GÁRCIA AVILÉS, José Alberto. **La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo**. Trípodos, número 23, Barcelona, 2008.

TÁRCIA, Lorena Peret Tasende. **Ação, pesquisa e reflexão sobre a docência na formação do jornalista em tempos de convergência das mídias digitais**. 2007. Dissertação (Mestrado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica De Minas Gerais.