

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

MATHEUS DA ROCHA LEITE

**MOVIMENTO SLOW JOURNALISM: UMA ANÁLISE A PARTIR DO BLOG
MANUAL DO USUÁRIO**

PORTO ALEGRE

2023

MATHEUS DA ROCHA LEITE

Movimento Slow Journalism: uma análise a partir do blog Manual do Usuário

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Ruschel Träsel

PORTO ALEGRE

2023

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

Leite, Matheus da Rocha
Movimento Slow Journalism: uma análise a partir do
blog Manual do Usuário / Matheus da Rocha Leite. --
2023.
70 f.
Orientador: Marcelo Ruschel Träsel.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Jornalismo,
Porto Alegre, BR-RS, 2023.

1. Análise de conteúdo. 2. Ciberjornalismo. 3.
Crise no jornalismo. 4. Qualidade jornalística. 5.
Slow Journalism. I. Träsel, Marcelo Ruschel, orient.
II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

**MOVIMENTO SLOW JOURNALISM: UMA ANÁLISE A PARTIR DO BLOG
MANUAL DO USUÁRIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Ruschel Träsel

Porto Alegre, 4 de abril de 2023.

Banca examinadora

Prof. Dr. Marcelo Ruschel Träsel
Orientador(a)

Prof.(a) Dr.(a) Felipe Moura de Oliveira
UFRGS

Prof.(a) Dr.(a) Janaína Kalsing
UFRGS

Porto Alegre, abril de 2023

Dedicado, especialmente, a Vô Décio e Vô
Zulminha

RESUMO

Não é novidade que o jornalismo enfrenta uma crise global, com demissões em massa, fechamento de veículos e redução da qualidade e profundidade das reportagens. Esse cenário se deve a uma série de fatores, como a concorrência das redes sociais, a desinformação e a pressão por produção de conteúdo em tempo real. Em meio a essa crise, surge o conceito de Slow Journalism (SJ), que propõe uma abordagem mais lenta e reflexiva na produção de notícias, privilegiando a qualidade sobre a velocidade. O SJ pode ser uma solução para enfrentar a crise no jornalismo, pois permite aos jornalistas mais tempo para investigar, apurar e contextualizar as informações, resultando em reportagens mais aprofundadas e precisas. Além disso, o SJ também incentiva o engajamento dos leitores e a construção de uma relação mais próxima e duradoura entre jornalistas e audiência. Neste trabalho, faço uma análise do movimento SJ a partir da sua aplicação no conteúdo do blog independente de tecnologia Manual do Usuário, buscando responder ao seguinte problema de pesquisa: o movimento SJ pode contribuir para o enfrentamento à crise do jornalismo? Tenho como objetivo geral compreender como os princípios do SJ são aplicados no conteúdo do blog Manual do Usuário, e como objetivos específicos contextualizar a crise do jornalismo; explicar o movimento Slow, SJ e como eles são alternativas a esta crise; descrever o blog Manual do Usuário; destacar características aferíveis do Slow e analisar de que formas elas aparecem no Manual. Após delimitação de características aferíveis do Slow Journalism e catalogação de uma amostra de 56 publicações do blog para análise, concluo que o movimento pode funcionar como alternativa à crise, e que suas características mais presentes no conteúdo do blog são Transparência, Contexto e Elementos Narrativos, mas também há presença de Coprodução e Longa Extensão.

Palavras-chave: Análise de conteúdo; Ciberjornalismo; Crise no jornalismo; Qualidade jornalística; Slow Journalism.

ABSTRACT

It is not new that journalism is facing a global crisis, with mass layoffs, closure of vehicles and reduction in the quality and depth of reporting. This scenario is due to a series of factors, such as competition from social networks, misinformation and the pressure to produce content in real time. In the midst of this crisis, the concept of Slow Journalism (SJ) emerges, which proposes a slower and more reflective approach to news production, privileging quality over speed. SJ can be a solution to face the crisis in journalism, as it allows journalists more time to investigate, investigate and contextualize information, resulting in more in-depth and accurate reports. In addition, SJ also encourages reader engagement and the construction of a closer and lasting relationship between journalists and audience. In this work, I analyze the SJ movement from its application in the content of the technology-independent blog Manual do Usuário (User Manual), seeking to answer the following research problem: can the SJ movement contribute to facing the journalism crisis? My general objective is to understand how the principles of the SJ are applied in the content of Manual do Usuário blog, and I have as specific objectives to contextualize the crisis in journalism; explain the Slow movement, SJ and how they are alternatives to this crisis; describe the Manual do Usuário blog; highlight characteristics of Slow and analyze how they appear in Manual. After defining Slow Journalism's measurable characteristics and cataloging a sample of 56 blog posts for analysis, I conclude that the movement can serve as an alternative to the crisis, and that its most present characteristics in the blog's content are Transparency, Context and Narrative Elements, but there is also the presence of Coproduction and Long Extension.

Keywords: Content analysis; Cyberjournalism; Crisis in journalism; Journalistic quality; Slow Journalism.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Mapa mental com relações e características do SJ	26
Figura 2 - Reprodução de parte de um relatório de atividades enviado semanalmente aos apoiadores.....	34
Figura 3 - Reprodução de parte de um relatório mensal enviado ao público geral.....	35
Figura 4 - Reprodução do “texto de transparência” do fundador Rodrigo Ghedin.....	36
Figura 5 - Reprodução de uma conversa de Ghedin com apoiadores dentro do tópico “Feedback” do grupo Conselho do Manual.....	38
Figura 6 - Reprodução de parte da newsletter “Achados e Perdidos”.....	40
Figura 7 - Reprodução de atualização na publicação 21.....	44
Figura 8 - Reprodução de parágrafo na publicação 21.....	45
Figura 9 - Montagem com 3 exemplos de indicação de fontes.....	51
Figura 10 - Exemplo de publicação com 7 links.....	52
Figura 11 - Exemplos de parágrafos onde há figura de linguagem e opinião ao mesmo tempo.....	53
Figura 12 - Reprodução de matéria feita a partir de colaboração com leitor.....	54
Figura 13 - Trecho da newsletter exclusiva para apoiadores.....	57

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Percentual dos tipos de conteúdo no Manual do Usuário.....	48
Tabela 2 - Presença de elementos SJ nas publicações.....	49
Tabela 3 - Presença de elementos SJ nas publicações.....	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 CRISE NO JORNALISMO.....	15
3 O SLOW JOURNALISM.....	21
3.1 O movimento Slow.....	21
3.2 A filosofia Slow aplicada ao jornalismo.....	25
3.3 O Slow Journalism como alternativa à crise.....	27
4 METODOLOGIA E ANÁLISE.....	32
4.1 O Manual do Usuário.....	32
4.1.1 Área de Cobertura.....	33
4.1.2 Conteúdo.....	39
4.1.3 Financiamento e dados.....	41
4.2 Metodologia.....	42
4.3 Análise.....	43
4.4 Resultado.....	49
4.4.1 Discussão dos resultados.....	54
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59
6 REFERÊNCIAS.....	63
APÊNDICE I: ENTREVISTA COM RODRIGO GHEDIN.....	66
APÊNDICE II: FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO.....	68

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo como o conhecíamos no século XX já não existe mais. Nos últimos 15 anos, houve “uma explosão de técnicas e ferramentas que lançaram por terra a velha ordem”, gerando o período que Anderson, Bell e Shirky (2013, p.32) chamam de jornalismo pós-industrial. Com o surgimento da internet, todos os atores envolvidos no ecossistema jornalístico passaram a ter muito mais liberdade (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013). Do lado do consumidor de notícias, há liberdade para se comunicar, tanto entre pares quanto com os próprios veículos. O trabalho do jornalista já não ocorre em isolamento, mas em cooperação e colaboração com a audiência. Segundo Bruns (2011, p.138), “o jornalismo se tornou uma atividade com participação da massa”.

A notícia era algo que recebíamos, não algo que usávamos. Se quiséssemos tornar pública nossa própria opinião, precisávamos pedir permissão a profissionais, que tinham de ser convencidos a imprimi-la na seção de cartas ao editor ou a nos ceder um breve espaço no ar em algum programa aberto à participação do público (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p.70).

Para os produtores de notícias, foram criadas ferramentas que facilitam o trabalho investigativo, a divulgação, a visualização de informações e o financiamento (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013). No Brasil, é possível ter acesso a bancos de dados como os disponíveis no Portal da Transparência e realizar pedidos de informações públicas via Lei de Acesso à Informação, por exemplo. De um modo geral, é possível ter acesso a softwares gratuitos para criação e edição de imagens, áudios, infográficos ou vídeos. Também estão disponíveis plataformas de *crowdfunding*¹, que facilitam o financiamento de projetos jornalísticos. Do lado negativo para o produtor, é preciso levar em consideração os efeitos das redes sociais quando se trata de desinformação (D’ANCONA, 2018) e da “economia da atenção” (ROSIQUE-CEDILLO; BARRANQUERO-CARRETERO, 2015, p.452).

Já para os anunciantes, a liberdade que passaram a ter é justamente um dos fatores para a crise financeira do antigo modelo de jornalismo. O subsídio publicitário era até pouco tempo a principal fonte de financiamento do jornalismo, mas este investimento migrou gradativamente para as redes sociais, onde encontra vantagens que os veículos não podem oferecer, sob o ponto de vista do marketing. Aliado a este fator de dificuldade financeira, o fácil acesso do público a um sem-fim de informações em tempo real, bem como a ferramentas antes restritas, como

¹ Crowdfunding, ou financiamento coletivo, é o nome da prática em que empresas ou pessoas físicas buscam recursos para viabilizar seus projetos de um grupo de pessoas interessadas, muitas vezes oferecendo recompensas pelo apoio, como agradecimentos, acesso antecipado ou brindes.

câmeras, microfones e os softwares supracitados, é responsável pela faceta da crise que não se limita ao campo financeiro, mas também afeta a legitimidade e a credibilidade da profissão (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020), uma vez que atividades antes jornalísticas podem ser agora realizadas por qualquer pessoa com acesso a estes recursos. Entre os novos desafios do campo, portanto, há a necessidade de, além de sustentar-se, recuperar sua imagem frente à sociedade. “Não é apenas a forma de se fazer jornalismo que muda, mas agora se passa a questionar o jornalismo em si de forma visível e escalada na esfera pública” (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020, p. 4). Tal ambiente de crise financeira e de legitimidade, concomitante ao surgimento destas ferramentas tecnológicas, deu origem a iniciativas que buscam inovar em formatos para superar a crise.

Abreu, Oliveira e Stefenon (2020), trazem um exemplo de enfrentamento à crise por meio de mediação qualificada representado pelo Nexo Jornal. Durante a cobertura das queimadas na Amazônia em 2019, veículos tradicionais como o G1 apostaram na aceleração, publicando “mais de 40 matérias diárias”, enquanto o Nexo buscava veicular menos matérias, mas com uma cobertura qualificada:

Dentre suas singularidades, a busca pela investigação, a checagem e precisão dos fatos, o incentivo da colaboração com consumidores, as narrativas locais e pouco veiculadas na mídia hegemônica e tradicional e, além de tudo, um foco na sensorialidade, buscada através da veiculação das histórias em diversas formas (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020, p. 13).

Os autores associam a cobertura do Nexo Jornal ao formato Slow Journalism, e o trazem como “um meio capaz de contrapor a crise e gerar novos caminhos para uma mediação qualificada” (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020, p.3). O movimento Slow Journalism (SJ) deriva do movimento Slow, que por sua vez surge como resposta à aceleração do ritmo de vida da sociedade moderna. Sua concepção se deu na Itália, em 1986, quando questionava a expansão dos restaurantes de *fast-food* no país e apoiava a produção local de alimentos de qualidade, sob a alcunha de *Slow Food*. Posteriormente, espalhou-se para outras áreas da vida, como moda, turismo, lazer, escrita e o próprio jornalismo. De um modo geral, o movimento Slow promove a ideia de que, ao desacelerar, podemos viver uma vida mais consciente, saudável e satisfatória; aproveitando cada momento ao invés de vivenciá-los de forma frenética ou automática. Sua intenção é desafiar a cultura do imediatismo, da velocidade e, de certa forma, da liquidez (BAUMAN, 2007) em voga, e incentivar as pessoas a desacelerar, valorizando a qualidade sobre a quantidade. Quando transpostos ao jornalismo estes conceitos, resultando no Slow Journalism, seu objetivo passa a ser “repensar os tempos necessários para

produzir uma informação rigorosa, criativa e de qualidade” (ROSIQUE-CEDILLO; BARRANQUERO-CARRETERO, 2015, p.453).

Prazeres (2018, p.128) argumenta que a velocidade é um dos valores da cibercultura, além de outros como inovação, eficiência, interatividade, conectividade, mobilidade e visibilidade, e que “tais valores são constantemente associados a uma ideia de progresso, à qual estaríamos suscetíveis por se tratar, inevitavelmente, de algo positivo”. No entanto, segundo a autora, é preciso questionar o uso destes recursos em diversos campos, inclusive no campo jornalístico, uma vez que um suposto “consenso” relacionado à crença na tecnologia enquanto progresso absoluto poderia inibir críticas possíveis e tomar como “natural” a adesão à aceleração nos ambientes tecnológicos. “Vivemos agora em uma cultura de notícias online instantâneas que incorpora não apenas a disseminação instantânea das notícias, mas também reações imediatas e comentários sobre elas” (KARLSSON, 2011 apud CRAIG, 2016, p.465). O SJ tem como base justamente questionar este *modus operandi* que coloca a aceleração como o padrão de produção.

A maioria dos exemplos de publicações SJ citados pelos autores são veículos de fora do Brasil. Barranquero-Carretero e Rosique-Cedillo (2015) trazem, entre outros, o site espanhol *Jot down* (jotdown.es), abertamente inspirado na revista *New Yorker*, e o argentino *Anfibia* (revistaanfibia.com). Le Masurier (2016) cita a revista inglesa *Delayed Gratification* (slow-journalism.com), expoente na adoção do SJ, e o site holandês *De Correspondent* (decorrespondent.nl), este lançado após uma campanha de *crowdfunding* que arrecadou € 1 milhão. Craig (2016) menciona o americano *Narratively* (narrative.ly) e o finlandês *Long Play* (longplay.fi). Já Prazeres (2018) traz exemplos brasileiros, como Agência Pública (apublica.org), Revista Piauí (piaui.folha.uol.com.br) e Nexo Jornal (nexojornal.com.br). O site *Manual do Usuário*, que é objeto de pesquisa deste trabalho, não é citado por nenhum dos autores, possivelmente pelo seu alcance ainda limitado, pois define-se como uma publicação *Slow Web* e afirma buscar aplicar os princípios deste movimento em sua atuação, como veremos no capítulo analítico. Na análise, porém, serão utilizados conceitos do *Slow Journalism*, uma vez que sua definição tem maior embasamento teórico e permite uma aferição objetiva, ao contrário dos princípios *Slow Web* ou *Slow Media*, que têm natureza subjetiva. Além disso, o *Manual* define-se como *Slow* e é uma publicação jornalística, o que permite que seja analisado com a ótica do SJ. O fundador e editor do MdU, Rodrigo Ghedin, afirma na entrevista contida em Apêndice que acredita que “os princípios desses manifestos ‘slow’ são parecidos, quase intercambiáveis” (GHEDIN, 2023, informação verbal).

Este trabalho tem como problema de pesquisa entender se o Slow Journalism pode contribuir para o enfretamento da crise no jornalismo, e como objetivo geral compreender como os princípios do SJ são aplicados no conteúdo do blog Manual do Usuário. Os objetivos específicos são cinco: contextualizar a crise do jornalismo; explicar o movimento Slow, SJ e como eles são alternativas a esta crise; descrever o blog Manual do Usuário; destacar características aferíveis do Slow e analisar de que formas elas aparecem no Manual. É dividido em 5 capítulos, sendo o primeiro esta introdução. O segundo discorre sobre a situação atual do jornalismo, trazendo as origens da crise, como desinformação (D'ANCONA, 2018; LANIER, 2018), perda de financiamento publicitário (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013), e a emergência de uma sociedade redacional (DEUZE; WITSCHGE, 2016); bem como suas consequências, como a queda na qualidade das produções (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013), demissões em massa (DEUZE; WITSCHGE, 2016) e a autoexploração individual (HAN, 2017). Também introduz o surgimento de movimentos que buscam combater os efeitos da crise, sendo um deles o Slow Journalism, que é tratado no capítulo seguinte.

O terceiro capítulo traz a história do movimento Slow, sua origem e seus princípios, explicando os conceitos de “bom, limpo e justo” (PETRINI, 2007 apud LE MASURIER, 2015) no contexto original, do movimento Slow Food, e suas aplicações quando transpostos para o jornalismo sob a derivação chamada de Slow Journalism (LE MASURIER, 2015; GESS, 2012). Apresenta também exemplos de publicações jornalísticas que, de forma consciente ou involuntária, produzem conteúdo neste formato.

No quarto capítulo, primeiramente introduzo o Manual do Usuário (MdU), explicando sua linha editorial, seus tipos de conteúdo, formas de financiamento e de relação com o leitor. Trago também os dados financeiros e de audiência divulgados semanalmente, assim como uma breve entrevista com o fundador e editor, Rodrigo Ghedin, anexada em Apêndice. A segunda parte deste capítulo traz uma explicação sobre a metodologia adotada para este trabalho, chamada Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), e em seguida a análise em si, feita sobre uma amostra de 56 publicações do MdU de janeiro de 2023. Em cada publicação, foram buscadas categorias relacionadas a características do Slow Journalism a fim de responder como (e se) elas aparecem no conteúdo do Manual do Usuário. As categorias escolhidas para análise foram: Contexto, Transparência, Coprodução, Tempo, Longa Extensão e Elementos Narrativos. São características definidas pelos autores Berkey-Gerard (2009 apud LE MASURIER, 2015, p. 142), Le Masurier (2015) e Rosique-Cedillo e Barranquero-Carretero (2018). Por último, trago os resultados obtidos a partir da análise realizada.

No quinto capítulo, faço as considerações finais deste trabalho a partir de reflexões suscitadas pelo resultado da pesquisa, por observações do objeto e pelos estudos teóricos prévios. Discorro sobre o potencial de iniciativas alternativas de jornalismo na modernidade, sobre críticas ao movimento Slow e empecilhos a sua aplicação. Considero que, apesar de duas características importantes do Slow Journalism não estarem presentes no Manual, são as três que mais apareceram na amostra – Transparência, Contexto e Elementos Narrativos – as que verdadeiramente representam sua operação.

2 CRISE NO JORNALISMO

Desde o surgimento e popularização da internet, o jornalismo atravessa uma crise constante e multifacetada. A migração do analógico para o digital, o surgimento e a posterior hegemonia das mídias sociais, levando a perda de receitas publicitárias e banalização da desinformação; e um aumento da descrença na imprensa, são alguns dos fatores que têm contribuído para que a profissão esteja enfrentando, além de dificuldades financeiras, muitas transformações em relação aos pressupostos econômicos, tecnológicos e sociais com os quais operava no século passado.

Se quisesse resumir em uma sentença a última década no ecossistema jornalístico, a frase poderia ser a seguinte: de uma hora para outra, todo mudo passou a ter muito mais liberdade. Produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a turma anteriormente conhecida como audiência gozam hoje de liberdade inédita para se comunicar, de forma restrita ou ampla, sem as velhas limitações de modelos de radiodifusão e da imprensa escrita (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p.32).

Primeiramente, o financiamento. A publicidade, que historicamente é a principal fonte de receita do jornalismo, se transformou. A popularização das redes sociais fez surgir uma nova forma de anúncios, uma que não remunera diretamente a criação de conteúdo, apesar de estar muitas vezes ligada a ele (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013). A publicidade nas redes tem um grande atrativo, que é o fator da mensuração. É possível saber com precisão quase completa quantas pessoas visualizaram ou interagiram com uma peça, por quanto tempo o fizeram, suas reações a ela e suas características pessoais. Quando um anúncio é veiculado em um jornal impresso, outdoor, ou na televisão, por exemplo, há muito menos controle sobre estes fatores. Além disso, com os dados oferecidos pelas empresas, é possível dirigir os anúncios a nichos específicos de consumidores, e tudo isso a baixo custo, o que diminuiu drasticamente a receita da imprensa com publicidade. “Produzir um comercial de TV era mais como rodar um pequenino filme para o cinema do que conduzir um grande experimento psicológico” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p.37).

Já a desinformação está presente na sociedade há séculos. Sua disseminação massiva com facilidade, no entanto, tem sido um fenômeno recente e facilitado pela tecnologia. Tão comum que levou a nosso tempo a alcunha de *era da pós-verdade*. É uma era caracterizada pelos fatos terem menos importância do que opiniões e discursos apelativos. D’Ancona (2018) traz um exemplo dos primórdios da desinformação, quando nos anos 50 a indústria tabagista financiou “grupos de pesquisa” com o objetivo de questionar e suscitar debates a respeito do consenso científico da relação entre o tabagismo e doenças pulmonares. Nos dias de hoje, esta

prática está amplificada devido à rapidez com que a informação pode se espalhar. Vemos exemplos disso com os movimentos antivacina, negacionistas climáticos, negacionistas históricos e conspiracionistas recebendo grande audiência. São narrativas projetadas para “sabotar a confiança do público e estabelecer uma falsa equivalência” dos cientistas verdadeiros com os desafiantes (D’ANCONA, 2018, p.46). Seu objetivo não é sequer “vencer” o debate, mas apenas gerar ruído o suficiente para confundir.

Um fator que contribui muito para o sucesso desses conteúdos são os algoritmos² das grandes empresas de tecnologia que detém a maior parte do tráfego da internet. Uma vez que seu objetivo é manter o usuário na plataforma pelo maior tempo possível (LANIER, 2018), conteúdos apelativos ou falsos costumam render engajamento.

Lá no começo, a esperança era que a convergência de mídias sociais e jornalismo fosse criar uma versão superior ou híbrida de ambos: uma rede repleta de informações úteis e oportunas que um público engajado iria enriquecer, compartilhar e comentar. Em vez disso, houve uma combinação do pior desses dois mundos, maculando tanto a velha mídia como a nova (BELL; OWEN, 2017, p.51).

A era da pós-verdade, portanto, contribui para a descrença no jornalismo, já que o caos informativo gerado incita dúvidas até mesmo sobre fatos que até então eram consensos. Segundo Lanier (2018), nesse ambiente, as notícias, mesmo quando exibidas, são apresentadas sem contexto, pinçadas pelo algoritmo, misturadas com entretenimento e competindo por atenção com os demais conteúdos. E a submissão do jornalismo a este modelo leva ao *clickbait*³, ao conteúdo de baixa qualidade e a menos espaço para assumir riscos.

Quando se tornam menos motivados pelo desejo de alcançar as pessoas diretamente e, em vez disso, estão determinados, por necessidade, a apelar a um sistema de distribuição de números não exatamente confiável, os jornalistas perdem a conexão com o contexto. Quanto mais bem-sucedido o jornalista é nesse sistema, menos ele sabe o que está escrevendo (LANIER, 2018, p.94).

Deuze e Witschge (2016, p.9), destacam quatro tendências contemporâneas que sinalizam as mudanças na forma como produzimos e consumimos jornalismo: “reorganização dos ambientes de trabalho; fragmentação das redações; emergência de uma sociedade redacional, e a ubiquidade das tecnologias midiáticas.” As duas primeiras podem ser

² Os algoritmos são as regras de negócios das empresas que definem quais conteúdos terão ou não relevância em sua plataforma.

³ *Clickbaits* são links com títulos apelativos com o objetivo de induzir o usuário ao clique. Seu conteúdo nem sempre corresponde ao anunciado.

consideradas consequências da crise do atual modelo, enquanto as duas últimas fazem parte das causas.

Quanto à reorganização dos ambientes, Deuze e Witschge (2016) chamam atenção para uma crescente individualização do trabalho e um incentivo para que o trabalhador incorpore uma “mentalidade empreendedora”, tendência também presente em outras áreas do mercado, onde cada indivíduo se torna “uma marca ou empresa autogerida e autodisciplinada” (STOREY, SALAMAN, PLATMAN apud DEUZE; WITSCHGE 2016, p. 9). A ideia do “empreendedor de si mesmo”, muito presente em discussões sobre precarização do trabalho, pode ser relacionada à teoria do filósofo sul-coreano Byung-Chul Han (2017). Ele defende que a “sociedade de desempenho” é o novo paradigma da atualidade, em lugar da “sociedade disciplinar” de Foucault, e que tal modelo é responsável pelo aumento de doenças como depressão, ansiedade e burnout. Os habitantes da sociedade de desempenho não são mais “sujeitos de obediência”, mas sim de desempenho e produção.

A queda da instância dominadora não leva à liberdade. Ao contrário, faz com que liberdade e coação coincidam. Assim, o sujeito de desempenho se entrega à liberdade coercitiva ou à livre coerção de maximizar o desempenho. O excesso de trabalho e desempenho agudiza-se numa autoexploração. Essa é mais eficiente que uma exploração do outro, pois caminha de mãos dadas com o sentimento de liberdade. O explorador é ao mesmo tempo o explorado. Agressor e vítima não podem mais ser distinguidos. Essa autorreferencialidade gera uma liberdade paradoxal que, em virtude das estruturas coercitivas que lhe são inerentes, se transforma em violência. Os adoecimentos psíquicos da sociedade de desempenho são precisamente as manifestações patológicas dessa liberdade paradoxal (HAN, 2017, p.29).

O fato de muitos profissionais não estarem mais subordinados a patrões e instituições nos moldes tradicionais, aliado a sensação de acesso ilimitado à informação trazida pela internet, portanto, são fatores que contribuem para um sentimento de “poder infinito” que leva o indivíduo à autoexploração e a distúrbios mentais.

Relacionada à reorganização dos ambientes de trabalho está a fragmentação das redações, que segundo Deuze e Witsche (2016), é um processo facilitado “pelas práticas de terceirização, subcontratação e offshoring”. São poucos os profissionais com estabilidade e empregos tradicionais dentro de instituições jornalísticas, e o trabalho pode cada vez mais ser feito de forma “flexibilizada” e externa às organizações. Ele também envolve profissionais de áreas afins, como programadores, designers e profissionais de marketing. Anderson, Bell e Shirky (2013, p.38) chamam de jornalismo pós-industrial “aquele que já não é organizado segundo as regras da proximidade do maquinário de produção”, e destacam para a crescente necessidade do jornalista dominar outras áreas de conhecimento. Zygmunt Bauman (2007)

apresenta o conceito de “modernidade líquida” como o estado das relações sociais no período que coincide com o pós-industrial. Na sociedade líquido-moderna definida por Bauman, a incerteza e a mudança imperam, assim como a fragilidade das relações entre as pessoas, e entre as pessoas e as instituições. Nesse contexto, é muito mais raro hoje em dia que um profissional passe a vida inteira na mesma empresa, com estabilidade ou plano de carreira. Pelo contrário, é cada vez mais presente a figura do profissional temporário nas redações, terceirizados, e de coletivos editoriais freelancers (DEUZE; WITSCHGE, 2016).

A emergência de uma “sociedade redacional” é outro fator destacado pelos autores. Trata-se de uma sociedade em que “todo mundo, em alguma medida, pratica atos de jornalismo” (STEARNS apud DEUZE; WITSCHGE, 2016, p.11). As práticas editoriais e os equipamentos antes restritos aos jornalistas agora estão ao alcance de qualquer cidadão com acesso a smartphones e à internet. Com isso, o jornalismo perde seu contrato anteriormente baseado na autoridade para representar um acontecimento e passa a encarar uma crise que se pode chamar de “sistêmica”, pois tem questionada sua própria legitimidade e sua função enquanto campo social (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020).

Diferentemente das outras crises, caracterizadas pela mudança de materialidade e forma de se fazer jornalismo, agora, a potencial democratização do acesso às ferramentas de produção disputam sentidos com o campo social dos media na esfera pública (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020, p. 7).

Enquanto as crises anteriores enfrentadas pelo setor se deram apenas nos campos da materialidade e do avanço tecnológico, a crise atual tem contornos mais complexos, já que além destes dois fatores, lida com a apropriação dos signos jornalísticos por outros agentes não-jornalísticos (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020, p. 6) e com o domínio de plataformas digitais, também não-jornalísticas, que cumprem o papel de editoras (BELL; OWEN, 2017).

Dado o contexto explicitado, não é surpresa que a qualidade da produção jornalística esteja diminuindo, especialmente nos veículos pequenos e médios (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p.32). Buscando acompanhar a velocidade imposta pela liquidez da modernidade (BAUMAN, 2007); adaptar-se ao modelo de negócios das plataformas que incentiva a “viralidade” dos conteúdos e da desinformação (BELL; OWEN, 2017; LANIER, 2018); lidar com exigências de mercado e um declínio na crença no jornalismo (DEUZE; WITSCHGE, 2016; ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020); e competir com um excesso de estímulos facilmente acessíveis, que levam a uma atenção fragmentada (HAN, 2017), é preciso comprometer a profundidade das apurações e mesmo a precisão nas representações do mundo,

ainda que de forma involuntária. Tais “concessões” alimentam o ambiente já favorável a questionamentos e críticas ao jornalismo, gerando um ciclo vicioso (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020).

O que acontece, no entanto, é que na maioria dos casos, os jornalistas entendem que existe uma demanda de informações e de consumo rápido - seja estimulada pelas cobranças da redação, seja pelos constrangimentos organizacionais aos quais os profissionais estão submetidos - e, ao tentar atender essa demanda, eles se veem produzindo conteúdos rasos, recorrendo à matérias, pensamentos e ideias prontas (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020, p. 9).

Apesar da situação desfavorável, no entanto, nada indica que os princípios fundamentais do jornalismo, como os definidos por Traquina (2005) e Kovach e Rosenstiel (2001), tenham sido alterados. Valores como a busca pela verdade, objetividade, credibilidade e independência seguem sendo bases que a profissão deve ter como horizonte. “Em sua essência, o jornalismo não mudou. Sua função ainda é relatar e contextualizar fatos para ajudar a explicar o mundo. Hoje, contudo, está integrado a um sistema que gira em torno de escala, agilidade e receita” (BELL; OWEN, 2017, p.51).

Os objetivos do jornalismo, portanto, seguem inalterados, apesar do contexto atual não favorecer sua aplicação. O jornalismo segue tendo papéis fundamentais como expor a corrupção, injustiças, cobrar políticos e empresas, informar cidadãos e consumidores e explicar temas complexos (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013). É preciso, portanto, dado o cenário adverso de perdas de receita e de credibilidade, reinventar maneiras de fazer que possam questionar as práticas atuais para superar a crise, sempre entendendo as ferramentas tecnológicas como aliadas do jornalismo (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020; ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013).

Estamos convencidos de que, antes de melhorar, a situação do jornalismo em solo norte-americano irá piorar ainda mais [...]. Nossa esperança é limitar o alcance, a profundidade e a duração dessa derrocada. Como? Sugerindo saídas para a produção de um jornalismo de utilidade pública, com a adoção de ferramentas, técnicas e premissas nem sequer imagináveis dez anos atrás (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p.32).

Nesse sentido, surgem “contramovimentos” com o objetivo de manter a qualidade das publicações. O Slow Journalism, ou jornalismo lento, tema desta monografia, é um deles. Le Masurier (2016) traz como exemplo a startup de jornalismo holandesa De Correspondent, que surgiu a partir de uma crise do “jornalismo sob-pressão” e também da norma tradicional de “objetividade”. Sua abordagem é “mais personalizada, engajada e transparente”, rejeitando a

objetividade e a existência de uma “verdade absoluta”. Seus leitores são “parte da jornada” em direção à verdade, e seus jornalistas são encorajados a serem abertos quanto ao processo de produção (LE MASURIER, 2016). Suas características são um arquétipo dos conceitos de SJ que veremos nos capítulos 3 e 4. A autora também destaca que o Slow Journalism tem emergido em ambientes alternativos, longe da mídia tradicional. Para que possamos compreender este formato por completo, é preciso primeiro entender sua origem no movimento Slow, bem como a origem do próprio movimento Slow.

3 O SLOW JOURNALISM

Para compreender o movimento Slow, conceito central deste trabalho e pré-requisito para entender o Slow Journalism, este capítulo apresenta-o, descreve sua origem e as características de seus principais representantes. Em seguida, discorre sobre o Slow Journalism, trazendo exemplos de publicações deste gênero, explicando como ele se relaciona com o movimento Slow e como pode ser visto como um movimento de alternativa à crise do jornalismo.

3.1 O movimento Slow

Hoje presente em várias vertentes, a expressão Slow surgiu na Itália, em 1989, com o movimento Slow Food, que se referia ao ramo da gastronomia. Seu objetivo era “defender as tradições regionais, a boa comida, o prazer gastronômico e o ritmo de vida lento” (SLOW, c2023, s/p). Era um manifesto que se opunha à expansão dos restaurantes de *fast-food* na cidade de Roma. O fundador do termo, Carlo Petrini, propunha que a comida, e todo o seu processo de produção e consumo, deve ser “bom, limpo e justo” (PETRINI, 2007 apud LE MASURIER, 2015). “Bom” no sentido de agradável ao paladar, fresca e sintonizada com a cultura local; “limpo” no sentido de respeitosa ao meio-ambiente, à saúde dos consumidores e ao bem-estar animal; “justo” no sentido de preço justo para os consumidores, condições de trabalho adequadas e remuneração justa aos produtores.

Com o passar dos anos, o termo foi apropriado para descrever formas de fazer alternativas relativas a outras atividades além da gastronomia, mantendo sempre ideais correspondentes aos do movimento original, de questionamento da velocidade enquanto fator primordial. Slow Fashion, Slow Web, Slow Living, Slow Travel, Slow Cities, Slow Medicine e o próprio Slow Journalism, tema desta monografia, são alguns dos movimentos recentes derivados desta filosofia.

O movimento Slow Web, por exemplo, proposto pelo autor Jack Cheng e abertamente adotado pelo blog que é objeto de estudo deste trabalho, tem por princípios uma web “No tempo certo, em vez de em tempo real; Ritmo, em vez de aleatoriedade; Conhecimento, em vez de informação” (CHENG, 2012, s/p). Segundo Cheng, é mais fácil definir o Slow Web pelo que ele não é: a fast web. E para descrevê-la, ele também traça em seu manifesto um paralelo com o movimento originário, Slow Food:

[A fast web é] a web projetada para apelar às mais básicas das nossas paletas intelectuais, o sal, o açúcar e a gordura dos conteúdos online. É a web de larga escala, rígida e rápida. É a web “crie um destino para bilhões de pessoas”. A web “você tem duzentas e vinte e seis novas atualizações”. Acompanhe ou suma daqui. Clique em mim. Curta-me. Tweet. Compartilhe-me. A Fast Web exige que você faça as coisas e que as faça agora. A Fast Web é um país das maravilhas cruel de coisas brilhantes e bonitas (CHENG, 2012, s/p).

Ao contrário das interações em tempo real, as interações “no tempo certo”, segundo Cheng (2012, s/p), acontecem “quando você precisa que elas aconteçam”. Uma notícia que não é urgente, por exemplo, não precisa entrar em contato com o leitor instantaneamente. Uma publicação de um amigo não precisa ser vista o mais rápido possível. Já uma notícia que seja de fato urgente, como um comunicado de desastre natural, poderia ser vista o mais rapidamente possível, já que, neste caso, este seria o “tempo certo”.

Quanto à adoção de ritmo em favor da aleatoriedade, ele argumenta que “a aleatoriedade e a frequência das atualizações em nossas caixas de entrada e em painéis de controle estimulam o mecanismo de gratificação em nossos cérebros” (CHENG, 2012, s/p), opinião que é compartilhada pelo cientista da computação Jaron Lanier (2018), o qual associa a gratificação à teoria psicológica do behaviorismo, cujas técnicas são utilizadas pelos principais atores da “Fast Web”. O behaviorismo se baseia na recompensa e/ou na punição para treinar o comportamento tanto de animais como de seres humanos. Os primeiros estudiosos da corrente utilizavam com animais petiscos e choques elétricos, respectivamente como recompensa e punição, para treiná-los a realizar tarefas. Lanier defende que o funcionamento das redes sociais gera o equivalente a petiscos e choques elétricos, mas através de símbolos como *likes*⁴, cores chamativas e feedback social positivo ou negativo. Conforme o autor, os behavioristas descobriram que “o indivíduo que recebe uma recompensa sempre que faz algo tende a repetir o ato” (LANIER, 2018, p. 22). Além disso, uma resposta “aleatória ou imprevisível” pode ser mais efetiva no treinamento do que uma resposta previsível (ou ritmada, nos termos da Slow Web):

Se você recebe uma bala sempre que diz "por favor" quando criança, é provável que comece a dizer "por favor" com mais frequência. Mas vamos supor que de vez em quando a bala não venha. Você talvez imagine que passaria a dizer "por favor" com menos frequência. Afinal, as palavrinhas mágicas não estão gerando a recompensa de maneira tão confiável quanto antes. No entanto, o que acontece às vezes é justamente o oposto. É como se seu cérebro, um descobridor de padrões nato, não conseguisse resistir ao desafio e murmurasse: "Deve haver algum outro truque nisso aqui." Você continua, na esperança de que um padrão mais profundo se revele, embora não haja nada além de uma aleatoriedade sem fim (LANIER, 2018, p. 23).

⁴ *Likes* (curtidas) são os *feedbacks* (opiniões) recebidas pelos usuários a respeito de alguma publicação na rede.

Em seu manifesto *Slow Web*, Cheng dá um exemplo equivalente ao de Lanier, mas usando a analogia de uma série hipotética de televisão que poderia ter uma duração, um horário e um dia de exibição aleatórios a cada semana, ou mesmo nem ser exibida. “De repente, aquela dedicação não é mais em relação à série. É sobre a possibilidade de conseguir assistir à série ou não. “*O que vem a seguir?*” se torna “*Quando terei mais?*”” (CHENG, 2012, s/p).

O terceiro princípio, “conhecimento” em lugar de “informação”, pode ser relacionado com as teorias que buscam explicar o papel do contexto no jornalismo. É possível pensar neste conceito tanto no sentido de condições de produção quanto como em um sentido mais amplo, que compreende “os antecedentes históricos e o cenário social do acontecimento” (LÜCKMAN & FONSECA, 2017, p.166). A segunda definição das autoras é a que se aproxima da ideia de Cheng no manifesto. No artigo de Lückman e Fonseca (2017), as autoras defendem que os acontecimentos não devem ser isolados do todo:

Os jornalistas devem dispor de “mapas culturais” do mundo social que lhes permitam dar sentido aos acontecimentos. O mundo não deve ser representado como uma sequência de ocorrências caóticas, desordenadas e não relacionadas, e sim com acontecimentos identificados e inseridos em um contexto social. Isso implica que os acontecimentos transformados em notícia sejam relacionados com outros acontecimentos conhecidos pelo público e que também sejam colocados em um quadro de significados familiares a ele (LÜCKMAN; FONSECA, 2017, p.164).

Cheng cita como exemplo de aplicação *Slow Web* o serviço *Instapaper*⁵, que permite ao usuário salvar artigos para lê-los mais tarde. O *Instapaper* parte do princípio de que nem todo conteúdo precisa ser consumido assim que entramos em contato com ele, podendo ser guardado para ser apreciado no tempo certo. Uma newsletter diária, a depender do seu conteúdo, também pode ser considerada *Slow Web*, já que as notícias consumidas muitas vezes são as do dia anterior, quando ainda não havia necessidade de sabê-las imediatamente. O jogo *Wordle*⁶, do jornal New York Times, permite ao jogador apenas um quebra-cabeça diário, disponível sempre à meia-noite, contrapondo-se à maioria dos demais jogos online da atualidade, cujos designs não impõem qualquer limite de jogabilidade, ou mesmo incentivam a permanência do usuário na aplicação pelo maior tempo possível.

É possível perceber em comum nos movimentos *Slow* uma definição de princípios não tanto pela afirmação de regras rígidas e específicas que o delimitam, mas sim pela união de um conjunto de fatores e pela negação de uma forma tradicional de fazer. Para Cheng (2012),

⁵ Disponível em: <<https://www.instapaper.com/>>. Acesso em 16 mar. 2023.

⁶ Disponível em: <<https://www.nytimes.com/games/wordle/>>. Acesso em 16 mar. 2023.

quando vemos um *fast-food*, talvez não saibamos explicar exatamente o que o torna *fast-food*, mas sabemos reconhecê-lo como tal, fato que ele transporta para a nossa relação com a “Fast Web”. A jornalista Megan Le Masurier (2015, p. 143), pesquisadora do movimento Slow Journalism, defende que “este jornalismo não precisa de uma checklist de características para se qualificar como Slow. O termo, assim como o próprio movimento Slow, é mais sobre uma orientação crítica em relação aos efeitos da velocidade no jornalismo”.

No próximo subcapítulo, veremos como as características do movimento Slow se aplicam especificamente ao jornalismo, no formato que se chama de Slow Journalism, exemplos de publicações do gênero, e como este se diferencia de outras formas já conhecidas de fazer jornalístico em longos períodos de tempo, como o jornalismo literário ou investigativo.

3.2 A filosofia Slow aplicada ao jornalismo

A pressão para produzir notícias em tempo real, oriunda de fatores comerciais, tecnológicos e jornalísticos, levou à “perda de precisão, jornalistas que não saem das suas redações e à dependência de material de assessorias” (LE MASURIER, 2015, p.139). Além disso, paradoxalmente, há uma falta de diversidade nas notícias, mesmo com o aumento da quantidade de veículos, já que “a expectativa de instantaneidade, aliada ao conhecimento do que a concorrência está publicando” têm levado a imitações (BOCZKOWSKI, 2010 apud LE MASURIER, 2015, p.139). É para trazer um contraponto a esta forma de fazer predominante, que Le Masurier descreve como “Fast Journalism”, que surge o movimento Slow na área jornalística. O Slow Journalism é aquele que “emerge como reação à tendência dominante a imediatez e à novidade, e convida a repensar o tempo necessário para produzir e consumir uma informação precisa, criativa e de qualidade” (ROSIQUE-CEDILLO; BARRANQUERO-CARRETERO, 2015, p.451).

Harold Gess (2012), sugere como os princípios do Slow Food já elencados poderiam se transpor ao jornalismo:

"Bom" se referiria à investigação cuidadosa sobre informação relevante para uma determinada comunidade. Seria bem produzida e "beneficiaria os sentidos culturais" através da qualidade. O jornalismo "limpo" seria ético e não corromperia ou abusaria das comunidades em que é praticado. Evitaria os estereótipos, e "apoiaria a sustentabilidade tanto dos ecossistemas como dos meios de subsistência, apoiaria a justiça social", e desenvolveria um sentido do destino comum de uma comunidade". "Justo" permitiria a advocacia jornalística, tornaria a mídia acessível à comunidade e asseguraria condições de trabalho não exploratórias (GESS, 2012 apud LE MASURIER, 2015, p.142).

Outra ideia originária do Slow Food (SF), e que se pode relacionar com o SJ, é a ideia de “coprodução” (LE MASURIER, 2016, p. 410). Para Carlo Petrini, fundador do SF, a “coprodução” é sobre repensar o papel do consumidor no processo. Petrini inclusive se posiciona contra o emprego do termo “consumidor”, devido a sua conotação semântica que remete a “gastar, usar, destruir” (PETRINI, 2007 apud LE MASURIER, 2016, p.411). Ele argumenta que na coprodução o antigo “consumidor” deve se sentir parte do processo de produção: o influenciando, o apoiando, ou mesmo o rejeitando se necessário. Nesta lógica, o leitor no SJ deveria, por exemplo, sugerir pautas, participar, compreender o processo produtivo, ter um papel ativo no processo, podendo criticá-lo em caso de falta de ética, precisão ou sustentabilidade. Masurier acredita que isto demandaria maior senso crítico por parte dos leitores, e não apenas sobre o conteúdo jornalístico, mas sobre os produtores e seus veículos. Uma responsabilidade de saber como o jornalismo que eles consomem é produzido e financiado, requerendo um nível mais alto de *media literacy*⁷, para além da interpretação de textos.

A revista *Delayed Gratification*, fundada em 2011 por Rob Orchard, é a publicação mais citada como exemplo de Slow Journalism em artigos sobre o gênero (NICKEL; FONSECA, 2020). Em seu site, a revista elenca algumas características auto-declaradas sobre sua operação, em uma página chamada “Por que o Slow Journalism importa” (DELAYED, c2023). A primeira delas é intitulada “Valorizamos mais ‘estarmos certos’ do que ‘sermos os primeiros’” (DELAYED, c2023). “Em vez de tentar desesperadamente superar a mídia social em notícias de última hora, nos concentramos nos valores que todos esperamos de um jornalismo de qualidade – precisão, profundidade, contexto, análise e opinião de especialistas” (DELAYED, c2023).

Outra característica listada é “Nós investimos em jornalismo” (DELAYED, c2023). O veículo destaca que, enquanto “todo o resto” está demitindo jornalistas, ele está indo na contramão, investindo todo dinheiro de assinaturas em jornalismo. Além disso, não há anúncios na revista, que é totalmente financiada pelos leitores.

A próxima da lista é “Nós te contamos como as histórias terminam”. O texto descritivo deste item relembra das vezes em que “fomos bombardeados” com uma história pela mídia durante vários dias, mas esta mesma história foi logo depois esquecida e substituída por novas.

⁷ Pode ser traduzido como “alfabetização midiática”. É o conhecimento necessário por parte do decodificador para entender a mídia e suas funções.

“Recolhemos os cacacos depois que a poeira baixou para que você possa ler sobre o impacto de médio e longo prazo das notícias” (DELAYED, c2023).

Prazeres (2018) destaca como expoentes do Slow Journalism no Brasil a Agência Pública, a Revista Piauí, o NEXO Jornal, a revista Vida Simples, e as reportagens “A Batalha de Belo Monte”, publicada na Folha de S. Paulo, e “Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece”, publicada no canal Buzz Feed. Segundo a autora, algumas características que identificam estas produções com o “jornalismo lento” são: investigação, checagem, precisão, histórias inéditas, histórias de interesse humano, mídias “independentes”, relevantes para uma comunidade, pequena escala, e contam com “prosumers”, forma que a autora se refere ao “consumidor ativo” previsto por Masurier (2016).

Figura 1 - Mapa mental com relações e características do SJ



Fonte: Prazeres (2018, p.131)

Como percebemos pelos exemplos citados, são heterogêneas as publicações que podem ser classificadas como Slow Journalism, e não necessariamente elas precisam se encaixar em todos os itens de uma checklist, como na definição listada por Berkey-Gerard (2009 apud LE MASURIER, 2015, p.142); para ele, o Slow Journalism:

- a) Abre mão do fetiche de bater a concorrência
- b) Valoriza precisão, qualidade e contexto; não apenas ser rápido e pioneiro

- c) Evita celebridades, virais e eventos cobertos por uma massa de repórteres
- d) Leva tempo para descobrir as coisas
- e) Busca histórias inéditas
- f) Se apoia no poder da narrativa
- g) Vê a audiência como colaboradora

Já Barranquero-Carretero (2013 apud ROSIQUE-CEDILLO; BARRANQUERO-CARRETERO, 2015, p.453) elenca:

- a) Revalorização da qualidade jornalística em vez da quantidade
- b) Promoção da diversidade cultural e das relações de proximidade, em vez da universalidade
- c) Aposta por reflexão em profundidade contra o imediatismo e a superficialidade
- d) Criatividade em vez da padronização de muitas notícias

O Slow Journalism, portanto, se diferencia de outros movimentos já existentes e com produções extensas e demoradas, como o New Journalism, o jornalismo literário, investigativo, ou revistas mensais, por buscar, além da moderação na velocidade, os outros valores do movimento Slow (NICKEL; FONSECA, 2020). O termo é usado usado para se referir a muito mais do que a temporalidade na produção, e suas produções não necessariamente precisam ser extensas (LE MASURIER, 2015).

O jornalismo lento não é guiado por furos. Ele carrega um ethos de comensalidade - a mesa compartilhada - implicando em um ambiente mais comunal e abordagem não competitiva. Efetivamente, isso significa que esse jornalismo deve ser produzido em um espaço independente ou alternativo, provavelmente de pequena escala, onde tais valores podem ser percebidos (LE MASURIER, 2015, p. 143).

Muitos autores citam a dificuldade de definição do termo e a falta de uma visão comum (NICKEL; FONSECA, 2020, p.16; LE MASURIER, 2016, p. 405; (ROSIQUE-CEDILLO; BARRANQUERO-CARRETERO, 2015, p.453). Neste trabalho, entenderei o Slow Journalism (SJ) seguindo a definição de Barranquero-Carretero e Rosique-Cedillo (2015), uma vez que é uma síntese das demais. Para eles, o SJ é aquele que surge como contraponto à cultura da instantaneidade, e busca dar lugar ao tempo necessário para se criar um conteúdo de qualidade. O SJ, assim como os demais movimentos Slow, busca, acima de tudo, questionar a velocidade como um padrão e apresentar alternativas à forma de fazer acelerada.

3.3 O Slow Journalism como alternativa à crise

A crise atual do jornalismo, conforme explicitado no primeiro capítulo, levou a demissões em massa nas redações. E para aqueles jornalistas que ficaram, são cobrados cada vez maiores níveis de produtividade. “Os jornalistas precisam não só escrever mais, mas também trabalhar entre plataformas e constantemente atualizar histórias” (CRAIG, 2016, p.468). Como resultado, houve um aumento do “churnalism” (DAVIES apud CRAIG, 2016, p.468), um tipo de jornalismo assim chamado pejorativamente com um trocadilho com a expressão do inglês *churn out*, que significa “produzir grandes quantidades de algo rapidamente, geralmente algo de baixa qualidade” (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2023). É aquele que se apoia excessivamente em releases de assessorias, notícias de agências e outros materiais que já estejam de alguma forma pré-fabricados, facilitando a publicação frequente e ágil. “Quando a velocidade se impõe como único horizonte do jornalismo, se acabam descuidando valores deontológicos fundamentais como os de criar informações verídicas, plurais e contrastadas” (ROSIQUE-CEDILLO; BARRANQUERO-CARRETERO, 2015, p. 452).

Diante deste cenário em que a instantaneidade “enquanto princípio de produção e consumo de notícias no ambiente digital se torna regra, e é cada vez mais cultuada” (BRADSHAW apud ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020, p. 8), e de abundância de informação (LE MASURIER, 2015) e estímulos (HAN, 2017), o Slow Journalism também pode ser encarado como uma forma de enfrentamento da crise ao propor a desaceleração. Pode ser tanto uma resposta à crise de qualidade, ao propor conteúdos melhor acabados; à crise financeira, ao entender que a estratégia atual de aceleração não vem rendendo resultados e propor uma alternativa; e também à crise de credibilidade, uma vez que, na tentativa de fugir das críticas do público produzindo notícias com rapidez, pode-se acabar entregando ainda mais munição para críticas ao produzir conteúdos imprecisos ou de baixa qualidade (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020).

Barranquero-Carretero e Rosique-Cedillo (2015, p.460) afirmam que a existência de iniciativas jornalísticas com este viés sugere que existem formas de sobrevivência do jornalismo que, embora mais complexas, podem se mostrar mais acertadas no longo prazo quando comparadas a “apelar a um leitor ocupado e de atenção distraída”.

Entendemos que, para o jornalismo conseguir enfrentar a atual crise, ele precisa recorrer a um novo contrato comunicacional, ou seja, não apenas transmitindo as informações de um campo para outro, mas gerando um

conhecimento novo a partir disso, mediando de forma qualificada a esfera pública (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020, p. 13).

Anderson, Bell e Shirky (2013) entendem como “pós-industrial” o período no qual o jornalismo está inserido atualmente. Se há alguns anos existia uma “indústria” jornalística bem definida, liderada por algumas empresas com métodos e meios de produção próprios, hoje em dia estas condições já não se cumprem mais. Houve uma descentralização tanto do lado da produção de notícias quanto do consumo, além de um aumento expressivo de técnicas e ferramentas disponíveis para produtores e consumidores de jornalismo. Não é mais necessário, por exemplo, estar geograficamente perto dos acontecimentos para reportá-los, ou mesmo para investigá-los.

Para adaptarem-se aos novos tempos, tanto as instituições como os jornalistas, os autores trazem uma série de sugestões e alternativas, partindo das seguintes convicções:

- a) O jornalismo é essencial.
- b) O bom jornalismo sempre foi subsidiado.
- c) A internet acaba com o subsídio da publicidade.
- d) A reestruturação se faz, portanto, obrigatória.
- e) Há muitas oportunidades de fazer um bom trabalho de novas maneiras

As ideias propostas pelos autores conversam com as de contexto no jornalismo trazidas por Nickel e Fonseca (2020, p.164), que sugerem que o jornalista deve dispor de “‘mapas culturais’ do mundo social que lhes permitam dar sentido aos acontecimentos”, e com a proposta de mediação qualificada, de Abreu, Oliveira e Stefenon (2020). As observações destes três artigos são no sentido de passarmos a entender o jornalista não como apenas um “narrador de fatos” (ANDERSON; BELL; SHIRKY; 2013, p.33), pois é cada vez mais provável que os acontecimentos sejam revelados em primeira mão por cidadãos comuns (NICKEL; FONSECA, 2020). O papel do “novo jornalista” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2001 apud NICKEL; FONSECA, 2020, p.166) já não é mais de decidir aquilo que o público poderá ou deverá saber, já que a informação, por si só, já está disponível em abundância, e é cada vez menos comum a atuação do jornalista como *gatekeeper*⁸.

Segundo Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 43), apesar de em muitos acontecimentos o jornalista não ser mais aquele que dá a informação em primeira mão, ele não teve seu trabalho substituído, mas, pelo contrário, seu papel “foi deslocado para um ponto mais acima na cadeia editorial”. Hoje em dia, sua função está muito mais voltada a dar sentido à enorme quantidade de informações disponíveis, sejam elas em formato de texto, áudio, vídeo ou bancos de dados.

⁸ O *gatekeeper*, ou “porteiro”, é aquele que controla o acesso a algo. Neste caso, à informação.

E este é o diferencial do jornalista dos novos tempos, este é o seu papel que não é substituível para outro sistema social.

Axel Bruns (2011) destaca para o fim do modelo “de cima para baixo” da cobertura jornalística. Ou seja, se antes as empresas e os profissionais da indústria até então presente tinham poder sobre quais notícias seriam divulgadas e qual seria a cobertura, exercendo o papel de *gatekeepers* sobre a informação, hoje em dia há uma relação mais horizontal e colaborativa entre jornalistas e audiências.

As práticas de gatekeeping eram simplesmente uma necessidade prática: os jornais impressos e os noticiários na rádio e na televisão nunca poderiam oferecer mais que uma seleção redigida com muito aperto das notícias do dia; as avaliações de quais eram as matérias mais importantes para o conhecimento das audiências tinham que ser feitas (BRUNS, 2011, p. 121).

Levando em conta a substituição da atuação do jornalista enquanto *gatekeeper*, Anderson, Bell e Shirky (2013) sugerem que o novo jornalista deve se utilizar das ferramentas técnicas que a tecnologia possibilita para assumir o seu papel de “curador” ou “mediador” da informação. Segundo eles, o jornalista (e todo cidadão) tem muito mais acesso à informação do que tinha antigamente, assim como possibilidades de apresentar esta informação em formatos novos, visuais e interativos, e fazê-la chegar ao público com maior facilidade.

Nessa reestruturação, todo aspecto organizacional da produção de notícias deverá ser repensado. Será preciso ter mais abertura a parcerias, um maior aproveitamento de dados de caráter público; um maior recurso a indivíduos, multidões e máquinas para a produção de informação em estado bruto; e até um uso maior de máquinas para produzir parte do produto final (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 38).

Bruns (2011) argumenta na mesma linha. Para ele, já que os “usuários de notícias” são hoje em dia capazes até mesmo de ignorar os jornalistas para acessar as informações em primeira mão, ou mesmo para produzi-la (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020), os profissionais precisam redobrar seus esforços para mostrar o valor que fornecem pelo seu trabalho de “investigação, curadoria e comentários” (BRUNS, 2011, p.137). Além disso, acredita que este trabalho não pode ocorrer em isolamento, mas cada vez mais em cooperação com os leitores.

É possível perceber, portanto, que o papel do jornalista moderno apontado pelos autores se relaciona com as bases do Slow Journalism, já que há uma mudança de paradigma que direciona o profissional no sentido de atuar como um explicador do mundo, mais do que como um mero informante:

Com o aumento explosivo das informações em uma escala mundial, a necessidade de oferecer informações sobre informações se tornou uma adição crucial às habilidades e tarefas do jornalismo [...]. Isto redefine o papel do jornalista como um papel de anotador ou de orientador, uma mudança do cão de guarda para o “cão guia” (BARDOEL; DEUZE, 2001, p. 94 apud BRUNS, 2011, p.123).

Em resumo, a ideia central desta relação do SJ com o papel do “novo jornalista” mora na compreensão do fato de que a presença de informação abundante e em tempo real é uma das maiores características da atualidade, independentemente da atuação do campo jornalístico. Portanto, não é mais exclusividade destes meios a produção de notícias, especialmente em tempo real. Dado este cenário, a forma com que o jornalista diferencia-se da audiência não é produzindo informações desenfreadamente, buscando competir com a velocidade das redes, mas sendo um mediador das informações já existentes e tendo como objetivo não produzir mais, mas produzir melhor.

É importante ressaltar que o Slow Journalism não se propõe a substituir o “Fast Journalism”, o “hard-news”, ou as coberturas jornalísticas em tempo real. “Seus defensores reconhecem que não seria possível nem desejável eliminar as fast news, imprescindíveis para a sociedade” (NICKEL, FONSECA; 2020, p.30).

No capítulo seguinte, trago como estudo de caso de Slow Journalism o blog independente de tecnologia Manual do Usuário, que procura, segundo sua autodefinição, seguir os princípios do movimento Slow Web no seu conteúdo, mas será analisado segundo princípios do Slow Journalism devido a três fatores: em primeiro lugar, sua atuação é claramente jornalística; segundo, as bases do movimento Slow de todas as áreas são muito parecidas, quando não idênticas; por último, porque as definições de SJ possuem melhor bibliografia e possibilidade de aferição concreta em corpo de texto.

4 METODOLOGIA E ANÁLISE

Neste capítulo apresento o blog Manual do Usuário, que é objeto desta pesquisa, assim como a Análise de Conteúdo, que é a metodologia escolhida. Do Manual, trago sua descrição, dados e tipos de conteúdo, a fim de contribuir na compreensão dos resultados obtidos após a análise das 56 publicações e das observações feitas nas considerações finais. Antes de trazer os dados e os resultados obtidos para cada categoria da análise, explico ainda sobre as etapas da Análise de Conteúdo.

4.1 O Manual do Usuário

O Manual do Usuário é um site de tecnologia criado em 15 de outubro de 2013 pelo jornalista Rodrigo Ghedin, que anteriormente trabalhava como repórter no portal Gizmodo Brasil, também atuante na área de tecnologia. Segundo o criador, neste veículo onde era repórter, ele “sentia falta de uma publicação menos acelerada, sem compromisso com o *hard news*, onde fosse possível apurar histórias, refletir e escrevê-las sem pressa” (MANUAL, 2021, s/p). E foi esta a motivação que o levou a criar o Manual. A marca “Manual do Usuário”, no entanto, já existia dentro do Gizmodo Brasil, em formato de podcast semanal para debater notícias sobre tecnologia. Apesar da motivação inicial, Rodrigo considera que hoje em dia as matérias aprofundadas têm maior espaço em outras publicações em comparação com a época do surgimento do blog, quando ele julga que este tipo de conteúdo era escasso no Brasil. “A única constante aqui é não se acomodar, não ficar no “mais do mesmo”. Não temos estrutura nem interesse em “competir” com outros sites de tecnologia; o Manual existe para somar” (MANUAL, 2021, s/p).

Na autodescrição do site, já podemos notar características discutidas nos capítulos 2 e 3 deste trabalho, semelhanças que serão analisadas detalhadamente no capítulo analítico. O trecho acima lembra a afirmação de Le Masurier (2016, p. 149) sobre a não-pretensão das iniciativas SJ de serem uma substituição ao “fast-journalism” ou de serem, elas mesmas, o futuro do jornalismo. Mas sua independência e caráter de pequena escala permitem que estejam “livres da competição e da ideologia de velocidade do jornalismo mainstream”. Rodrigo também afirma na descrição que o Manual “existe para fazer o que outros sites da área não fazem, por escolha ou necessidade; ele existe para fazer e ser diferente” (MANUAL, 2021, s/p). Esta afirmação nos remete à ideia de Craig (2016, p. 465), de que veículos em formato Slow

Journalism têm a possibilidade de “cobrir assuntos normalmente não abordados no jornalismo mainstream”.

Não nos deixamos pautar por algoritmos ou estatísticas. Adotamos de forma deliberada métodos simples de trabalho e produzimos de acordo com a nossa capacidade, sempre mirando a máxima qualidade possível, o que necessariamente implica em uma produção limitada. Em meio a tanta automação e processos industriais, o Manual é um pequeno ateliê que produz informação de maneira artesanal, com cuidado e carinho, respeitando os tempos das pessoas, e que se orgulha disso (MANUAL, 2021, s/p).

O trecho acima remete aos princípios do movimento Slow ao evocar o “respeito ao tempo” das pessoas e o foco na qualidade do produto. O próprio Manual possui publicada uma tradução do Manifesto Slow Web, já citado neste trabalho, do autor Jack Cheng. Rodrigo considerou este manifesto uma das bases para a concepção do Manual do Usuário.

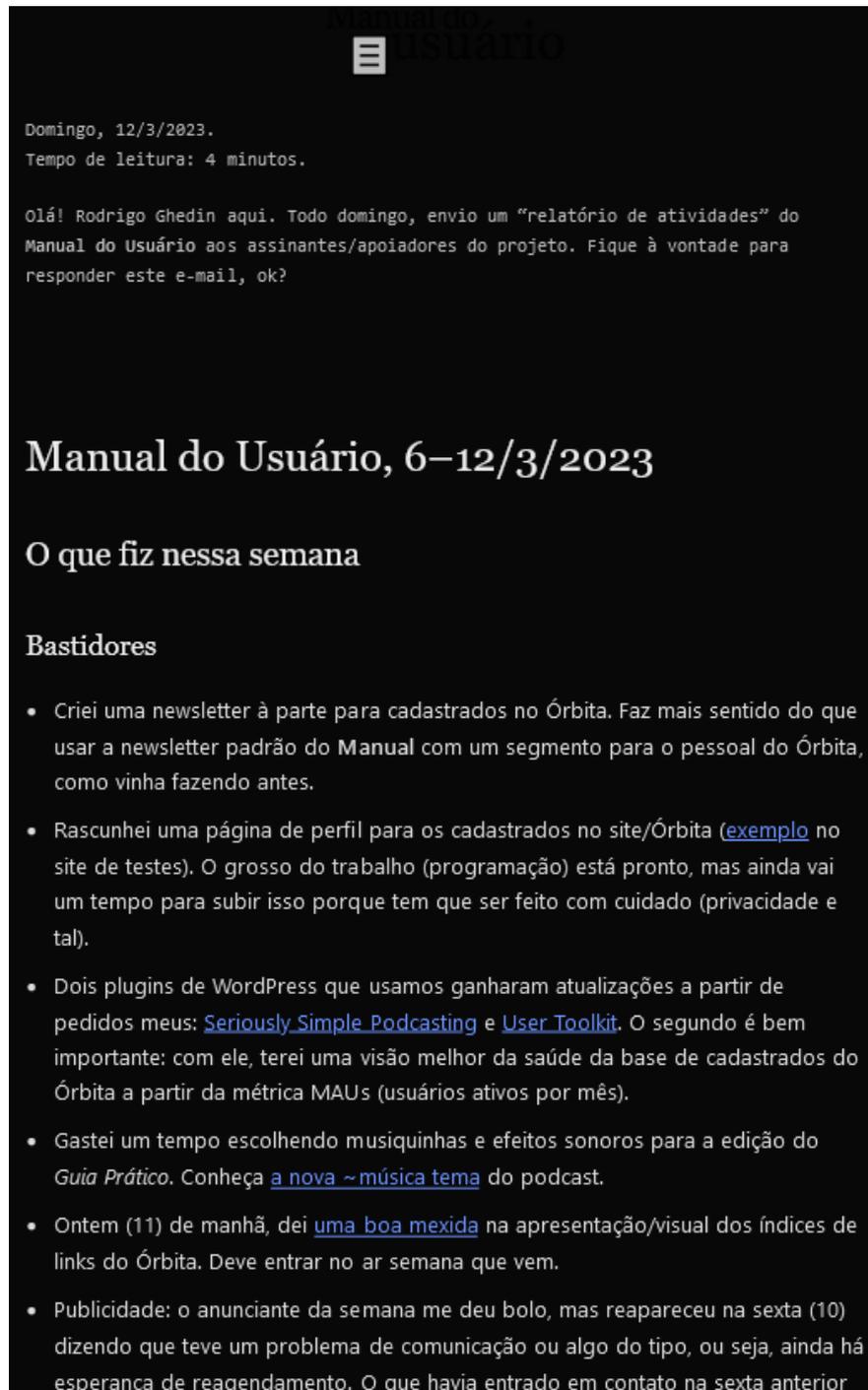
4.1.1 Área de Cobertura

O Manual se propõe a cobrir a tecnologia sob o ponto de vista do consumidor, procurando “ajudar pessoas comuns, de quaisquer áreas, a entenderem de maneira crítica como a tecnologia de consumo nos afeta” (MANUAL, 2021, s/p). O site elenca quatro pilares de atuação: opinião, transparência, privacidade e comunidade. Para o primeiro deles, justifica: “Muitas publicações ainda insistem em se dizerem imparciais, como se isso fosse possível. No jornalismo, toda decisão editorial reflete os vieses e posicionamentos de quem as toma” (MANUAL, 2021, s/p).

Não há, segundo Ghedin, qualquer pretensão de imparcialidade, condição que ele considera impossível. Em vez disso, o site procura ser “justo com quem critica, e aberto ao contraditório” (MANUAL, 2021, s/p), mas sem deixar de expor a sua visão sobre o conteúdo noticiado. Ele considera esta forma de se trabalhar especialmente importante no ramo da tecnologia, devido à dominância de visões “pró-mercado”, que muitas vezes podem se passar por visões “neutras ou naturais”, como se não tivessem, também, um viés.

Com relação ao pilar da transparência, há um endereço exclusivo para publicação de conteúdo de bastidores. Todo mês os leitores recebem por e-mail um relatório com dados de audiência, informações de bastidores de produção e planos de Ghedin para o futuro do site. Também há o envio de um “relatório de atividades” semanal, este exclusivo para apoiadores do projeto, e de informações sobre receitas e gastos.

Figura 2 - Reprodução de parte de um relatório de atividades enviado semanalmente aos apoiadores



Fonte: próprio autor

Figura 3 - Reprodução de parte de um relatório mensal enviado ao público geral

Olá,

Todo mês, coeto dados do **Manual do Usuário** e escrevo um relatório que acaba funcionando como um retrato da operação. Até 2021, os relatórios eram exclusivos para os apoiadores do projeto. Agora, eles são públicos — com exceção dos dados financeiros e de assinaturas; esses continuam fechados para apoiadores.

Os apoios/assinaturas são o principal meio de financiamento do **Manual**, e não é por acaso: é o mais transparente e sustentável. Se puder e quiser, apoie o projeto — [custa a partir de R\\$ 9/mês \(ou R\\$ 99/ano\)](#).

Ah, se preferir, [leia no blog Bastidores](#).

Produção

- 53 posts (+32,5% em relação a dezembro).
- 1 post patrocinado.
- 6 posts no *Bastidores* (este blog!).

Ao todo, publicamos 1.593 comentários (-2,7% em relação à média dos seis meses anteriores).

Audiência do site

- 121,4 mil visitantes únicos (+1,3% em relação a dezembro; +104,8% em relação a janeiro de 2022).
- 163,1 mil visualizações de páginas (+2,9% em relação a dezembro; +97,7% em relação a janeiro de 2022).

Seguimos com o pódio composto pelos grandes campeões de audiência (não aguento mais escrever sobre esses posts aqui): [dica para burlar paywalls](#) (31,6 mil acessos), [defeito crônico nas TVs Samsung](#) (11,3 mil) e [golpe do trabalho de meio](#)

Fonte: próprio autor

Nas diretrizes de transparência, o Manual do Usuário (MdU) afirma que em caso de erros a correção será publicada, identificada como tal e divulgada com no mínimo a mesma

intensidade do conteúdo original. Também diz não aceitar doações de produtos de empresas que sejam acima de um valor de “aproximadamente 30% de um salário mínimo”, nem pagamentos para falar de produtos em algum formato “fora do escopo da publicidade” (MANUAL, 2021). E mesmo os posts de publicidade são sempre sinalizados. O MdU afirma aceitar empréstimos de produtos para *reviews*⁹, “com a condição de que a empresa os receba de volta ao final dos testes”, e garante que “nenhum material editorial é compartilhado antecipadamente com empresas ou fontes” (MANUAL, 2021, s/p). Para esclarecer possíveis conflitos de interesse, há uma seção no site onde os três colaboradores também falam em textos breves sobre suas visões de mundo, seus investimentos e as marcas que consomem.

Figura 4 - Reprodução do “texto de transparência” do fundador Rodrigo Ghedin

Eu (Rodrigo Ghedin)

No dia a dia, uso produtos da Apple — notebook, celular, tablet e serviço de armazenamento/sincronia na nuvem. Preferiria trocá-los por soluções de código aberto, mas me falta de conhecimento e a comodidade do ecossistema Apple ainda me “prende” a ela. Minha operadora de telefonia móvel e banda larga residencial é a Vivo. Tenho contas bancárias ativas no Bradesco e Nubank.



Desde 2017, invisto. Tenho ações de empresas brasileiras, ETFs e participações em fundos. É uma carteira variada. Abro, aqui, parte dos papéis que possuo, aqueles que têm ou podem ter relação com a área de cobertura do **Manual do Usuário**: ações da B3 (B3SA3), Bradesco (BBDC3), Itaú Unibanco (ITUB3), Lojas Renner (LREN3), Magazine Luiza (MGLU3) e Neogrid (NGRD3); ETFs iShares S&P 500 Fundo de Investimento em Cotas de Fundo de Índice (IVVB11) e Trend ETF MSCI China (XINA11); e cotas do fundo Hashdex Criptoativos Discovery FIC FIM.

Fonte: próprio autor

Sobre o pilar da privacidade, o site afirma coletar o mínimo possível de dados dos seus usuários:

Em sua tentativa de se viabilizar financeiramente sem vender o(a) leitor(a) — você! — a terceiros nem fechar conteúdo somente a quem pode pagar, o Manual do Usuário vira experimento. A aposta é de que a internet pode, sim,

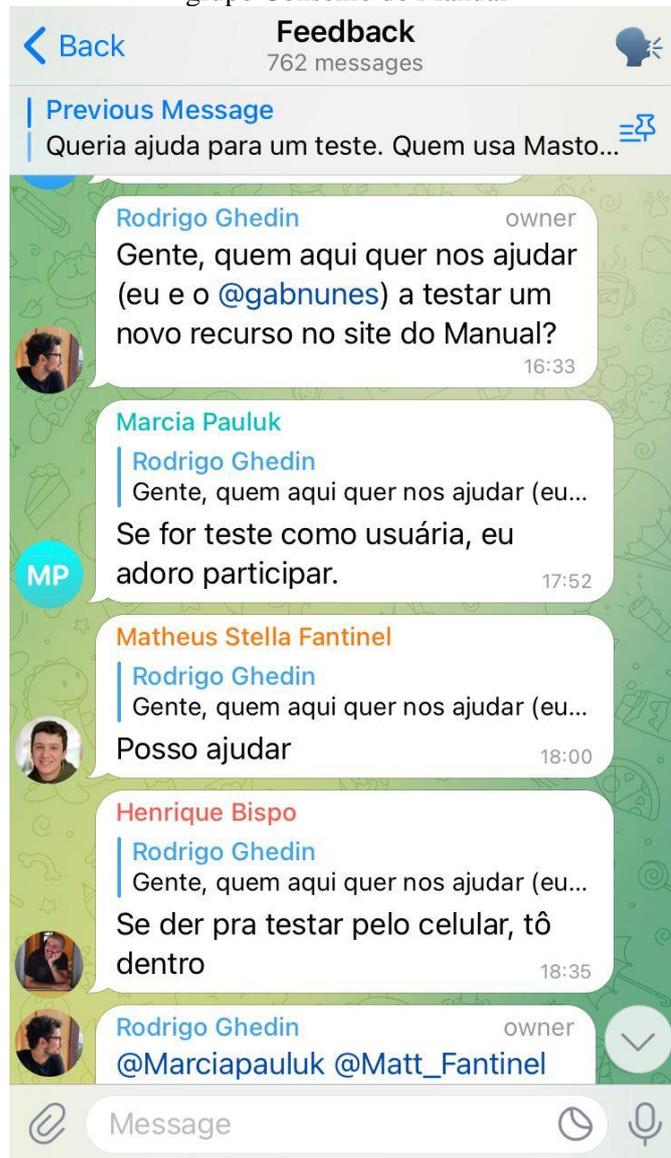
⁹ Avaliações críticas de produtos, analisando-os sob diversos aspectos.

ter coisas legais genuinamente independentes e eticamente responsáveis. Se não for assim, este projeto perde a razão de existir (MANUAL, 2021, s/p).

Ghedin julga que as práticas de coleta de dados para publicidade direcionada não combinam com a linha editorial do MdU, portanto, não há presença de scripts do Google e do Facebook no site, e só são permitidos anúncios de empresas que topem não coletar os dados dos leitores.

Por último, o pilar da comunidade se faz presente na participação dos leitores “em tudo que acontece no site e nas demais plataformas onde ele marca presença” (MANUAL, 2021, s/p). Há uma publicação semanal chamada de “post livre”, onde é aberta uma seção de comentários para serem debatidos quaisquer assuntos. Também há um grupo no aplicativo de mensagens Telegram exclusivo para assinantes, que atua como “conselho editorial”, e o programa de assinaturas é a principal fonte de receita do site. O grupo no Telegram é chamado “Conselho do Manual”, e conta com 143 membros (assinantes) neste momento. É dividido em tópicos para organizar as conversas, sendo eles: Produtos e serviços, Geral, Suporte técnico, Indicações culturais, Feedback e Órbita. Também há o tópico “Estúdio”, que é usado para interação durante as gravações abertas do podcast Guia Prático.

Figura 5 - Reprodução de uma conversa de Ghedin com apoiadores dentro do tópico “Feedback” do grupo Conselho do Manual



Fonte: próprio autor

Em um apanhado geral, Ghedin lista as áreas de atuação que norteiam a produção do MdU:

- a) A preservação da nossa privacidade frente aos avanços da publicidade e vigilância digitais.
- b) Como novas tecnologias impactam o comportamento humano.
- c) Os estragos que o consumo acelerado causa ao meio ambiente e como desacelerá-lo.
- d) O poder desmesurado das big techs e as tentativas de governos do mundo todo de regulá-las.

- e) O desafio de equilibrar liberdade de expressão e moderação do discurso nas grandes plataformas.
- f) Alternativas não comerciais às tecnologias que usamos no dia a dia.
- g) Impactos imprevistos ou ignorados de novas tecnologias, como criptomoedas/blockchain. (MANUAL, 2021, s/p)

4.1.2. Conteúdo

O conteúdo atual do Manual do Usuário pode ser dividido em sete tipos: notinhas, artigos de opinião, reportagens especiais, podcasts, newsletters, vídeos e Órbita. As notinhas são pequenas atualizações ao longo do dia “com frequência opinativas, sobre notícias, eventos e curiosidades” (MANUAL, 2021, s/p). Os artigos de opinião têm em média 5 mil caracteres, tratam sobre temas relevantes no cenário da tecnologia e são publicados simultaneamente no site e na *newsletter*. Há também as reportagens especiais, fruto de apurações longas e entrevistas. Quanto aos podcasts, o MdU tem atualmente dois em atividade: o Guia Prático, uma conversa de em torno de 40 minutos entre Ghedin e Jacqueline Lafloufa, uma das colaboradoras, onde eles debatem dois assuntos; e o Tecnocracia, feito pelo terceiro colaborador, Guilherme Felitti, que aborda de forma histórica e crítica algum grande tema da tecnologia, este sem periodicidade definida. As newsletters são semanais. A de quinta-feira é enviada com o artigo de opinião, indicações de leituras longas em outros sites, um resumo das notinhas da semana e sorteio de livros para apoiadores. Já a newsletter de sábado, anteriormente chamada “Achados e Perdidos”, é uma compilação de “links curiosos e/ou interessantes coletados ao longo da semana e que não viraram notinha” (MANUAL, 2021, s/p). Os vídeos, publicados no canal do Youtube do MdU sem periodicidade definida, costumam trazer tutoriais, reviews de produtos e cortes dos podcasts. Lançada em 2023, Órbita é a seção mais recente do MdU e funciona como um fórum, onde os usuários podem publicar links e debatê-los.

Figura 6 - Reprodução de parte da newsletter “Achados e Perdidos”

Sites e aplicativos legais

Com o [Calligrapher.ai](#), você consegue gerar fontes de “letra de mão” (cursiva) digitalmente.

A ótima extensão Caffeine [ganhou uma atualização](#) para se integrar ao menu rápido do Gnome.

[WTF is my IP?!?!??](#) mostra seu IP e outros dados da conexão de um jeito bem... digamos, direto. *Dica do Edson.*

O [Backlogg](#) é uma rede social de games — o nome, que lembra o Letterboxd (para filmes), não é por acaso.

[Kuboble](#): joguinho simples para matar o tempo.

No site

Assuntos quentes rolando no [post livre #353](#):

- Notebook fechado esquenta?
- Falência da Livraria Cultura.
- Detectores de fumaça/incêndio.
- Autonomia de celulares Samsung.
- Ódio a quem usa produtos Apple.
- Botas impermeáveis: quais?
- O que acham do Discord?

Nossas indicações culturais no [Guia Prático STE05](#):

- Jacque: O aplicativo [Simply Piano](#), da Joy Tunes, para Android e iOS.
- Ghedin: O jogo [Cuphead](#), do estúdio MDHR.

O que achou desta edição?

Fonte: próprio autor

4.1.3. Financiamento e dados

As assinaturas são a principal fonte de renda do Manual do Usuário, que possui três planos com benefícios para os assinantes. São “mais de 300 assinantes ativos” e o faturamento líquido com assinaturas em 2022 foi de cerca de R\$5 mil mensais. O Plano I custa R\$9 por mês, e oferece como benefícios:

- a) Agradecimento público na newsletter e no podcast Guia Prático
- b) Acesso ao clube de descontos
- c) Recebimento de relatórios da operação
- d) Participação nos sorteios mensais de livros
- e) Adesivos do Manual do Usuário e do Tecnocracia (APOIE, 2021)

Os planos II e III custam R\$16 e R\$32, respectivamente, e possuem o benefício adicional de acesso ao grupo do Telegram. Também é possível apoiar anualmente, com desconto. Neste caso, os valores ficam R\$ 99/ano no Plano I; R\$ 179/ano no plano II; e R\$ 349/ano no plano III.

Em 2022, segundo dados divulgados em relatório financeiro exclusivo para assinantes, o MdU teve um faturamento de R\$131.653,22, o maior de sua história e correspondente a um aumento de 35% em relação a 2021. A receita de 2022 tem as seguintes origens:

- 38% de assinaturas;
- 29,5% de anunciantes;
- 29,5% de parcerias de conteúdo;
- 2,1% de programas de afiliados; e
- 1% das vendas do zine.

Segundo pesquisa quantitativa realizada em janeiro de 2022 para entender o perfil do seu público, 75% dos leitores do blog têm ensino superior completo, 35% têm renda familiar superior a R\$10 mil reais por mês, 83% são do sexo masculino, 50% têm entre 25 e 34 anos, e 51% são da região sudeste.

No relatório de estatísticas mensal, que é aberto ao público, mesmo aos não-assinantes, são contabilizados dados de audiência, redes sociais, newsletter e podcasts. Ele é enviado via e-mail para os leitores cadastrados e publicado também no blog de Bastidores. Em março de 2023, segundo o relatório, foram:

- 47 posts;

- 1 post patrocinado;
- 104,3 mil visitantes únicos (-14,1% em relação a janeiro; +101,4% em relação a fevereiro de 2022);
- 150.567 mil visualizações de páginas (-7,7% em relação a janeiro; +110,6% em relação a fevereiro de 2022);
- 16.261 seguidores no Twitter (+0,4% em relação a janeiro; +34,9% em relação a fevereiro de 2022);
- 2.608 seguidores no Telegram (+0,6% em relação a janeiro; +7,9% em relação a fevereiro de 2022);
- 3.258 seguidores no Mastodon (+1,3% em relação a janeiro; +480,7% em relação a fevereiro de 2022);
- 970 seguidores no LinkedIn (+13,3% em relação a dezembro);
- 6.201 inscritos na newsletter (+2,2% em relação a janeiro; +30,5% em relação a fevereiro de 2022);
- 2 vídeos publicados;
- 6.215 inscritos no canal (+1,1% em relação a janeiro; +17,5% em relação a fevereiro de 2022);
- 3 podcasts publicados (3 Guia Prático);
- 12.364 audições/downloads (5.684 do Guia Prático , 6.680 do Tecocracia ; -27,2% em relação a janeiro; -50,2% em relação a fevereiro de 2022).
(GHEDIN, 2023, s/p)

4.2 Metodologia

Para identificar de que formas as características do Slow Journalism aparecem no Manual do Usuário, a metodologia utilizada neste trabalho é a análise de conteúdo. De acordo com Bardin (1977, p.42), a análise de conteúdo pode ser definida como

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens.

A análise de conteúdo de Bardin é composta por três etapas principais: pré-análise, exploração do material ou codificação e tratamento dos resultados obtidos (BARDIN, 1977). A pré-análise é a fase inicial, na qual o pesquisador deve ler todo o material textual e identificar as unidades de análise relevantes para sua pesquisa. Nesta etapa, são definidas as categorias e

subcategorias que possam representar os diferentes temas, conceitos e ideias presentes no material. Na etapa de exploração do material, são aplicadas as categorias e subcategorias definidas na pré-análise para categorizar o conteúdo. Por fim, na etapa de tratamento dos resultados, são interpretados e analisados os dados coletados, buscando inferir significados e conclusões a partir das categorias e subcategorias identificadas. Nesta etapa, é possível utilizar técnicas de análise quantitativa, como a contagem de ocorrências de determinadas categorias, bem como técnicas de análise qualitativa, como a identificação de padrões e relações entre as categorias. No subcapítulo a seguir, trago a análise e sua divisão por categorias e subcategorias.

4.3 Análise

Neste trabalho, as categorias consideradas para análise foram escolhidas levando em conta características aferíveis do Slow Journalism apontadas pelos autores Berkey-Gerard (2009 apud LE MASURIER, 2015, p. 142), Le Masurier (2015) e Rosique-Cedillo e Barranquero-Carretero (2018). As categorias escolhidas foram Contexto, Transparência, Coprodução, Tempo, Longa extensão e Elementos Narrativos.

a) *Contexto*

O contexto, elemento do SJ citado por Berkey-Gerard (2009 apud LE MASURIER, 2015, p. 142), foi identificado através da constatação da presença de elementos definidos por Luckman e Fonseca (2017, p.172). Foram buscados trechos que:

- I. “dêem sentido” ao que está sendo noticiado;
- II. forneçam “um background mais detalhado possível dentro dos limites de espaço e tecnologia”;
- III. ofereçam “o máximo possível de informações relevantes relacionadas a antecedentes históricos e sociais” do acontecimento, ajudando a compreendê-lo.

Na publicação número 10 do formulário, *Coalização Direitos na Rede pede ao governo federal regulação do ‘zero rating’* (GHEDIN, 2023, s/p), foi encontrado um trecho que se encaixa nas definições descritas acima. O parágrafo em questão lê:

Sou simpático à demanda — uma óbvia violação ao princípio da neutralidade de rede consagrado no Marco Civil da Internet —, mas talvez seja pedir muito a um governo recém-empossado para, na prática, acabar com a gratuidade do WhatsApp num país *dependente desse aplicativo* (GHEDIN, 2023, grifos do autor).

O fragmento “dependente desse aplicativo” possui um hiperlink para uma publicação do próprio Manual de 7/10/21, intitulada *Um país dependente do WhatsApp*, que ajuda o leitor a compreender o que há por trás da notícia.

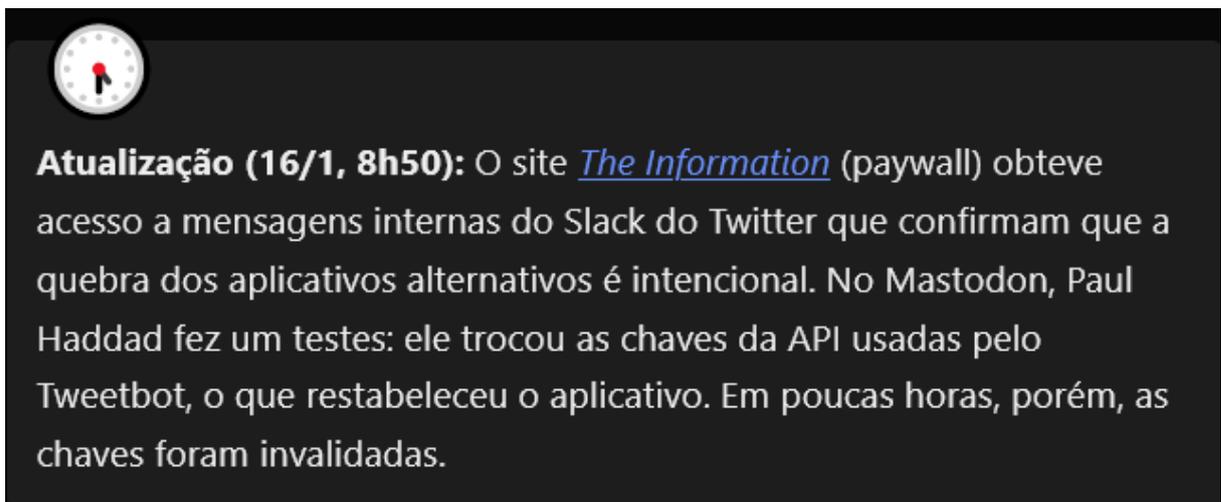
b) *Transparência*

Para Le Masurier (2015, p. 142), o SJ deve ser transparente sobre como suas histórias são escritas. Nesta categoria, foi buscada nos textos a presença de ao menos uma das formas de transparência descritas pela autora, divididas nas seguintes subcategorias:

- I. credita fontes
- II. sinaliza quando há reprodução de conteúdo de assessorias
- III. explica como alguma informação foi obtida, ou os motivos da pauta
- IV. traz links para documentos de origem, pesquisas ou outras histórias relevantes

Na publicação número 21, por exemplo, foram encontradas as subcategorias I, III e IV. Na Figura 7 consta o trecho que caracterizou uma explicação sobre a forma de obtenção de uma informação (subcategoria III) e o crédito à fonte (subcategoria IV):

Figura 7 - Reprodução de atualização na publicação 21



Fonte: próprio autor

A figura 8 demonstra o motivo da subcategoria II ter sido constatada, já que o parágrafo em questão traz links para matérias semelhantes.

Figura 8 - Reprodução de parágrafo na publicação 21

Teria sido para mim se já não tivesse [abandonado o Twitter](#). Há anos só usava clientes/aplicativos alternativos, [um refúgio](#) contra o “conteúdo recomendado” inflamável que o Twitter injeta na linha do tempo do aplicativo oficial.

Fonte: próprio autor

c) *Coprodução*

Levando-se em conta a importância do conceito de coprodução para o SJ, e para o movimento Slow como um todo (PETRINI, 2007 apud LE MASURIER, 2015), foi considerado como um indicador desta categoria de análise o fato de existir na publicação algum tipo de menção aos leitores do blog ou participação ativa dos mesmos no conteúdo.

Também é considerada coprodução a colaboração entre veículos, uma vez que, para Le Masurier (2015, p.143) “[o SJ] carrega um ethos de comensalidade - a mesa compartilhada - implicando em um ambiente mais comunal e abordagem não competitiva”. Anderson Bell e Shirky (2013, p.38) também acrescentam que no jornalismo pós-industrial “será preciso ter mais abertura a parcerias”.

Foram considerados como coprodução os posts livres (unidades 7, 15, 29 e 44 do formulário), cujo conteúdo é criado pelos leitores, que têm uma participação ativa na criação da “rede hipertextual”, através da interação mútua proporcionada pelo espaço (PRIMO; RECUERO, 2003).

Também conversas diretas com o leitor como a frase “Estou sempre aberto a outras formas de lidar com a carga de informações em aplicativos como o WhatsApp. Como você faz aí?”, presente ao final da publicação 53, esta intitulada *Uma abordagem alternativa para lidar com o fluxo de mensagens e grupos no WhatsApp* (GHEDIN, 2023, s/p).

d) *Tempo*

Para Berkey-Gerard (2009 apud LE MASURIER, 2015, p. 142), o SJ “leva tempo para descobrir as coisas”. Considerando a oposição do Slow Journalism à “cultura de fast news” (GREENBERG apud LE MASURIER, 2015) e o mote do movimento Slow Web “no tempo certo, em vez de em tempo real” (CHENG, 2012), foi verificado se a publicação em questão

possui distanciamento temporal em relação ao acontecimento relatado. Para verificação, foi utilizada a ferramenta Google Trends, que é capaz de fornecer a data com o pico de interesse sobre um determinado assunto a partir de palavras-chave que o descrevam. As palavras-chave foram inseridas no Google Trends, e sua data de pico foi comparada com a data da publicação do assunto no Manual. A categoria foi considerada presente quando esta distância foi de ao menos 30 dias, mas não foram encontradas publicações com esta característica.

e) *Longa extensão*

Para Berkey-Gerard (2009 apud LE MASURIER, 2015, p. 142), o SJ “traz o jornalismo de longa extensão e gêneros como a reportagem em profundidade, ensaio, crônica ou entrevista”. Para aferir esta categoria, foi usado como critério o número médio de caracteres presente nas últimas cinco reportagens abertas ao público da revista *Delayed Gratification*, veículo referência em SJ (NICKEL; FONSECA, 2020, p.15). São elas a reportagem *The Refugee*¹⁰, com 12309 caracteres, *Dead in the water*¹¹, com 44321, *The unlikely return of Lutfur Rahman*¹², com 27738, *Sixes, lies and videotape*¹³, com 19307 e *Picking up the pieces*¹⁴, com 41351. A média de caracteres calculada é de 29005, portanto foram consideradas publicações *longform* apenas aquelas com número de caracteres igual ou superior a 29005.

Por se enquadrarem no conceito de “hipertexto cooperativo” previsto por Primo e Recuero (2003), os posts livres estão sendo considerados como uma unidade de publicação em que é possível somar seus caracteres como um todo, e portanto foram considerados como publicações *longform*, já que o número de caracteres de todas as quatro publicações deste tipo ultrapassa os 29005 definidos.

Segundo os autores, o hipertexto cooperativo se trata da construção coletiva de um produto textual comum no ambiente virtual. “Muitas vezes, trata-se de um texto escrito coletivamente, mas de uma rede de significações coletiva agregada a um texto individual” (PRIMO; RECUERO, 2003).

¹⁰ Disponível em <https://www.slow-journalism.com/long-reads/the-refuge>. Acesso em 20 de março de 2023.

¹¹ Disponível em <https://www.slow-journalism.com/long-reads/dead-in-the-water>. Acesso em 20 de março de 2023.

¹² Disponível em <https://www.slow-journalism.com/long-reads/the-unlikely-return-of-lutfur-rahman>. Acesso em 20 de março de 2023.

¹³ Disponível em <https://www.slow-journalism.com/long-reads/sixes-lies-and-videotape>. Acesso em 20 de março de 2023.

¹⁴ Disponível em <https://www.slow-journalism.com/long-reads/picking-up-the-pieces>. Acesso em 20 de março de 2023.

f) *Elementos narrativos*

Berkey-Gerard (2009 apud LE MASURIER, 2015, p. 142) elenca “se apoia no poder da narrativa” como uma das características do SJ. Pena (2007, p.56) explica que o jornalismo literário (ou narrativo) “não se trata da oposição entre informar ou entreter, mas sim de uma atitude narrativa em que ambos estão misturados”. Foram considerados elementos narrativos recortes textuais que possuem características pessoais, como opinião, figuras de linguagem, ou matérias que “rompam as correntes burocráticas do lide” (PENA, 2007, p.49). Esta categoria, portanto, está dividida nas subcategorias:

- I. presença de opinião
- II. presença figura de linguagem
- III. ausência do formato de lide

Na publicação 30, de manchete *OpenAI pagou US\$ 2/hora para quenianos rotularem conteúdo tóxico para o ChatGPT* (GHEDIN, 2023, s/p), foi considerado presente o elemento narrativo da hipérbole, configurando presença de figura de linguagem no seguinte trecho: “Não falha nunca: por trás de toda tecnologia de inteligência artificial, existem trabalhadores mal pagos e com estresse pós-traumático em países pobres” (GHEDIN, 2023, s/p).

A amostra escolhida para aplicar estas categorias é composta pelas publicações do Manual do Usuário do mês de janeiro de 2023. A escolha se dá devido à proximidade cronológica com esta pesquisa, desconsiderando-se o mês de fevereiro devido a menor quantidade de dias e ao feriado de carnaval, que pode tornar as publicações atípicas. Foram consideradas também as publicações dos podcasts do blog, que possuem textos introdutórios com links de conteúdos citados no episódio em áudio. Neste caso, apenas o conteúdo textual foi considerado para análise, já que uma análise do conteúdo em áudio não se enquadra no escopo desta pesquisa. O formulário de codificação¹⁵ utilizado para análise possui as colunas Unidade, que é uma numeração apenas para indicar os posts referidos com maior facilidade ao citá-los; Data, Título, Link e Autor, que são autoexplicativas; Tipo de conteúdo, que classifica as publicações de acordo com os tipos descritos a seguir; Número de caracteres¹⁶, que foi medido ao replicar o conteúdo dos posts na íntegra em ferramenta online¹⁷ que oferece este serviço; e uma coluna para cada categoria ou subcategoria que caracteriza o SJ.

Foram constatados nove tipos de publicações durante o período escolhido para amostra,

¹⁵ Disponível em: <<https://docs.google.com/spreadsheets/d/149oYJUtsIF-4XUOjhzIdr7jU99UCAmfjQEzzWqE-HeA>>

¹⁶ Na categoria Post livre, o número de caracteres considerado para análise foi o da soma de todos os comentários dos participantes, já que sua construção é coletiva através dos tópicos criados pelos próprios leitores e suas respostas.

¹⁷ Disponível em: <<https://www.invertexto.com/contador-caracteres>>. Acesso em 15 de mar. de 2023.

sendo eles: Notinha, Post livre, Podcast, Opinião, Newsletter e Bastidores, tipos estes que já estavam previstos na autodescrição do Manual; e os tipos Dicas, Notícia e Review, que foram identificados por mim. A categoria Notícia descreve publicações curtas, porém mais extensas que as da categoria Notinha; a categoria Dicas traz aplicativos ou sugestões de práticas em tecnologia; e a Review, de aparição isolada, trouxe um review sobre um aplicativo.

Cataloguei 56 publicações do MdU, sendo a primeira no dia 2/1/2023, e a última em 31/1/2023. São 23 do tipo Notinha, 9 do tipo Notícia, 6 Dicas, 6 Opinião, 4 Post livre, 3 Podcast, 3 Newsletter, 1 Review e 1 Bastidores. Ou seja, 41% dos posts são do tipo Notinha. Notícia ocupa um distante segundo lugar, com 16%.

Tabela 1 - Percentual dos tipos de conteúdo no Manual do Usuário

Tipo	Quantidade	Porcentagem
Notinha	23	41%
Notícia	9	16%
Dicas	6	10,7%
Opinião	6	10,7%
Post livre	4	7,1%
Podcast	3	5,3%
Newsletter	3	5,3%
Review	1	1,8%
Bastidores	1	1,8%

Fonte: Próprio autor

Destaco que os tipos Post livre, Podcast e Newsletter são os únicos com periodicidade definida. O dia 30/1/2023, segunda-feira, foi o único dia útil do mês sem qualquer publicação no blog. Rodrigo Ghedin é o nome mais frequente na categoria Autor, tendo assinado 77% dos posts neste período, ou 43 dos 56. O segundo lugar é do blog Shūmiàn 书面¹⁸, que assinou 3 publicações.

¹⁸ Segundo o MdU, o Shūmiàn 书面 “é uma plataforma independente, que publica notícias e análises de política, economia, relações exteriores e sociedade da China”. Há uma parceria entre o Shūmiàn 书面 e o Manual, por isto há notícias do Shūmiàn 书面 sobre tecnologia publicadas no Manual.

A média de caracteres calculada é de 7753, considerando os posts livres. Desconsiderando-se a categoria Post livre, já que por serem de natureza colaborativa com a audiência destoam para cima em número de caracteres, a média fica em 1649. A publicação com maior número de caracteres é a número 29 da amostra, de título “Post livre #350”, com 103388 caracteres. Acessando seu link, é possível conferir que foram postados 331 comentários sobre assuntos variados. Desconsiderando-se a categoria Post livre pelo motivo citado, a publicação com maior número de caracteres é a número 20, intitulada *Às redes sociais, a culpa que lhes cabe*, escrita por Rodrigo Ghedin com 6679 caracteres. É seguida pela número 33, *Ser otimista ao ver o ChatGPT exige criatividade*, de Jacqueline Lafloufa, com 6463, e pela número 14, *Privacidade é ok*, de Tim Bray, com 5709. As três são artigos de opinião. A menor publicação é a de número 37, cuja autoria não é identificada (possivelmente por tratar-se apenas de uma citação), com 265 caracteres. Nos subcapítulos a seguir, trago os resultados da análise e os dados encontrados para cada categoria.

4.4 Resultado

Após análise de cada item da amostra com olhar atento para busca das categorias listadas, concluo que as características do Slow Journalism mais presentes no conteúdo do blog Manual do Usuário são, em ordem: a citação de fontes, a presença de links para conteúdos relacionados, de contextualização aos fatos, e de opinião e figuras de linguagem.

Tabela 2 - Presença de elementos SJ nas publicações

Categoria	Quantidade	Porcentagem
Fontes	35	62,5%
Links	31	55,4%
Contexto	28	50%
Opinião	24	42,8%
Figura de linguagem	22	39,2%
Ausência de lide	17	30,3%
Coprodução	13	23,2%
Explicação	8	14,2%
Conteúdo assessoria	4	7,1%

Longa extensão	3	5,3%
Tempo	0	0%

Fonte: próprio autor

O resultado não é surpresa se retomarmos a autodescrição do blog do capítulo 4.1.1, onde ele afirma que seus quatro pilares de atuação são “opinião, transparência, privacidade e comunidade”. Todavia, imediatamente chama a atenção a ausência de publicações que tenham se encaixado na categoria Tempo, cujo pré-requisito era que houvesse um distanciamento temporal de ao menos um mês do assunto tratado e seu pico de interesse no Google Trends. É necessária a ressalva de que alguns dos posts abordam assuntos atemporais, como dicas, compilados de links “curiosos”, ou post livre. Também se destaca a baixa quantidade de itens que configurem Longa extensão (acima de 29005 caracteres), correspondentes a apenas 5,45% da amostra. Sendo estas características primordiais do Slow Journalism, é significativo que apareçam de maneira breve e uma pista para que possamos começar a responder a pergunta da pesquisa, entendendo como o Slow de fato aparece no Manual. Não fossem os posts livres, construídos pelo público, sequer haveria itens na categoria Longa Extensão.

Por outro lado, as categorias Fontes, Links, Contexto, Opinião e Figura de linguagem são as mais presentes, estando as cinco de forma simultânea em três publicações: a número 11 da amostra, de título *Golpistas brasileiros não aprenderam nada com os golpistas norte-americanos*, a 24, *A Netflix criou um ‘ciclo de cancelamento auto-sustentável’*, e a 33, *Ser otimista ao ver o ChatGPT exige criatividade*. As três primeiras, Fontes, Links e Contexto são as únicas que constam em mais da metade das publicações analisadas, e são coexistentes em 15 (27% da amostra). A categoria de Fontes é muito presente devido a maioria dos posts serem do tipo Notinha ou Notícia (juntas, correspondem a 57% da amostra). Apenas 6 das 34 publicações destes tipos não tiveram a categoria Fontes constatada. É uma prática frequente no Manual a utilização de informações obtidas por terceiros, seguida da identificação da fonte, geralmente ao final do conteúdo, conforme os exemplos a seguir:

Figura 9 - Montagem com 3 exemplos de indicação de fontes

Os guias de atualização [estão listados aqui](#). Dispositivos com suporte oficial não precisam mais ser formatados, ou seja, é possível atualizar a partir da versão 19.1 (baseada no Android 12) sem perder seus dados. De qualquer forma, um bom backup é sempre recomendado. Via [LineageOS](#) (em inglês).

O Google, maior buscador do mundo, vem acompanhando o desenvolvimento dessa tecnologia (a deles é chamada LaMDA), mas descarta por ora o uso em produção devido ao “risco de reputação” decorrente de “problemas factuais” e outros do modelo, de acordo com Jeff Dean, líder da divisão de IA da empresa, em uma reunião interna vazada pela *CNBC*. Via [Bloomberg](#), [CNBC](#) (ambos em inglês).

O reajuste da troca de bateria só começa a valer em 1º de março, porém — para os demais reparos, os preços novos já estão valendo. Via [MacMagazine](#).

Fonte: próprio autor

A citação de fontes, por si só, já é uma característica esperada do jornalismo profissional. Destaca-se positivamente, portanto, a categoria de Links, que aparece em 55,4% do conteúdo. Os links para conteúdos relacionados também são uma constante no blog, estando presentes em todos os tipos de publicações. Também são frequentes nas páginas internas do blog, que não compuseram a amostra desta análise. Muitos levam a matérias antigas dentro do próprio Manual. Na figura abaixo, 2 dos 7 links presentes levam a conteúdos do Manual, enquanto 5 direcionam para conteúdo externo.

Figura 10 - Exemplo de publicação com 7 links

[“Sair do Twitter”](#) não significa ignorá-lo por completo. Na cobertura do **Manual** e até mesmo em trocas de mensagens com amigos e familiares, vez ou outra aparece um link para lá.

Foi numa dessas situações que lembrei da extensão [Privacy Redirect](#), que redireciona links de redes sociais comerciais para [front-ends alternativos](#) focados em privacidade. No caso do Twitter, o Nitter.

Se você usa [Chrome](#) ou [Firefox](#), ótimo: a extensão é gratuita, só instalar e apontar quais serviços deseja que sejam redirecionados.

No caso do Safari, desconhecia alternativa. Aí fiz uma pesquisa e descobri que, em agosto de 2021, alguém lançou [uma versão da Privacy Redirect para o navegador da Apple](#). Custa R\$ 10,90, mas... né, o que não custa alguns reais nas plataformas da Apple?

Fonte: próprio autor

A categoria Contexto aparece com frequência ligada à presença de links que apontam para conteúdos que ajudam a contextualizar o que está sendo relatado. Embora também estejam presentes de forma isolada, as categorias Contexto e Links estão juntas em 23 itens, ou seja, em 41% da amostra analisada.

Outra dupla que aparece com frequência associada são as categorias Opinião e Figura de linguagem, ambas subcategorias pertencentes à categoria de Elementos Narrativos. Elas estão simultâneas em 13 itens, ou 23,2% da amostra. Isto se dá porque a maioria das figuras de linguagem aferidas deixam transparecer a opinião do autor. Entre as figuras, foi constatada a presença de sarcasmo, metáfora, símile, analogia e hipérbole. Na figura abaixo, trago dois exemplos onde é utilizada uma figura de linguagem e a opinião do autor fica clara.

Figura 11 - Exemplos de parágrafos onde há figuras de linguagem e opinião ao mesmo tempo

No caso do Safari, desconhecia alternativa. Aí fiz uma pesquisa e descobri que, em agosto de 2021, alguém lançou [uma versão da Privacy Redirect para o navegador da Apple](#). Custa R\$ 10,90, mas... né, o que não custa alguns reais nas plataformas da Apple?

Lembra muito o Flipboard, na real. (Alguém aí usa? O **Manual** tem [um perfil/revista lá](#).) Eles prometem componentes sociais, como recomendações de artigos e comentários, mas... né, não é como se faltassem lugares para fazer essas coisas.

Fonte: próprio autor

A ausência do formato lide em 30% dos posts é produto do viés narrativo adotado pelo blog. Por este motivo, em 10 das 56 publicações se verificam ao mesmo tempo as três subcategorias que configuram elementos narrativos. Este viés se comprova dado que 56% das publicações possuem pelo menos uma das três. Nas cinco principais subcategorias de SJ adotadas pelo Manual, portanto, há duas da categoria Transparência, uma que é a própria categoria, Contexto, e duas de Elementos narrativos.

Tabela 3 - Presença de elementos SJ nas publicações

Categoria	Quantidade	Porcentagem
Transparência	50	89,2%
Elementos narrativos	33	58,9%
Contexto	28	50%
Coprodução	13	23.2%
Longa extensão	3	5.3%
Tempo	0	0%

Fonte: próprio autor

A coprodução aparece, além dos posts livres e da parceria com o portal Shūmiàn 书面, em perguntas feitas aos leitores, chamados para apoio e numa pauta gerada a partir de uma provocação de um leitor, compartilhada no grupo de Telegram para apoiadores.

Figura 12 – Reprodução de matéria feita a partir de colaboração com leitor

O leitor Guilherme Teixeira notou algo estranho em seu iPhone no início de janeiro: o aplicativo do iFood estava acessando a localização do aparelho sem ter permissão para tal.

Quando Guilherme compartilhou essa curiosidade no nosso grupo do Telegram ([para apoiadores](#)), ficamos intrigados. Outro leitor respondeu: "iFood passando a perna na Apple." Parece loucura. Mas... será?

Fonte: próprio autor.

Já a presença de apenas três publicações consideradas *longform*, assim como a ausência de conteúdos que se encaixem na categoria de tempo, atribuo ao fato de o blog ser praticamente um projeto solo do editor e fundador Rodrigo Ghedin, como ele próprio afirmou na entrevista presente no subcapítulo 4.1.4. Reportagens aprofundadas, com apurações extensas, requerem tempo para produção. Em janeiro, mês considerado para análise, o MdU teve uma média de 1,8 posts por dia, 77% destes feitos por Ghedin, incluindo 4 artigos de opinião escritos por ele com média de aproximadamente 4.500 caracteres; além de 3 podcasts extensos e 3 newsletters de compilados de links. Os demais colaboradores, Jacqueline Lafloufa e Guilherme Felitti, participam apenas nos podcasts e com artigos de opinião esporádicos. Além da parte jornalística, Ghedin também é responsável pela manutenção do website e pelo controle financeiro da marca Manual.

Não significa, no entanto, apesar destas duas características terem sido pouco verificadas, que o Manual do Usuário não possa se encaixar no conceito de Slow Journalism. Conforme foi visto nos capítulos teóricos, a definição de SJ é flexível, não sendo pré-requisito que um veículo atenda a todas as características previstas em uma determinada checklist de princípios necessários. Mesmo o objetivo desta pesquisa não é afirmar se o Manual do Usuário é ou não um blog SJ, mas sim quais as características do movimento SJ que aparecem no seu conteúdo, e de que formas elas são aplicadas.

4.4.1 Discussão dos resultados

Após pesquisa teórica, estudo sobre a linha editorial e formatos adotados pelo Manual, catalogação de publicações, definição de categorias aferíveis de SJ e análise dos dados obtidos, concluo que, dentre as características escolhidas, as mais presentes no blog são Transparência, Elementos Narrativos e Contexto, estando estas presentes em mais da metade da amostra. À

primeira vista, pode parecer paradoxal a presença destes três elementos, dado o fato de que 57% da amostra consiste em Notinhas ou Notícias, ou seja, a maior parte é de textos curtos. Como é possível que um veículo cuja maioria das publicações analisadas são tão breves e nenhuma delas tem distanciamento temporal em relação aos acontecimentos seja um exemplo de aplicação de conceitos do Slow Journalism?

A resposta está no formato em que o blog se propõe a atuar. Percebo que há um padrão de utilização de notícias obtidas por outros veículos, estes com a proposta tradicional de jornalismo. As informações divulgadas por estes veículos são mediadas pelo Manual, que as insere (ao menos a parte que julga válida) no seu ambiente crítico, muitas vezes mesclando as notícias de mais de uma fonte, para serem então contextualizadas, apreciadas ou debatidas pelos autores ou pelos leitores. Daí tamanha presença de contexto e elementos narrativos nos resultados. Entre as fontes de informação de notinhas e notícias, estão veículos como Folha de S. Paulo, The Verge, New York Times, Time, Mac Magazine, Núcleo, Bloomberg e CNBC. A citação destes veículos e o costume de indicar links relacionados explicam a porcentagem alta de verificação de transparência na amostra. Considerando que a indicação de fontes é uma prática já esperada do bom jornalismo, pode-se considerar que, analisando isoladamente as subcategorias, o hábito de colocar links é a característica Slow mais marcante do Manual. A prática remete à lógica não competitiva e demonstra, além de transparência, respeito aos demais produtores de conteúdo; e muitas vezes está ligada à contextualização da informação.

Apesar de não ser caracterizado pela longa extensão ou pela temporalidade, portanto, o Manual consegue apresentar o Slow no seu conteúdo e no seu formato. Algumas das maneiras que o Slow aparece já foram descritas, mas outras não foram possíveis de comprovar objetivamente, ou dentro do escopo desta análise. Em dezembro de 2022, por exemplo, logo após a compra do Twitter pelo bilionário Elon Musk, Ghedin fez uma publicação intitulada *Ajustando a cobertura do Twitter*, onde defendeu que a cobertura do Manual sobre ações de Musk seria limitada já que, segundo ele, “o objetivo, de Musk e do Twitter, é chamar a atenção” (GHEDIN, 2022, s/p). O parágrafo a seguir, destacado da matéria, deixa evidente a escolha editorial, e pode encaixar-se como um exemplo de transparência:

Há coisas melhores que os dramas internos, fabricados do Twitter acontecendo no mundo. Por isso, a partir de agora cobrirei o Twitter da mesma forma que cubro outras redes comandadas por extremistas, como Parler e Truth Social: sem entrar nas polêmicas internas ou nos caprichos dos seus donos, focando, em vez disso, nas implicações externas quando houver (GHEDIN, 2022, s/p).

Enquanto a transparência neste trecho é a uma característica que pode ser facilmente aferida, já que se trata de um veículo abrindo suas escolhas editoriais e seus motivos, há também neste trecho (e em outros) uma característica do SJ definida por Berkey-Gerard (2009 apud LE MASURIER, 2015, p. 142) cuja aferição não é tão simples, e por isto não foi incluída na lista original da análise: “Evita celebridades, virais e eventos cobertos por uma massa de repórteres”. Craig (2016, p. 465) também argumenta que o SJ deve “cobrir assuntos normalmente não abordados no jornalismo mainstream”. Julgamos ser de uma complexidade além do escopo desta monografia medir a “ausência” de uma determinada novidade que tenha sido noticiada por outros veículos, ou verificar se tantos assuntos já tenham tido alguma cobertura de veículos *mainstream*. Seria preciso estender a análise também às publicações destes veículos para poder fazer estas afirmações.

Também há aspectos subjetivos, como qualidade, que dificilmente poderiam ter algum tipo de mensuração. Berkey-Gerard (2009 apud LE MASURIER, 2015, p. 142) também diz que o SJ “Valoriza precisão, qualidade e contexto; não apenas ser rápido e pioneiro”. Destas, consideramos apenas o contexto passível de ser analisado.

O Manual mantém uma página chamada *Diretório de newsletters brasileiras*¹⁹, onde há uma planilha com, até o momento, 229 newsletters cadastradas. É um tipo de conteúdo que pode se encaixar duplamente no conceito de coprodução, já que, em primeiro lugar, também há newsletters sobre tecnologia listadas no diretório; portanto, de veículos que poderiam, em condições normais, serem considerados como concorrentes. Em segundo lugar, porque é colaborativa, ou seja, tanto leitores quanto os proprietários das newsletters podem solicitar que as mesmas sejam incluídas na lista. Também há contextualização nesta página, já que há dois links para vídeos do Manual que explicam como usar a planilha de newsletters e como organizar newsletters no email.

É notória também a relação do Manual, representado por Ghedin, com os leitores. As conversas com apoiadores no grupo Conselho do Manual, como a representada na Figura 5, são diárias; é frequente sua presença nos comentários das publicações e dos posts livres; nas newsletters, tanto as abertas quanto as exclusivas para apoiadores, há uma opção de enviar feedback sobre o conteúdo. Nas exclusivas, a interação é ainda mais direta, conforme mostrado na figura abaixo.

¹⁹ Disponível em <<https://manualdousuario.net/newsletters-brasileiras/>> . Acesso em 22 mar. 2023.

Figura 13 - Trecho da newsletter exclusiva para apoiadores

Manual do Usuário, 13–19/3/2023

Dia desses estava pensando em maneiras de deixar esta conversa semanal nossa mais interativa. Dessa reflexão surgiu a ideia de pedir a sua opinião a respeito da semana do **Manual**.

É tipo aquele feedback das newsletters, mas aqui gostaria que você avaliasse todo o site: se curtiu os conteúdos, as curadorias, as escolhas editoriais, o ritmo de publicação na semana que se encerrou. Vamos tentar?

O que achou do Manual nessa semana?



Ótimo!



Mais ou menos...



Não gostei

Os links de votação acima trazem a opção de comentar anonimamente. Use-a à vontade. Se preferir ou não se importar em se identificar, você também pode responder este e-mail como se fosse qualquer outro — a resposta cai na minha caixa de entrada!

Semana que vem comento o resultado desta avaliação, combinado?

Fonte: próprio autor

Outra peculiaridade do veículo que se destaca e não foi objeto desta análise é o fato de não priorizar suas contas nas principais redes sociais, Instagram, Twitter e Facebook. Sua linha editorial é crítica aos efeitos das redes sociais (alguns deles já mencionados no capítulo 2, sobre a crise no jornalismo), e tal opinião é expressa com frequência em publicações e também nas páginas internas. Em vez disso, busca valorizar a interação interna via comentários, Post livre e Órbita, onde há um ambiente que não é mediado pelos algoritmos comerciais. Seu Twitter é atualizado apenas de forma automatizada com os posts mais recentes, enquanto no Facebook a última postagem é de um mês atrás, e há uma conta de Instagram abandonada desde 2014. Seus links não são sequer divulgados na página inicial, onde há links para RSS, LinkedIn, Mastodon, Flipboard, Google News e Telegram.

Há ainda as estatísticas financeiras e de audiência, mencionadas no capítulo de descrição do blog, que são dados raros de serem divulgados por outros veículos, marcando mais um exemplo de transparência. Uma estratégia de sigilo dos dados é compreensível num ambiente competitivo, onde a divulgação de tais informações fora de ambientes controlados pode trazer prejuízos comerciais. Como o Manual não opera nesta lógica de competição, conforme prevê Le Masurier (2015) sobre veículos independentes de SJ, não existe esta preocupação.

O podcast semanal Guia Prático, que nesta análise só teve considerado seu texto introdutório, também conta com participação dos leitores na parte de áudio. Há no grupo Conselho do Manual um tópico chamado “Estúdio” e os apoiadores presentes podem participar tanto no chat de voz como escrito. Ao final dos episódios, o ouvinte é convidado a enviar sua colaboração para o e-mail²⁰, ou deixar seu comentário no post. Também o podcast Tecocracia teve por um período gravações ao vivo com a participação dos apoiadores via Telegram, num projeto chamado *Tecocracia Balcão*. Suas últimas 5 edições, quando transcritas, caracterizariam ou estariam muito próximas da definição jornalismo *longform* segundo o critério adotado nesta análise, de 29005 caracteres ou mais. O episódio 71, “O ano da implosão²¹”, tem 25804 caracteres. O 70, chamado *LGPD, LAI e o blecaute de transparência do Governo Bolsonaro*²², tem 41314. O 69, *Como chegamos até aqui?*²³, tem 26049. O 68, *Se a internet revolucionou como consumimos sexo, por que estamos transando menos?*²⁴, tem 35751. O 67, *Como o TikTok acabou com o maior trunfo das redes sociais comerciais*²⁵, tem 28871. Dois deles, portanto, seriam contabilizados como longa extensão, embora os demais estejam próximos do limite estabelecido e tenham tamanho superior a todos os itens da amostra exceto os posts livres.

²⁰ <podcast@manualdousuario.net>

²¹ Disponível em <<https://manualdousuario.net/podcast/tecocracia-71/>> . Acesso em 22 de mar. de 2023.

²² Disponível em <<https://manualdousuario.net/podcast/tecocracia-70/>> . Acesso em 22 de mar. de 2023.

²³ Disponível em <<https://manualdousuario.net/podcast/tecocracia-69/>> . Acesso em 22 de mar. de 2023.

²⁴ Disponível em <<https://manualdousuario.net/podcast/tecocracia-68/>> . Acesso em 22 de mar. de 2023.

²⁵ Disponível em <<https://manualdousuario.net/podcast/tecocracia-67/>> . Acesso em 22 de mar. de 2023.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, analisei como os conceitos do Slow Journalism são aplicados no conteúdo do blog Manual do Usuário. Nos primeiros capítulos, trago o referencial teórico necessário para contextualizar e embasar a análise realizada. Primeiro, falo sobre as origens e consequências do panorama atual do jornalismo, de crise financeira e de legitimidade, e introduzo o movimento Slow Journalism como uma das formas de enfrentamento a estas crises. Depois, discorro sobre a origem do movimento Slow, base do Slow Journalism, como alternativa à aceleração em diversas áreas, e explico como seus valores foram transpostos para a atividade jornalística.

No capítulo analítico, descrevo o objeto de estudo, o blog Manual do Usuário, e seu modo de operação, e então explico sobre a metodologia utilizada para a análise. Após definir as características aferíveis de Slow Journalism que seriam buscadas no conteúdo, catalogo em planilha 56 publicações do mês de janeiro como amostra a ser considerada para pesquisa. Por fim, aplico as categorias previamente definidas a este formulário e apresento os resultados obtidos, quando percebo que as categorias mais presentes no conteúdo são Transparência, Contexto e Elementos Narrativos, todas com um percentual de aparição de 50% ou mais. Também há presença razoável de Coprodução na amostra, estando em 23,2% dos itens; mas baixa de Longa Extensão, com 5,3%, e nenhuma de Tempo. Na discussão destes resultados, concluo que os números são sintomáticos do modelo de operação do blog, apesar de não serem capazes de demonstrar as muitas características Slow do Manual que estão presentes em páginas fora do corpus de pesquisa, ou que estão presentes mas são de natureza subjetiva.

Respondendo ao problema de pesquisa, percebo que é inegável a importância do movimento Slow Journalism enquanto alternativa à crise, à aceleração e à queda na qualidade do conteúdo. Veículos como o Manual do Usuário trazem formas alternativas de fazer jornalístico que tem capacidade de oferecer soluções ou ideias à atividade como um todo. É preciso levar em consideração, no entanto, os empecilhos existentes para se produzir este tipo de material, como pressões comerciais, recursos financeiros e mesmo o tempo necessário para dedicar-se a uma análise aprofundada de determinada pauta. É por este motivo que autores defendem que o SJ pode ser melhor aplicado em pequenas organizações sem natureza competitiva e veículos independentes, como o Manual do Usuário. No caso do MdU, no entanto, seu caráter quase artesanal (já que a grande maioria da produção é feita por apenas uma pessoa), dificulta que haja um enfoque em grandes apurações ao mesmo tempo em que se

produz conteúdo diário com transparência e contexto. Esta dificuldade é amenizada pela colaboração, já que as maiores publicações do veículo são as produzidas pelo público ou por parceiros. De certa forma, considero que a ausência de grandes reportagens acaba sendo “compensada” pela presença de outros traços do Slow.

Apesar de possivelmente ainda causar estranhamento, a figura de uma “instituição jornalística” de uma pessoa é considerada parte fundamental do jornalismo pós-industrial para Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 84).

Embora esse conceito tenha sido maculado pela atual ladainha de que hoje “você é sua própria marca”, vivemos numa era na qual iniciativas de jornalistas solitários e pequenos grupos são ideais para a descoberta de novas fontes de valor – e, já que todo processo é a resposta à dinâmica de um grupo, quanto menor o grupo, mais fácil será equilibrar processo e inovação (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p.85).

Destaco novamente que o Slow Journalism e as publicações que seguem seus princípios não tem a pretensão de acabar com a forma tradicional de jornalismo, que é considerada imprescindível. Algumas vezes, precisamos de jornalismo “síncrono com as velocidades da existência moderna” (CRAIG, 2016), mas o SJ oferece uma visão contemplativa e crítica também necessária para “uma compreensão melhor da complexidade do mundo” (NICKEL; FONSECA, 2020). O Manual é um exemplo destas citações, uma vez que, conforme foi concluído no capítulo analítico, sua principal forma de aplicação do Slow é contextualizando e opinando em cima de notícias produzidas por veículos “fast-journalism”. Seu modelo de negócio, talvez involuntariamente, está embasado nas ideias trazidas neste trabalho dos autores que argumentam que o jornalismo deve orientar-se cada vez mais para uma atividade que dá sentido à vastidão de informações disponíveis (ABREU; OLIVEIRA; STEFENON, 2020; ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013; BRUNS, 2011; CRAIG, 2015; LE MASURIER, 2015; LÜCKMAN; FONSECA, 2017; PRAZERES, 2018; ROSIQUE-CEDILLO; BARRANQUERO-CARRETERO, 2015). É possível afirmar que o Manual segue o mote do professor de jornalismo Jeff Jarvis, “*do what you do best and link to the rest*” – ou, “faça o que é o seu forte e ponha links para o resto” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 41).

Por outro lado, Le Masurier (2015) traz a ressalva de que ainda é preciso ainda entender se há “tempo e interesse” por parte da audiência em consumir este tipo de conteúdo, especialmente numa sociedade cada vez mais acelerada. O faturamento do Manual do Usuário, de R\$ 131 mil em 2022 — sendo 38% deste valor proveniente de assinaturas —, e o engajamento desta comunidade, que confere aos posts livres analisados a média de 87 mil

caracteres, indicam que há sim um nicho significativo que está interessado neste formato, ao menos quando se trata de uma publicação especializada em tecnologia.

Outra crítica possível ao SJ é de que o movimento seria um “modernismo nostálgico”, sendo uma espécie de escape elitista da abundância comunicativa atual (KEANE apud LE MASURIER, 2016). Le Masurier (2016), no entanto, defende que tal visão não compreende a complexidade do movimento, já que “slow” e “fast” coexistem dialeticamente, e o objetivo de uma vida “slow” é de situar-se no presente, usando a tecnologia para desacelerar o ritmo da existência. Quando se fala de Slow, é necessário compreender primeiramente que a velocidade, por si só, não é necessariamente um valor negativo. O ponto do movimento é o entendimento de que o problema mora no que Rosique-Cedillo e Barranquero-Carretero (2015) chamam de “culto à velocidade”, que significa colocá-la como um objetivo primário. Para Prazeres (2018, p.126), não podemos tomar a velocidade como “natural”, e é essencial compreendê-la “como uma dimensão construída e legitimada por consenso em torno da cibercultura”. Também a tecnologia, apesar de facilitadora da aceleração, não deve ser vista como inimiga, mas como aliada do jornalista, capaz de oferecer ferramentas e aproximar o público. É importante, porém, tanto como jornalistas quanto como cidadãos, não estarmos deslumbrados com algumas novidades, mas estarmos atentos e bem informados para que possamos ser críticos a seus efeitos sociais; mote que é adotado pelo Manual do Usuário ao cobrir a tecnologia com sob um olhar não comercial.

Por fim, concluo que as iniciativas citadas neste trabalho, além do próprio objeto, são indicadoras de que existem alternativas e vias de sobrevivência para o jornalismo que, embora complexas, merecem atenção. Como argumentam Anderson, Bell e Shirky (2013), está cada vez mais difícil definir o que exatamente é jornalismo, portanto novas ideias e formatos, especialmente aqueles que se utilizem das vantagens da tecnologia para operar, são tendência. Considero que o Manual do Usuário se vale de recursos tornados possíveis pela tecnologia — como a reunião e interação de leitores em grupos e fóruns, a coleta e a divulgação de dados de transparência, a “curadoria” de notícias e o *crowdfunding* — para aplicar os conceitos de SJ na medida do possível em uma organização com recursos limitados.

Para chegar ao jornalismo que uma democracia complexa e tecnocrática exige, precisamos que cada profissional assuma, por si só, a parte mais difícil da tarefa de decidir o que significa jornalismo de qualidade em um mundo no qual informação é o que não falta (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p.85).

Importante notar que o artigo citado é do ano de 2013, e segue atual mesmo dez anos depois de sua publicação, talvez mais ainda hoje do que à época. Se fizermos um exercício de imaginação sobre como seria um modelo ideal de jornalismo que possa garantir, ao mesmo tempo, qualidade, satisfação do público e cobertura de assuntos de interesse, existem poucas certezas a respeito de como seria esta operação hipotética. Mas podemos concluir que tal modelo não precisaria, necessariamente, de um lide nos moldes tradicionais, coberturas 24 horas ou reproduções de assessorias, mas, mais provavelmente, de leitores engajados e informação contextualizada e transparente; atributos que o Slow Journalism é capaz de fornecer.

6 REFERÊNCIAS

ABREU, Júlia Ozorio de; DE OLIVEIRA, Felipe Moura; STEFENON, Eduarda. **Crise do jornalismo: enfrentamento e novas iniciativas**. [s. l.], p. 16, 2020.

ANDERSON, C.; BELL, E. e SHIRKY, C. **Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos**. In: Revista de Jornalismo ESPM, n. 5, ano 2, São Paulo, p. 30-89, abril/maio/junho 2013.

APOIE. Manual do Usuário, 2021. Disponível em: < <https://manualdousuario.net/apoie/>>. Acesso em: 14. de mar. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução: L. A. Reto, A. Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007

BELL, Emily.; OWEN, Taylor. **A imprensa nas plataformas: como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo**. Revista de Jornalismo ESPM, julho-dezembro de 2017.

BRUNS, Axel. **Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em tempo Real: novos desafios para o Jornalismo**. In: BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH, Volume 7, Número 11, 2011.

CHENG, Jack. **The Slow Web**. Disponível em: <https://www.jackcheng.com/the-slow-web/>. Acesso em: 14 de mar. 2022

Churn Something Out, Cambridge Dictionary, 2023. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/churn-out>. Acesso em: 16 fev. 2023.

CRAIG, G. **Reclaiming Slowness in Journalism**. Journalism Practice, 2015. v. 10, n. 4, p. 461–475.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-Verdade: A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de Fake News**. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DEUZE, M; WITSCHGE, T. **O que o jornalismo está se tornando**. Parágrafo, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 6–21, jul./dez. 2016.

GESS, H. **Climate change and the possibility of ‘slow journalism’**. Ecquid Novi: African Journalism Studies, [s. l.], v. 33, n. 1, p. 54–65, 2012.

GHEDIN, Rodrigo. **Ajustando a cobertura do Twitter**. Manual do Usuário, Curitiba, 19 de dez. 2022. Disponível em: <<https://manualdousuario.net/notinha-ajuste-cobertura-twitter/>>. Acesso em: 14 de mar. 2023.

GHEDIN, Rodrigo. **Coalização Direitos na Rede pede ao governo federal regulação do “zero rating”**. Manual do Usuário, Curitiba, 6 de jan. 2023. Disponível em: < <https://manualdousuario.net/notinha-cdr-governo-regulacao-zero-rating/> >. Acesso em: 14 de mar. 2023.

GHEDIN, Rodrigo. **Dezembro (e o ano inteiro) de 2022 do Manual do Usuário**. Mensagem recebida por: matheusleite@fastmail.com em 9 jan. 2023.

GHEDIN, Rodrigo. Entrevista. [Março. 2023]. Entrevistador: Matheus da Rocha Leite. Porto Alegre, 2023. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice I desta monografia.

GHEDIN, Rodrigo. **OpenAI pagou US\$ 2/hora para quenianos rotularem conteúdo tóxico para o ChatGPT**. Manual do Usuário, Curitiba, 19 de jan. 2023. Disponível em: <<https://manualdousuario.net/notinha-openai-quenianos-toxico-chatgpt/>>. Acesso em: 14 de mar. 2023.

GHEDIN, Rodrigo. **Uma abordagem alternativa para lidar com o fluxo de mensagens e grupos no WhatsApp**. Manual do Usuário, Curitiba, 31 de jan. 2023. Disponível em: <<https://manualdousuario.net/whatsapp-lidar-mensagens-grupos/>>. Acesso em: 14 de mar. 2023.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

HOEWELL, Gabriel Rizzo. **A configuração da informação no contexto da convergência jornalística** : uma análise do Nexo. 2018. 184 f. (Dissertação de mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os Elementos do Jornalismo**: o que os profissionais devem saber e o público deve exigir. Porto: Editora Porto, 2001.

LANIER, Jaron. **Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LE MASURIER, Megan. **Slow journalism: An introduction to a new research paradigm**. 2016. Disponível em <<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2016.1139904>>

LÜCKMAN, Ana Paula; FONSECA, Virginia. **Contexto e contextualização no Jornalismo: uma proposta conceitual**. Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. 14, Nº 2, Jul./Dez.2017, pp.162-174.

NICKEL, B. ; FONSECA, V. P. S. . **O que é lento no slow journalism? Uma análise da sua relação com o tempo**. ÂNCORA - REVISTA LATINO-AMERICANA DE JORNALISMO, v. 7, p. 14-33, 2020

PENA, F. **O jornalismo literário como gênero e conceito**. Revista Contracampo, v. 2, n. 17, p. 43–58, 2007.

PRAZERES, Michelle. **Jornalismo lento – Mapeando tensões entre velocidade e comunicação em ambientes digitais**. Revista Paulus, São Paulo, v. 2, n. 4, jul./dez. 2018.

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel. **Hipertexto Cooperativo: Uma Análise da Escrita Coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia**. Trabalho apresentado no VII Seminário Internacional de Comunicação. Porto Alegre: PUC/RS, 2003.

ROSIQUE-CEDILLO, G.; BARRANQUERO-CARRETERO, A. **Periodismo lento (slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica.** *Profesional De La información*, 24(4), 451–462, 2015. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.12>

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são.** V. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

SLOW Food. c2023. Our history. Disponível em: <https://www.slowfood.com/about-us/our-history/> Acesso em 12 de fev. de 2023.

MANUAL do Usuário. 2020?. Página "Sobre". Disponível em <https://manualdousuario.net/sobre> Acesso em 14 de mar. 2023

APÊNDICE I – ENTREVISTA COM RODRIGO GHEDIN

Levando em conta os princípios Slow e a operação do Manual do Usuário, formulei para Rodrigo Ghedin, fundador e editor-chefe do veículo, cinco perguntas que visam esclarecer dúvidas que surgiram durante esta pesquisa sobre a relação do blog com o SJ e suas características, como o fato do blog se declarar como Slow Web e não citar o SJ, apesar de ser um veículo jornalístico. A interação se deu via Telegram.

1. O que o levou a criar o Manual?

Foram duas coisas. Primeiro, a necessidade. Em 2013, eu havia começado minha segunda faculdade e conciliava ela com o trabalho de repórter no Gizmodo Brasil. Mesmo com a ajuda do pessoal da F451, a editora do Giz²⁶, ficou meio pesado e não conseguia me dedicar ao curso da maneira como gostaria. Aproveitei que tinha um pé de meia para sair do Giz e lançar um site/blog próprio, uma forma de não ficar totalmente parado.

Segundo, a oportunidade. Aproveitei esse gancho para colocar no ar um projeto que, achava eu, fazia falta na época: um espaço para debater tecnologia de consumo com profundidade, sem o ritmo frenético das publicações que existiam. Queria escrever textos maiores, mais trabalhados, que levassem dias ou semanas para ficarem prontos.

2. Quem considera como concorrentes do blog, e por quê?

O Manual não tem concorrentes. Não brigo por furo, para ser o primeiro a dar qualquer coisa, e não é isso (ou a falta disso) que determina o sucesso ou o fracasso do site. Eu, Rodrigo, não sou competitivo; na real, eu fujo de competições. Essa característica se reflete em absoluto no Manual.

3. Qual sua pretensão para o futuro do Manual? Até onde você espera crescer?

Olha, ele está num patamar que sempre considere ideal: uma boa audiência, receita suficiente para eu viver confortavelmente e me impondo desafios profissionais em boa medida, factíveis e instigantes. Seria legal ter um(a) editor(a)-assistente, mas não encaro isso como uma meta. Se rolar, ótimo; se não, está bom do jeito que está.

²⁶ N.A.: Giz é um apelido para o website Gizmodo.

4. Você traduziu o manifesto Slow Web e o publicou no Manual. De que maneiras procura aplicar os princípios Slow no blog?

Acho que tem várias coisas do texto do Jack Cheng que, ainda hoje, o Manual apresenta. São características que qualquer manual de SEO ou de “criadores” desaconselharia, como só falar (ou postar) quando tiver algo, em vez de encarar a consistência como um imperativo. (Algumas seções do Manual são periódicas, mas só assumo esse compromisso quando sei que há matéria-prima e energia para mantê-lo.)

Eu nem lembro se extraí isso do manifesto, mas o meu principal norte no fazer o Manual é me colocar no lugar do leitor e perguntar, a sério, se eu gostaria de ler (e ver, ouvir, assistir) o que estou publicando. Felizmente, acho o meu site bem legal.

5. Por que escolheu se filiar ao conceito de Slow Web e não ao de Slow Journalism?

O Slow Web era a minha referência na época. Embora seja mais focado a aplicações web, acho que, no fundo, os princípios desses manifestos “slow” são parecidos, quase intercambiáveis. O que não é grande surpresa, visto que eles se levantam contra uma característica onipresente no mundo moderno, a celeridade.

APÊNDICE II – FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO

Unidade	Data	Link	Autor	Tipo de conteúdo	Nº de caracteres	Título	Conteúdo	Tempo	Diversos roteiros			Coprodução	Transparência										
									Opinião	Figura de linguagem	Avaliação de risco		Fontes	Conteúdo de assessoria	Escalção	Links	Longa extensão						
	1	2/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	476	Lula revoga processo de privatização do Sergo e Dabagrev			1				1									
	2	2/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	627	Linhas do 20 ano Android 13 e celulares antigos				1				1								1
	3	3/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	623	Inconfortáveis e-mails e elementos obscuros permanecem no Windows 11					1			1								
	4	3/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	713	Colapsos na 'Web3' em 2022 causaram prejuízo de US\$ 4,27 bilhões								1								1
	5	4/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	1439	Microsoft estuda usar ChatGPT, inteligência artificial geradora de conteúdo, em seu buscador web								1								1
	6	4/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	1199	Robô falando com robô... e não, humanos?								1								
	7	5/12/2023	Link	Público	Post live	77729	Post live #348																1
	8	5/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Discas	765	Aplicativo que registra a passagem do tempo a partir de uma data								1								
	9	5/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	1539	Empresário multa Meta em R\$ 360 milhões e obriga empresa a obter consentimento de usuários								1								
	10	6/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	1090	Constituição Diretriz na Rede pede ao governo federal regulação do 'open rater'								1								
	11	9/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	1279	Golpistas brasileiros não aprenderam nada com os golpistas norte-americanos								1			1					1
	12	9/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Discas	703	Esta ferramenta encontra perfis populares em sua rede no LinkedIn/Mastodon								1								1
	13	11/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Discas	765	Extensão Privacy Redirect para Safari								1								1
	14	11/12/2023	Link	Tim Bray	Opinião	5799	Privacidade e o...															1	1
	15	12/12/2023	Link	Público	Post live	87448	Post live #349																
	16	12/12/2023	Link	Shimian-SSB	Notícia	813	A maior produtora de carne elétrica do mundo é chinesa								1								1
	17	12/12/2023	Link	n/i	Notícia	812	A meta, ver o esporte eletrônico é uma indústria de entretenimento, não é esporte.								1								1
	18	13/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	404	Em março, ficará mais caro trocar a bateria do iPhone																
	19	13/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Podcast	1404	O papel das redes sociais no 8 de janeiro e os destaques (ou falta deles) na CES 2023								1								1
	20	13/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Opinião	8079	As redes sociais, a culpa que fica calar															1	1
	21	13/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	1053	Twitter quer acesso de apps alternativos como Tweetbot e Tatterific															1	1
	22	14/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Newsletter	1917	Dois anos de 'This is life' e outros links legais								1								1
	23	16/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Review	4726	Uma olhada no hoy, aplicativo de Mastodon para iOS								1								1
	24	17/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Opinião	1503	A Netflix criou um 'tubo de contenção de subversões'																1
	25	17/12/2023	Link	Marcel Mengarda	Bastidores	3675	Desgram os caminhos do Manual do Usuário																1
	26	18/12/2023	Link	n/i	Notícia	879	'Não acho que [a API de Espaço] seja a respeito das cookies de terceiros...								1								1
	27	18/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	604	Netflix estreia em apenas 15 mil unidades no mobile																1
	28	18/12/2023	Link	Shimian-SSB	Notícia	1050	China muda estratégia para lidar com suas big techs																1
	29	18/12/2023	Link	Público	Post live	103388	Post live #350																1
	30	18/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	320	OpenAI pagou US\$ 2hora para que os usuários notarem conteúdo tóxico para o ChatGPT								1								1
	31	20/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	367	O status das demissões em massa nas big techs																1
	32	20/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Opinião	5091	Meu trabalho em risco																1
	33	20/12/2023	Link	Jacqueline Lafouta	Opinião	8483	Ser assinta ao ser o ChatGPT exige criatividade								1								1
	34	20/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Podcast	1336	Perderemos nossos empregos para o ChatGPT?																1
	35	21/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Newsletter	1648	O uso humano de energia do Boston Dynamics e outros links legais																1
	36	23/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	889	Inteligências artificiais geradas fazem co-fundadores do Google voltarem à empresa																1
	37	23/12/2023	Link	n/i	Notícia	285	'Não que entendi, o ChatGPT é basicamente o que você consegue quando pede a um...								1								1
	38	23/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	1162	Qualify demite 80 funcionários, recontratou por processos pede demissão																1
	39	24/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	751	Mutagens no 99100, lâmpada da Six Express e regulamentação no governo Lula																1
	40	24/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	370	hoy para iOS está disponível																1
	41	25/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	790	EUA processam Google por monopólio em publicidade digital																1
	42	25/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Discas	4113	Conversa telefônica entre Musk e Biden com um simples comando no terminal															1	1
	43	25/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Discas	503	Ek, um aplicativo web para Mastodon																1
	44	26/12/2023	Link	Público	Post live	88848	Post live #351																1
	45	26/12/2023	Link	Shimian-SSB	Notícia	1650	O treinamento não obrigatório entre Baidu e China																1
	46	26/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	629	Meta decide reduzir perfil de Trump no Facebook e Instagram																1
	47	26/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	586	Telegram desafia STF e mantém canal de deputado bolsonarista no ar																1
	48	26/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	346	Mais de 30 mil perfis banidos do Twitter já foram 'rebanidos' por Musk																1
	49	27/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	777	Comentários do WhatsApp chegam no Brasil																1
	50	27/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Podcast	1107	Devotões retornam às redes sociais, demissões em massa nas big techs e...																1
	51	27/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Opinião	4895	A tour global do Tik Tok																1
	52	28/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Newsletter	1724	PlayStation 2 menor que o Slim e outros links legais																1
	53	31/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Discas	2222	Uma investigação alternativa para lidar com o fluxo de mensagens e grupos no WhatsApp																1
	54	31/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	634	'Tik Tok de testes': O novo aplicativo dos fundadores do Instagram																1
	55	31/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	469	Elementary OS 7 'Horus' é lançado																1
	56	31/12/2023	Link	Rodrigo Guedin	Notícia	2648	O Firefox está burbando a privacidade de localização do iPhone?																1
						Média de caracteres																	
						7793,267143																	
							Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
							29	0	24	22	17	13	36	4	6	8	91					3	