

COMPÓS 2003

“O princípio da credibilidade na seleção da informação mediática”

Autor: Paulo Serra

Relatora: Mágda Cunha/PUCRS

A credibilidade da informação que circula na internet é preocupação hoje de vários campos de estudo. A possibilidade de existência de conteúdo em rede, produzido por qualquer indivíduo, coloca em questão a veracidade ou não dos fatos ali narrados. Paulo Serra, no texto O princípio da credibilidade na seleção da informação mediática, discute o tema a partir do princípio da credibilidade, construída na relação orador/emissor e ouvinte/receptor, chegando ao que classifica como dispositivo de credibilização. Seu estudo está baseado na informação jornalística dos meios convencionais. Tal escolha não está clara no texto, mas leva à dedução, já que o autor contrapõe o que classifica de “velho jornalismo” e jornalismo online. Este aspecto está sendo aqui destacado, pois será relevante posteriormente para discussão da proposta do texto.

A abordagem da credibilidade como *ethos* e o pensamento de que “só se pode levar alguém a crer em alguma coisa, quando se pode levar esse alguém a crer no alguém que o quer levar a crer”, podem ser reforçados por Bourdieu(1996:85) para quem “a questão ingênua do poder das palavras está logicamente implicada na supressão inicial da questão acerca dos usos da linguagem e, por conseguinte, das condições sociais de utilização das palavras.” Segundo ele, apenas em casos excepcionais, com situações abstratas e artificiais de experimentação, as trocas simbólicas se reduzem a relações de pura comunicação e o conteúdo informativo da mensagem esgota o conteúdo da comunicação. O poder das palavras é apenas o poder delegado do porta-voz cujas palavras (de maneira indissociável, a matéria de seu discurso e sua maneira de falar) constituem no máximo um testemunho, entre outros, da garantia de delegação de que ele está investido.

O autor ressalta que o êxito das operações de magia social, que são os atos de autoridade ou os atos autorizados, está subordinado à confluência de um conjunto sistemático de condições independentes que compõem os rituais sociais.

Conforme se pode constatar, todos os esforços para encontrar na lógica propriamente lingüística das diferentes formas de argumentação, de retórica e de estilística, o princípio de sua eficácia simbólica, estão condenados ao fracasso quando não logram estabelecer a relação entre as propriedades do discurso, as propriedades daquele que o pronuncia e as propriedades da instituição que o autoriza a pronunciá-lo. (BOURDIEU, 1996:89)

O pensamento de Bourdieu tem aqui o objetivo de reforçar a idéia de autorização da recepção, do ouvinte/receptor, em relação ao orador/emissor. Levar alguém “a crer no alguém que o quer levar a crer” envolve fundamental responsabilidade de parte da recepção. Não está baseado apenas nas possíveis estratégias do orador para persuadir a audiência, mas na sua legitimação como porta-voz do grupo ao qual se dirige.

A partir desse pensamento, chega-se ao dispositivo de credibilização, proposto por Serra, que “funciona de forma perfeita não só do lado dos emissores, mas também do lado dos receptores”. Mais uma vez fica reforçada a participação do público na confirmação do contrato de leitura.

A determinação do cânone não só de quem pode produzir a informação, mas sobre o que é informação, está legitimada por este contrato, onde o porta-voz é autorizado pela audiência. Porém, todas as considerações feitas pelo autor no que diz respeito à construção do dispositivo de credibilização estão alicerçadas no que ele mesmo classifica de “velho jornalismo”, aspecto a que nos referimos no início deste relato.

É relevante considerar o suporte tecnológico e suas características de circulação da informação, associadas ao conteúdo presente. Isto porque não há como dissociar do suporte jornal, o conteúdo ali veiculado ou o rádio de seus

oradores, como porta-vozes, além da televisão, com os diferentes contratos que estabelece por intermédio da imagem.

Se é possível reconhecer a existência de oradores com credibilidade, nas mídias convencionais, na web este processo de legitimação pode ser diferente, descentralizado, exatamente pelo conceito de rede. O conceito do que é informação, determinado pelo cânone, na web pode ser quebrado, uma vez que muitas informações, por porta-vozes diferentes, podem circular. É verdade que, se considerarmos apenas os sites jornalísticos, a audiência ainda associará credibilidade aos grandes grupos, detentores de mídias convencionais. Mas a própria organização da internet se deu desta forma. Os primeiros trabalhos jornalísticos saíram destas empresas. Todavia, é fundamental entender a web como ambiente, onde estes conteúdos jornalísticos estão convivendo com muitos outros sites não oficiais, acessados e construídos permanentemente pela audiência.

Na internet, considerada de forma mais ampla, pode haver porta-vozes e contratos de leitura, mas estes têm no seu mesmo ambiente outras possibilidades ilimitadas ao alcance do público. É isto que faz a rede diferente da mídia convencional, a co-existência e possibilidade de que a audiência também possa construir seus sites de informação, o que garante a polifonia informativa. A ordenação do conteúdo nos sites de busca passa sim por um critério de organização da web, semelhante ao que já ocorreu com outras mídias.

Quando o autor ressalta que o realmente novo na Internet são critérios como rapidez da atualização da informação, é preciso ressaltar que o rádio já quebrou a fronteira do tempo da agilidade da notícia. Pelo áudio e transmissão de sinais à distância, o rádio foi e é capaz de transmitir os fatos diretamente do local em que acontecem. Com a internet, a grande mudança neste aspecto, é o fato poder ser transmitido ao vivo e estar *on demand*, com áudio, vídeo, texto e recursos específicos da web, a qualquer momento em que o receptor deseje acessare em escala mundial.

O presente relato não tem por objetivo ressaltar as qualidades da internet, mas defender que para avaliação de aspectos como conteúdo jornalístico e

credibilidade, é preciso considerar os meios como suportes tecnológicos que interferem na informação. O rádio não é o áudio do jornal, como a televisão não é o rádio com imagem e nem a internet é a união de todas as mídias. Cada um dos meios é diferente e estabelece condições de leitura diferentes. Não são os meios tradicionais comparados com a internet, mas cada um deles deve ser considerado com suas características específicas. Na internet, a audiência pode consultar um site jornalístico de uma grande empresa, um blog de um soldado americano, outro de um soldado irquiano. Ele é quem vai sintetizar e “credibilizar” ou não a informação, a partir de critérios variados.

O próprio papel do jornalista se modifica neste contexto. Os fatos em primeira mão não são mais privilégio deste profissional, uma vez que em cada ponto do mundo há narradores-receptores, conectados em rede e munidos de tecnologia adequada, podendo estar bem mais próximos do acontecimento. Ao jornalista cabe agora o aprofundamento do fato, a análise. A sociedade do século XX, que chega ao XXI, desenvolveu para si tecnologias de independização em todas as áreas, de liberdade em relação a um mediador. Acontecimentos narrados em primeira mão seguem exatamente esta classificação, uma vez que sua origem pode ser qualquer indivíduo com uma pequena câmera ou um telefone celular e que esteja presenciando o fato.

Mesmo sendo flexível quanto à construção da credibilidade conjugada do orador/emissor e do ouvinte/receptor, tecendo críticas aos estudos que encaram o processo de recepção de forma mecanicista, Paulo Serra propõe um modelo que poderia ser classificado como estanque de construção de um dispositivo de credibilização que, seja qual for o meio, passa sempre pelos mesmos processos.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas lingüísticas. São Paulo: Edusp, 1996.