



## **Título: *Cibercidadão do mundo on-line: desafios e (re)descobertas*<sup>1</sup>.**

**Autor:** Ricardo Nicola<sup>2</sup>

**Instituição:** professor assistente doutor e pesquisador da Universidade Estadual Paulista (Unesp - câmpus de Bauru) & visiting scholar/Senior McLuhan Fellow da Universidade de Toronto (UofT), Canadá.

### **Resumo**

Em face das turbulências do mundo, é natural que muitos sejam pessimistas a respeito do que está por vir. Mas há também perspectivas em vários campos que fazem acreditar no melhor, sendo um desses a Informática e, como brilhante produto dela, a Internet, a sociedade em rede. Por ela, a “tribalização mundial” que McLuhan anunciou nos anos 1960 se faz presente hoje, com a instalação de sistemas sofisticados de comunicação em incessante e veloz aperfeiçoamento. Este artigo discute a função da Internet como mídia para o jornalismo e, especificamente, para as comunidades virtuais, apresentando sua formatação e elencando os impactos das novas tecnologias de tele-info-comunicação na constituição, inclusive, das atuações do usuário diante do sistema e sua importância na investigação dos papéis que de fato o sistema telemático pode exercer na cibersociedade.

### **Palavras-chave**

Internet; sociedade da informação; mídias digitais; comportamento cibernético; comunidade virtual

*“(...)Podemos achar até que o título deste segundo trabalho (sic) aborde sobre cinéfilos e as formas que um fã - como, por exemplo, a heroína de Woody Allen em ‘A Rosa Púrpura do Cairo’ - pôde projetar-se em seus filmes favoritos. Mas, aqui eu argumento, que é nas telas de computador onde projetamos a nós mesmos e os nossos próprios dramas; dramas nos quais somos o produtor, o diretor e a estrela ou o astro. Alguns desses dramas são particulares, mas cada vez mais somos capazes de delinear-los em outra pessoa. As telas do computador são a nossa nova locação para fantasias, tanto erótica quanto intelectual. Estamos usando a vida nas telas do computador para tornar confortáveis nossos modos de pensar sobre a evolução, os relacionamentos, a sexualidade, as políticas e, inclusive, a identidade.”*

*Sherry Turkle em “Life on the screen - Identity in the Age of the Internet” .*

## **1. INTRODUÇÃO**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa 08 - Tecnologias da Informação e da Comunicação do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Professor Dr. do Depto. Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Arte e Comunicação (Unesp-Bauru), autor do livro: “Cibersociedade – quem é você no mundo on-line” (Senac-SP, 2004), atualmente é Senior McLuhan Fellow/Visiting Scholar (Pesquisador Visitante) e pós-doutor na University of Toronto. Doutor em Mídias pela Unicamp. Leciona as disciplinas Jornalismo Comunitário I e II, e Jornalismo Digital I e II. E-mail: media.press@uol.com.br.



O elemento de composição *ciber*, que vem do inglês *cybernetics* (termo criado em 1948 a partir do grego *Kubernetes*, que significa “piloto, dirigente” e originou também “governo”), tem inspirado neologismos como ciberespaço e cibercafé – com pronúncia em *i* e não à inglesa *ai*. Eis outro, cibersociedade, referente a uma sociedade globalizada por meio de redes de computação, na qual seres humanos, máquinas e programas computacionais interagem.

Na cibersociedade instaura-se um novo modelo de difusão dos meios de comunicação, diferente do tradicional, que, ao endereçar a distribuição de informações “a todos”, broadcasting, os deixa passivos no processo. Com o modelo narrowcasting, de distribuição restrita, o usuário é rastreado no sistema e particularizado. Assim como, por exemplo, a informação lhe é dada na medida da sua preferência, ele pode “reagir”, agir em consequência, propor questões – ou seja, inserir-se na interatividade, que, do ponto de vista social, é uma relação de troca entre pessoas, suscetível de alterar comportamentos e construir a identidade. Ao ocorrer na mídia digital, a interatividade fascina a sociedade de informação por suas características que exigem uma análise transdisciplinar, mostrando a transição leitor-ciberleitor-cibernauta à luz do caráter transmidiático do sistema on-line<sup>3</sup>.

## 2. FORMAÇÃO NA ERA DA INTERNET

### 2.1 DEFINIÇÕES OPERACIONAIS

A Internet participa intensamente do nosso cotidiano e introduz novas formas de organização quer social, quer política. Em diversas áreas da Ciência, a mídia digital tem proposto um suporte sociotécnico sem outro igual. Como negar seu papel na formação dos grupos sociais, dos mercados, das mídias e, de modo mais específico ainda, na formação de um usuário crítico?

A princípio, as considerações sobre o que caracteriza o conceito de “formação” é amplo e participa de diferentes áreas do conhecimento científico.<sup>4</sup> Em se tratando da

---

<sup>3</sup> Texto de apresentação do livro “Cibersociedade – quem é você no mundo on-line?”, 2004.

<sup>4</sup>Cf. GRANDE Enciclopedia Larousse Cultural, *op. cit.*, o conceito de “formação” é 1. ato ou efeito de formar ou formar-se, 2. modo pelo qual uma coisa se forma, 3. disposição ordenada, construtiva, 7. modo como se constitui um caráter, uma personalidade, uma identidade ou uma mentalidade. Portanto vem se aplicando diferentemente em algumas ciências. A título de exemplo, na *Botânica* e na *Geografia*, corresponde a um processo de associação de vegetais apresentando, apesar das diferenças entre espécies, caracteres biológicos e aparências análogas; na *Economia*, a conceito refere-se a um conjunto de processos pelos quais uma economia poupa recursos, ao invés de consumi-los e os transforma em capital, compreendido como *formação de capital*; na *Filosofia*, é empregado na constituição do corpus social, que o entende como um regime econômico e superestrutura *formadores de uma sociedade* numa dada época histórica; na *Lógica*, em um sistema formal, são regras que indicam as expressões bem elaboradas; na *Medicina*, relata o desenvolvimento e modificação do organismo que torna o indivíduo capaz de exercer as funções de reprodução; na *Psicanálise*, está presente na percepção do inconsciente, como um conjunto de fatos, recolhidos inicialmente por Freud, que define o campo do que é analisável (sonhos, atos falhos, sintomas psíquicos, chistes), já na *Sociologia*, o conceito tem uma ampla aplicação e está associado à construção dos



formação do leitor, tanto na lingüística como na literatura - principais áreas das ciências humanas responsáveis diretas por estudos relativos à leitura - a formação está relacionada à constante interação do leitor com os textos e representa um conjunto de procedimentos morfosintáticos (derivação e composição) que possibilitam a criação de unidades novas a partir de morfemas lexicais por meio da interação constante do leitor (Jauss 1974, Izer, 1978, Silva 1984).

Morin (2000) define o conceito transdisciplinar de formação *como um conjunto de ensinamentos e/ou conhecimentos que, integrados, permitem enfrentar as incertezas*.<sup>5</sup> Tal conjunto, aplicado à formação do usuário, compreende a organização da mídia digital no ciberespaço, o que será melhor detalhado.

Desconsiderando-se, neste primeiro momento, os desdobramentos sobre este conceito transdisciplinar, a importância dele para este artigo está na identificação da mídia digital como partícipe do processo de formação do usuário. Em outras palavras, faz-se necessário pontuar as etapas do seu processo formativo e de como está reconfigurando a atividade jornalística e, conseqüentemente, reorganizando sua produção e recepção. Assim será facilitada a compreensão do comportamento do usuário que atua como ciberleitor e/ou cibercidadão.

#### 2.1.1. CRUZAMENTO DE TEXTOS: O PENSAMENTO CRÍTICO NO SISTEMA ON-LINE

##### 2.1.1.1 O HIPERTEXTO

A mídia digital apresenta novos instrumentos que atualizam e reconfiguram a produção jornalística, bem como o perfil do profissional envolvido e do seu público. O princípio dessa transformação se deu pelo rompimento da linearidade na leitura e na escrita enunciada em 1945, por Vannevar Bush, matemático e físico americano - considerado um dos pais do hipertexto - , com sua calculadora eletrônica digital - o Memex.

Em 1963, Douglas Engelbart, desenvolveu o que se considerou como sendo o primeiro sistema de informação interativo, chamado de NLS - On Line System.

Após dois anos da criação desse sistema, Theodor Nelson inventaria o termo hipertexto para exprimir a idéia de escrita-leitura não linear em um sistema de informática. Do ponto de vista técnico, Levy o descreve como *um conjunto de nós*

---

organismos sociais; quanto na *Pedagogia* corresponde à face do processo educativo psico-sócio-cultural, em que se determinam a existência, a natureza (essência) e as circunstâncias de produção ordenada e receptividade da “aprendizagem” na aquisição de cultura, por comunicação recebida e/ou assumida, p. 2556-2557, 1988.

<sup>5</sup> MORIN, E., *Os sete saberes necessários à educação do futuro*, p. 84.



*ligados por conexões e, funcionalmente, como um tipo de programa para a organização de conhecimentos ou dados, a aquisição de informações e a comunicação.*<sup>6</sup>

As razões da escolha pelo usuário do hipertexto se justificam, em grande parte, devido ao trajeto dinâmico dos nós, que compõem um discurso intertextual, ou seja, o novo emissor/receptor dialoga com vários textos simultaneamente. O usuário é um leitor dialógico por excelência e, partindo dessa realidade, a leitura no sistema digital corresponde a uma navegação, termo que passou a subentender o processo de leitura no mundo on-line.

A navegação possibilitou ao usuário uma maior participação e envolvimento nos conteúdos on-line e, apesar de os programadores formatarem o texto digital - impedindo reformulações por parte do mesmo - , a possibilidade dele construir e inserir o seu hipertexto na respectiva matriz permitiu considerá-la uma recriação constante. Salas de bate-papo individuais, sites pessoais, entre outras produções são exemplos de recriações.

As definições de Lévy sobre o *hipertexto*<sup>7</sup> reorientam as etapas do processo de formação do usuário. Segundo ele, o hipertexto apresenta os seguintes princípios:

*"1. Princípio da metamorfose: a rede hipertextual está em constante construção e renegociação . (...); 2. princípio da heterogeneidade: os nós e as conexões de uma rede hipertextual são heterogêneos. (...) O processo sociotécnico colocará em jogo pessoas, grupos, artefatos, forças naturais de todos os tamanhos, com todos os tipos de associações que pudermos imaginar entre estes elementos; 3. princípio de multiplicidade e de encaixe das escalas: o hipertexto se organiza em um modo 'fractal', ou seja, qualquer nó ou conexão, quando analisado, pode revelar-se como sendo composto por toda uma rede (...); 4. princípio de exterioridade: a rede não possui unidade orgânica, nem motor interno. Seu crescimento e sua diminuição, sua composição e sua recomposição permanente dependem de um exterior indeterminado (...); 5. princípio de topologia: nos hipertextos, tudo funciona por proximidade, por vizinhança. (...) A rede não está no espaço, ela é o espaço, e 6. princípio de mobilidade dos centros: a rede não tem centro, ou melhor, possui permanentemente diversos centros"*<sup>8</sup>

Diante disso, a formação de um ciberleitor seria pautada pela presença da não-linearidade de conteúdo e de forma, o que representou uma metamorfose na sua relação anterior com os textos. Vargas (1997) acrescenta que tal como a imprensa alterou a cultura, os meios para o processamento e transmissão digital de dados estão transformando também os costumes na geração, disseminação dos textos e até na forma de lê-los e interpretá-los.

<sup>6</sup> LÉVY, P. *op.cit.*, p. 33, 1993

<sup>7</sup> Cf. Luís Antônio MARCUSCHI em "O hipertexto como um novo espaço de escrita em sala de aula", a natureza do hipertexto é não-linear, volátil, topográfica, fragmentária, de acessibilidade ilimitada, multissemiótica e interativa. Para ler mais sobre as funções do hipertexto, vide AZEREDO, José Carlos de, in, *Língua Portuguesa em debate*, p. 87-111, 2000.

<sup>8</sup> LÉVY, P. *op.cit.*, p. 25-26, 1993



Pelo contexto apresentado, a qualidade na construção hipertextual tem respondido por toda a formatação das vias de comunicação dentro da rede e esboça estreita relação com a concepção das páginas e o público on-line. Diante disso, Laufer & Scavetta (1995) propõem oito regras para a criação de um hipertexto ideal: 1 - conceber o hipertexto em função da estruturação e da apresentação visual da informação; 2 - recorrer às múltiplas competências de especialistas da informação, dos conteúdos e dos problemas tecnológicos; 3 - resolver os problemas de segmentação de informação; 4 - enriquecer a conexão do hipertexto com numerosos nós, mas tampouco abusar deles porque o leitor pode ficar desorientado; 5 - manter a coerência na criação dos nós do documento; 6 - trabalhar a partir de uma lista de referência; 7 - prever uma navegação simples, intuitiva e coerente, e 8 - vigiar a qualidade visual da tela.

Na mesma seqüência, o autor classifica cinco grupos de estruturas hipertextuais cuja informação se organiza de acordo com a aquisição de conhecimento e o conteúdo disponibilizado: estruturas linear, cíclica, estrela, árvore e rede.<sup>9</sup> Em cada uma, a presença dos nós principais está associada a variações da posição dos nós periféricos, que conduzirão o usuário durante a navegação do site.

Na estrutura linear, a navegação é sequencial e a linearidade é previsível; na cíclica, o primeiro nó está automaticamente ligado ao último, caracterizando o fechamento do circuito hipertextual; já na estrutura estrela, o nó está centralizado, condicionando o usuário a passar por ele quando estiver trafegando pelos links; quanto à estrutura árvore, os nós organizam-se em múltiplos níveis, remetendo a uma árvore invertida; e, finalizando, o formato rede permite que o conteúdo esteja disponibilizado sem quaisquer critérios sequenciais, não hierarquizando os links, o que cria novas redes de tráfego dentro da sistema inicial.<sup>10</sup>

As diferentes seqüências de textos digitais disponibilizadas na Internet construíram no usuário uma noção pré-estabelecida do caminho a percorrer dentro dos sites. Esta tem sido uma das etapas importantes para compreender o seu processo de formação.

#### 2.1.1.2 USUÁRIOS: CIBERLEITOR, CIBERCIDADÃO E CIBERNAUTA.

---

<sup>9</sup> LAUFER, R. & SCAVETTA, D. *Texto, hipertexto, hipermedia*, 1995

<sup>10</sup> Id.



Os limites entre as atuações dos usuários dentro da rede estão diretamente ligados às relações de interesse estabelecidas com o meio on-line. O mesmo usuário, portanto, poderá ser - e geralmente é - ciberleitor, cibercidadão e cibernauta.

Em que instância pode-se identificar esses limites? Qual a importância dessas distinções?

A primeira pergunta até agora não tem uma resposta precisa; contudo, visualizam-se características dessas atuações através dos acessos a determinados sites por níveis de interesse. Quanto à segunda, a questão é justificada pela necessidade de se elaborar estruturas hipertextuais que melhor ajudem o usuário na navegação, bem como estabeleçam vínculos de sociabilidade.

Em princípio, costuma-se conferir aos usuários que acessam sites jornalísticos como “ciberleitores em potencial”; àqueles que participam de comunidades virtuais, cibercidadãos, e os que navegam por todos os hiperdocumentos, apenas cibernautas.

Portanto, o ciberleitor possui uma interação imediata com os textos digitais, verbais e não-verbais; em geral, quando navega pelos compartimentos on-line, mantém-se à caça de conteúdos exclusivamente. Já o segundo é um usuário preocupado em engarjar-se nas questões sociais e procura interagir com os demais usuários através dos debates em listas de discussões, CI's, newsgroups etc.; o terceiro, está despreocupado com o aprofundamento dos conteúdos do mundo digital e apenas acompanha o ritmo da Internet em sua grade de convergência midiática: texto, som e imagem - , e está sempre procurando aplicativos e outros produtos de marketing.

Portanto, poder-se-ia considerar três grandes grupos de navegantes na rede que interagem com o ciberespaço, cujas atuações ora se complementam, ora se alternam, ou até mesmo se fundem.

Nessa troca constante de papéis, a dificuldade em pontuar as características emergentes do usuário é mais uma variável do processo formativo de seu público. Procurar identificá-la é otimizar os hiperdocumentos aos reais interesses do usuário

#### 2.1.1.3 Maduros, Baby Boomers, Geração X e Geração Net<sup>11</sup>

A categoria usuário está dividida ainda em três grupos de gerações: Maduros, Baby Boomers e Geração X. Denominações provindas da pesquisa norte-americana

---

<sup>11</sup> ESPINOZA, K.H.S. *O ciberleitor do jornal digital - Estudo de caso do site de informação NetEstado*, p.51, 2000.



intitulada Notícias no Próximo Século, do Perfil do Consumidor Estadounidense de Notícias.<sup>12</sup>

Apesar de representar uma parcela expressiva da população de usuários - por considerar apenas norte-americanos - , os resultados do estudo contribuem para uma visão social da formação do leitor das notícias on-line.

De acordo com o relato da pesquisa, a primeira geração - os Maduros - nasceram nos anos de 1909 a 1945, e representam - graças ao momento histórico conturbado do país - os principais consumidores de notícias e totalizam 68 milhões de pessoas. Os Baby Boomers - 1946-1964 - viveram a prosperidade econômica e são moderados consumidores de notícias (78 milhões), e a Geração X (45 milhões), nascidos após 64, participaram de um período de incertezas, longe da prosperidade do grupo anterior.

Essas características socioculturais dos usuários, apresentadas em contextos específicos, possibilitam acrescentar informações para o rastreamento dos hábitos do informata no mundo on-line e é notório que o surgimento da rede também teve essa contribuição.

Além dessa pesquisa, Tapscott(1999), em seu livro “Geração digital - a crescente e irreversível ascensão da geração Net”, acrescenta à Geração X, uma intermediária, intitulada de Geração Baby Bust (nascidos entre 1965 a 1976), o Eco do Baby Boom (1977 a 1997), e, por fim, a Geração Net, situada num plano de explosão demográfica, que tomará conta da sociedade pós-industrial.

Embora estes estudos procurem identificar o usuário, o objetivo é atingido apenas sob a ótica social. Apenas este olhar não esgota o manancial de surpresas que os informatas revelam em seu comportamento sociotécnico. Dessa premissa, surge a urgência do cruzamento de informações de toda ordem, em que se realize uma abordagem transdisciplinar, por meio de observações das várias abordagens do mundo on-line, dentre as quais a organização da mídia digital e seu público.

## 2.2 Edição - Um instrumento jornalístico em questão no sistema on-line

A atividade jornalística on-line está compreendida entre o comportamento do ciberleitor e a produção digital e trabalha com elementos novos para a composição dos textos: ícones, links, banners, gifs animados etc.

Na mídia impressa, a edição é um instrumento poderoso porque dita as regras e coloca em xeque a qualidade da produção jornalística e o papel do profissional perante o

---

<sup>12</sup> Id.



público. A mídia digital reorganizou essa função: a edição perdeu o poder que exercia comparado ao sistema anterior, graças ao anonimato do editor. Admite-se que esse enfraquecimento - por assim dizer -, advém da própria complexidade do usuário, porque a mídia digital permite que o ciberleitor seja, como já se apontou, ao mesmo tempo autor e editor.

No mundo editorial, a função do editor não é somente a de colocar à disposição do público a produção, mas compreende, antes de tudo, depuração, verificação e correção de erros em textos, sons e imagens.<sup>13</sup> Sem dúvida alguma que essa função demonstra um grau de importância para assegurar a qualidade dos produtos editoriais, mas a noção de editar no sistema on-line está identificada com a de publicar, que compreende tornar acessível uma mídia, haja vista ser comum a expressão “acesse o site”.

Investigadas até o momento, as produções on-line não contam com edições primorosas. Diversos sites até reintegram as linguagens do suporte impresso e o inverso também tem acontecido. No entanto, por que a segunda opção não representou insucesso? O motivo principal venha a ser, talvez, o conhecimento do comportamento de seu público que, habituado às edições lineares, entendeu a citação visual como mais uma linguagem. Também deve-se ao fato de a presença dos editores ser a base em que se sustentam as mídias tradicionais.

Uma visão mais detalhada de como a edição exerce seu poder no mundo editorial jornalístico, permitiria entender como se organiza a Imprensa em suas linhas editoriais.

#### 2.2.1 A ORGANIZAÇÃO DA IMPRENSA SEGUNDO AS LINHAS EDITORIAIS

Do ponto de vista editorial, a Imprensa se organiza de acordo com os critérios de editoração, desenvolvendo um processo que vai da coleta de dados, passa pela seleção, padronização e encerra-se na veiculação<sup>14</sup> e, por consistir em um conjunto heretogêneo de mídias, adotou-se um critério de divisão pela linha editorial, ou seja, a direção e o tratamento da empresa de comunicação nas programação dos seus produtos e respectivos conteúdos.<sup>15</sup>

Seguindo-se esta lógica, organizou-se um quadro referencial em que se obtém um recorte da veiculação da Imprensa e sua respectiva disseminação informativa

---

<sup>13</sup> RABAÇA, C.A. & BARBOSA, G. *op.cit*, 1995, p.225.

<sup>14</sup> CORRÊA, T.G. *Editoração: conceitos, atividades, meios*, 1988, p.13.

<sup>15</sup> RABAÇA, C.A. & BARBOSA, G. *op.cit*, 1995, p.366.





Através da linha editorial pode-se dividir a Imprensa em dois grandes grupos: a massificação e a segmentação. A segunda é uma tendência das mídias hoje em dia. Fala-se, inclusive, em hiper-segmentação, o que “significa perceber os grupos como moléculas que inscrevem necessidades, valores e distinções sociais na escolha de bens de consumo desmassificados”.<sup>16</sup> Esta tendência amplia-se no mundo editorial e participa das veiculações de massa: um processo de segmentação que observa critérios de formação e informação.

As linhas editoriais que se dedicam mais a matérias de caráter formativo estão representadas pelos Jornais de Bairro, a Imprensa Alternativa e as Comunidades Virtuais. Quanto às veiculações que se apoiam mais na disseminação informativa, há uma subdivisão em dois grupos: as de público e as de mercado.

As linhas editoriais informativas de público estão enquadradas nas publicações indexadas (Jornais e Revistas Científicas) e as de mercado, encaixam-se nas revistas especializadas. A diferença entre essas linhas está na abordagem de suas matérias: na primeira, há um compromisso maior pela excelência e credibilidade da informação veiculada; na outra, esta preocupação deixa de existir no mesmo grau, tanto que é comum aquelas publicações indicarem como fonte de consulta as publicações indexadas. Deste subgrupo participam os sites empresariais, os portais e websites financeiros.

Ao grupo da linha editorial informativa de mercado tem cabido a participação crescente da Grande Imprensa, com seus cadernos especializados.

Quanto à Massificação, a Imprensa se divide em Grande Imprensa, a Multimídia e o Audiovisual em geral. Esta linha editorial é considerada a precursora das mídias tradicionais e representa “a bitola preferencial de redes de televisão aberta, emissoras de rádio AM e periódicos de grande circulação”.<sup>17</sup>

A Internet alterou consideravelmente a programação midiática de massa, propondo um modelo novo de relação com o receptor/emissor numa interface de todos para todos. Esta relação tem alterado substancialmente a forma como se pesquisava a opinião pública, o público e todas as variáveis envolvidas na produção editorial e, no caso específico, a produção jornalística.

Com tais definições editoriais, pode-se tentar caracterizar os sites jornalísticos. Sabe-se que a rede é segmentada por natureza e o jornalismo on-line tenta se encaixar

---

<sup>16</sup> MORAES, D. *O planeta mídia: tendência da comunicação na era global*, 1998, p.197.

<sup>17</sup> Id.



no grupo de segmentação informativa de mercado, sendo muitas vezes confundido com os sites da rede em geral. Como na segmentação informativa de público, a credibilidade é a matéria prima das produções, a web ainda não provou sua excelência para públicos mais exigentes, sendo raros os sites indexados.

Consideradas *as formadoras da Internet*<sup>18</sup> e do desempenho social destacado, as comunidades virtuais já nasceram em uma linha editorial de formação e a situação se mantém até hoje.

### 2.3 O MERCADO EMERGENTE MIDIÁTICO DIGITAL

#### 2.3.1 SERIA O FIM DO JORNALISMO?

Não é novidade dizer que o boom da mídia on-line é justificado pelo acesso rápido e fácil a uma gama surpreendente de informação. Esta realidade possui uma outra faceta apontada por muitos teóricos como conseqüência da exploração do sistema pelo mercado midiático, sem avaliações das reais conseqüências e gerando uma poluição excessiva de dados.

Shenk (1997) elaborou um código de leis cibernéticas provindas dessa poluição de dados - do inglês “The laws of Data Smog”<sup>19</sup> - , numa referência aos riscos sofridos pela sociedade da informação com o despreparo dos profissionais comprometidos com esse trânsito de dados. Ao todo seriam 13 leis que relacionam os desmandos da política e da tecnologia da informação:

*“1. Information, once rare and cherished like caviar, is now plentiful and taken for granted like potatoes; 2. Silicon circuits evolve much more quickly than human genes; 3. Computers are neither human nor humane; 4. Putting a computer in every classroom is like putting an electric power plant in every home; 5. What they sell is not information technology, but information anxiety; 6. Too many experts spoil the clarity; 7. All high-stim roads lead to Times Square; 8. Birds of a feather flock virtually together; 9. The electronic town hall allows for speedy communication and bad decision-making; 10 Equifax is watching; 11. Beware stories that dissolve all complexity; 12. On the information highway, most roads bypass journalists; 13. Cyberspace is Republican.”*<sup>20</sup>

Neste conjunto de leis, pode-se destacar três diretamente inseridas na produção jornalística on-line: a 5a, a 11a e a 12a.

---

<sup>18</sup> RHEINGOLD, R. *op.cit.*, p. 19.

<sup>19</sup> Cf. SHENK, D., onde o autor apresenta um código de leis sobre a poluição cibernética, In, *Data smog: surviving the information glut*, 1997, p.16.

<sup>20</sup> N.T“1. A informação, outrora rara e alimentada como caviar, é agora abundante e considerada como sendo batatas; 2. Os circuitos de silicone desenvolvem-se muito mais rapidamente do que genes humanos; 3. Os computadores não são nem humanos nem humanitários; 4. Colocar computadores em toda sala de aula é como colocar instalação elétrica em todo lar; 5. O que eles vendem não é tecnologia de informação, mas ansiedade de informação; 6. Muitos especialistas corrompem a claridade; 7. Todas as vias conduzem ao Times Square; 8. Virtualmente, ´cada ovelha com sua parelha`; 9. A prefeitura da cidade eletrônica permite a comunicação veloz e má tomada de decisões; 10 Equifax é vigília; 11. Cuidado com estórias que dissolvem toda a complexidade; 12. Na Infovia, a maioria das estradas desvia-se dos jornalistas; 13. O ciberespaço é Republicano.” In, Id., *op.cit.*, 1997, p.14.



Segundo o autor, a quinta lei refere-se à venda pelos monopólios midiáticos de ansiedade de informação por tecnologia de informação. Em outras palavras, os usuários estão sempre desatualizados com seus softwares e hardwares, e os aparatos tecnológicos favorecem uma ansiedade sem limites, debilitando a segurança e a continuidade:

*“Upgrade training may be the growth industry of the future, but it won’t heal all the scars from the ever-accelerating pace of change. There is a psychic consequence to this blistering pace. When Americans tell pollsters and therapists that they feel they are losing control over the basic structures of their lives, it’s partly because they are. The ferocious upgrading of the machinery all around us undermines our sense of security and continuity.”*<sup>21</sup>

A 11ª lei aconselha o usuário atentar para os aproveitadores da velocidade de informação em rede. Nestes, Shenk inclui, principalmente, os políticos e seus assessores de Imprensa on-line, pois o grande perigo está no aumento de distração e rapidez tecnológicas, onde as mentiras movem-se tão mais rápidas que a verdade, e elas quase sempre se tornam a verdade.<sup>22</sup>

Inspirado em sua 12ª lei, o autor pensa a mídia digital como instrumento de disseminação informativa, refletindo sobre a necessidade de um profissional de comunicação para dar suporte à produção.

The End of Journalism? (O fim do jornalismo?) é um dos títulos dos capítulos em que Shenk investiga o papel da mídia digital. O título, audaz para a época, chamou a atenção dos críticos e, em especial, dos jornalistas. Mas, à medida que o texto avança, o autor surpreende o leitor por demonstrar exatamente o contrário.

Tudo pode ser veiculado na web e tornou-se comum a expressão “lixo da Internet”. Entretanto, no campo do mercado editorial, a realidade é outra e os editores on-line estão implementando aos poucos a figura do editor/jornalista como referencial de qualidade.

Shenk considera a existência do jornalista como um dos principais imperativos da era da informação. Este profissional terá que adaptar-se logo ao sistema e construir-se dentro da rede, um dos principais filtros informativo e interpretativo.

O jornalista enuncia ainda a perda de informação em termos qualitativos, porque o sistema é impreciso em muitos desses trânsitos e a transferência de uma quantidade de

---

<sup>21</sup> . N.T. “O treinamento de melhorias pode ser o crescimento da indústria do futuro, mas ele não curará todas as cicatrizes do sempre-acelerado ritmo de mudança. Há uma consequência psíquica para este ritmo severo. Quando os americanos dizem aos terapeutas que estão perdendo o controle sobre as estruturas básicas de suas vidas, é, em parte, porque eles estão... A melhoria brutal do maquinário ao nosso redor abala nosso senso de segurança e continuidade,” In, Ibid, p.86.

<sup>22</sup> Ibid, p.162.

dados nem sempre é assegurada, e, com essa constatação, aproveita para resgatar cada vez mais a necessidade de repórteres digitais.

Diante da volatilidade dos dados em rede, a retomada do conceito e ampliação da oferta e da procura pelos instrumentos de segurança têm obrigado os usuários a repensarem a importância do papel do profissional de comunicação. Nessa mesma temática, está associado o risco que representa para a sociedade pós-industrial a deformação informativa, porque a qualidade dessa informação preconiza filtragem e constância na visita de fontes seguras.<sup>23</sup>

Num sistema em que se destronou a edição, como ficaria a situação? Shenk aposta no profissional de comunicação social como a interface mais segura entre esta poluição e o usuário.

#### 2.3.1.1 O PERFIL DO PROFISSIONAL JORNALISTA DIGITAL

O mundo on-line tem permitido o surgimento de um jornalista com características diferentes daqueles que tiveram por formação os referenciais de um mundo analógico. Apresentou-se, no primeiro capítulo, as mudanças paradigmáticas na produção jornalística, mas a sociedade informática não se deu conta de como essas transformações iriam afetar o cotidiano desse profissional e, inclusive, ele mesmo.

Quais as características que hoje definem o perfil de um jornalista digital?

Como se sabe - e é óbvio - escrever, digitar, diagramar num computador não determina este perfil. Ele necessita não apenas se familiarizar, mas dominar a linguagem do mundo on-line, e somente interagindo com o usuário em tempo real, ele irá consegui-lo. Esta interação tem que ser carregada de experiência com os textos digitais e o comportamento do cibernauta; caso contrário, o mundo on-line deixará de dar-lhe a atenção, tirando-lhe a capacidade de filtragem.

Na “cartilha” do jornalismo digital, há dicas a seguir e *que tem dado certo por este tempo*<sup>24</sup>, como destacou Outing, pois a mídia on-line está se atualizando em todo momento. Aliás, como se levantou desde o princípio, faz parte deste mundo esta característica. Afora a atualização, este novo jornalista precisa dominar também a língua, pois o tempo real não permite a figura do “editor” constantemente e as notícias têm que ser veiculadas na mesma velocidade.

---

<sup>23</sup> Ibid.p.168

<sup>24</sup> OUTING, S. *op.cit.* In, [www.uol.com.br/internet/parem/par1811.htm](http://www.uol.com.br/internet/parem/par1811.htm)



Versatilidade, dinamismo e checagem rigorosa das fontes são algumas das dicas que não se aplicam somente ao mundo on-line, entretanto, neste novo sistema, tais qualidades devem ser potencializadas, porque não se tem o luxo do crivo editorial.

Com o pioneirismo de Outing, Rhoades entre muitos outros profissionais, o jornalismo on-line tem despontado como uma nova relação da mídia digital com o público, e esta relação impõe posturas do profissional todavia renovadas.

O ciberleitor exige um jornalista que abandone o velho modelo de envolvimento com as fontes para um jornalista que, ao mesmo tempo, exerça papel de fonte e filtro.

Não se pode forçar estruturas de um sistema em um outro como se fez até agora, pois o mundo on-line não tem permitido ao jornalista a mera adaptação de sua realidade anterior à atual. Parte do fracasso do jornalismo on-line provém, possivelmente, daí.

A tendência direciona a atividade jornalística digital para estratégias mais radicais e práticas consistentes.

Além das questões do mercado midiático e os demandas das políticas das empresas jornalísticas, o jornalista digital têm à sua frente a tarefa de atender a um leitor que se tornou mais que um leitor, mas um pesquisador.

#### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mídia on-line propiciou a formação de um ciberleitor antes de tudo pesquisador, pela ampliação das possibilidades de pesquisa. A descoberta dessas possibilidades tem provocado alguns questionamentos sobre a qualidade do material encontrado no suporte digital.

A conexão, em rede, entre os computadores construiu a biblioteca do futuro. Chartier (1999) coloca que “a biblioteca eletrônica sem muros é uma promessa do futuro, mas a biblioteca material, na sua função de preservação das formas sucessivas da cultura escrita, tem ela, também, um futuro necessário”.<sup>25</sup>

Assim sendo, o papel dos antigos suportes devem caminhar, em paralelo, com a tecnologia existente e representam as bases para a formação do leitor. Surge, então, a pergunta: na era da Internet, o que determinaria a eficiência desse leitor?

Como a formação do leitor tem como alicerce a escola, Emília Ferreiro (2001), renomada educadora do ensino fundamental da década de 70, assim se posiciona:

*“O trabalho da INTERNET exige rapidez na leitura e muita seletividade, porque não se pode ler tudo o que está na tela. E a capacidade de selecionar não é algo que, há alguns anos, fosse uma exigência importante na formação do leitor. No contexto escolar, não tinha lugar preponderante mesmo. Na rede mundial de computadores, as*

---

<sup>25</sup> CHARTIER, R. *A aventura do livro - do leitor ao navegador*, 1999, p.153.



*páginas estão cheias de coisas que não têm relação com o que procura e existe a possibilidade de um texto me conduzir a outros (...) Além disso, quando tenho um livro em mãos e o abro em qualquer página, sei claramente se é o começo, o meio ou o fim. Quando abro uma página na INTERNET nem sempre tenho noção de onde estou.”<sup>26</sup>*

Nesse momento pós-moderno, o que se verifica é que tanto na escola como nas empresas jornalísticas, o papel dos profissionais emergem como figuras responsáveis pela condução na qualidade da emissão/recepção dos textos.

Porém, estes profissionais necessitam não apenas ter o conhecimento de sua importância, mas avaliar onde se situa a sua atuação num mundo em que as fronteiras estão sempre em crise.

Acredita-se que o jornalista digital só irá conduzir o leitor a uma posição crítica perante a sociedade quando operacionalizar a informação a favor dessa formação, o que tem ocorrido nos vínculos comunitários virtuais. Ele poderá efetivar essa atuação quando redescobrir-se como parte integrante da qualidade informacional da rede e não mero manipulador de textos.

Advém da prática comunitária on-line a principal fonte de credibilidade e identidade dentro do sistema digital. Basta que os profissionais de comunicação sejam despertos para isso e lutem por essa concretização, pois os cibercidadãos já descobriram o caráter transmidiático da rede.

#### **SÍNTESE BIBLIOGRÁFICA**

- AZEREDO, José Carlos de (org). *Língua portuguesa em debate: conhecimento e ensino*. Rio de Janeiro, Petrópolis, Vozes, 2000.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Pesquisa participante*. São Paulo, Brasiliense, 1981.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo, Paz & Terra, v.1, 1999.
- CHARTIER, Roger. *Aventura do livro - do leitor ao navegador*. São Paulo, Ed. Unesp, 2000.
- CORRÊA, Tupã Gomes. *Editoração: conceitos, atividades, meios*. São Paulo: EDINAC, 1988.
- DRATE, Spencer. et alli. *Web Art - a collection of awardwinning website designers*. New York (NY), Madison Square Press, 1999.
- ESPINOZA, Karina Hortencia Salazar. *O ciberleitor do jornal digital - Estudo de caso do site de informação NetEstado*. São Paulo, ECA-USP, 2000 (Dissertação de Mestrado)
- GIBSON, William. *Neuromancer*. São Paulo, Aleph, 1991.
- ISER, Wolfgang. *O ato de ler - fundamentos psicológicos para uma pedagogia da leitura*. Campinas, Cortez, 1987.
- GRANDE Enciclopédia Larousse Cultural. São Paulo, Círculo do Livro, 1988.
- JAUSS, Hans Robert. *Por uma estética da recepção*. Paris, Gallimard, 1978.
- JAUSS, Hans Robert. *A história da literatura como provocação à teoria literária*. São Paulo, Ática, 1994.
- JAKOBSON, Roman. *Linguística e comunicação*. São Paulo, Cultrix, 1969.
- LAUFER, Roger & SCAVETTA, Domenico. *Texto, hipertexto, hipermedia*. Porto, Portugal, Res-editora, 1995.
- LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. São Paulo, Ed. 34, 1995.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo, Ed. 34, 1999.
- LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo, Ed. 34, 1999.

---

<sup>26</sup> PELLEGRINI, D., *O ato de ler evolui*, jun./jul. 2001, p. 14



- LÉVY, Pierre. *Aconexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência*. São Paulo, Ed. 34, 2001.
- MARQUARDT, T. *Newspaper on the net*. APME, News Associate Press Managing Editors, p.11, jul/aug.1995.
- McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo, Cultrix, 1973.
- MORAES, Denis de. *O planeta mídia: tendências da comunicação na era global*. Campo Grande, Letra Livre, 1998.
- MORIN, Edgard. *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. Trad. Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya, São Paulo, Cortez; Brasília, UNESCO, 2000.
- MORIN, Edgard. *A cabeça bem-feita: repensar e reforma, reformar o pensamento*. Trad. Eloá Jacobina, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2000.
- MOHERDAUI, Luciana. *Guia de estilo web - produção e edição de notícias on-line*. São Paulo, Senac, 2000.
- NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. Trad. Sérgio Tellaroli. São Paulo, Cia. das Letras, 1995.
- NELSON, Katherine (editor). *Web sights: the future of business and design on the Internet*. New York (NY), RC Publications, 2000.
- NICOLA, Ricardo Luís. *Editoração eletrônica: novos comportamentos editoriais e estéticos*. Bauru, FAAC-Unesp, 1997. (Dissertação de Mestrado)
- NICOLA, Ricardo Luís. *Editoração eletrônica no jornalismo comunitário: um sinal da legitimação do processo globalizante na produção jornalística*. Bauru, Unesp/Simpósio Multidisciplinar Internacional, 1997. (Comunicação Coordenada)
- RABAÇA, Carlos A. & BARBOSA, Gustavo G. *Dicionário de comunicação*. São Paulo, Ática, 1995.
- RHEINGOLD, Howard. *A comunidade virtual*. Lisboa, Ciência Aberta/Gradiva Publicações Lda., 1996.
- SHENK, David. *Data smog: surviving the information glut*. New York, HarperCollins Publishers, 1997.
- SILVA, Vítor Manuel de Aguiar e. *Teoria da literatura*. Portugal, Coimbra, Livraria Almedina, 1988.
- SQUIRRA, S. *Jornalismo on-line*. S.Paulo, CJE/ECA/USP, 1998.
- TAPSCOTT, Don. *Geração digital - a crescente e irreversível ascensão da geração Net*. S.Paulo, Makron Books, 1999.
- TURKLE, Sherry. *O segundo eu - os computadores e o espírito humano*. Trad. de Manuel de Madureira. Lisboa, Editorial Presença, Portugal, 1989.
- TURKLE, Sherry. *Life on the screen - identity in the Age of the Internet*. Cambridge, The Massachusetts Institute of Technology, USA, 1997.
- VIANNA, Ruth Penha Alves. *Informatização da imprensa brasileira*. São Paulo, Loyola, 1992.

#### PRINCIPAIS ARTIGOS

<http://www.uff.br/mestcii/angele3.htm>. Acesso em abr.2001.

NICOLA, Ricardo. “As comunidades virtuais: de ciberleitor em cibercidadão” *ScienceNet*, USP/USC, 2004. Disponível em

[http://www.sciencenet.com.br/backup/site\\_portugues/sciencepress/science48/scipress\\_48\\_ciber.htm](http://www.sciencenet.com.br/backup/site_portugues/sciencepress/science48/scipress_48_ciber.htm)

Acesso em 31 de maio de 2005.

NICOLA, Ricardo. “O Cibercidadão do mundo on-line: desafios e (re)descobertas”. *II Congresso Cibersociedad*, 2004. Disponível em

[http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom\\_publica2.php?idioma=es&id=77&grup=90](http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?idioma=es&id=77&grup=90).

Acesso 2 jun 2005.

NICOLA, Ricardo. “Caminhos a trilhar ou a navegar?” *ScienceNet*, USP/USC, 2005. Disponível em

[http://www.sciencenet.com.br/sciencepress/63/jornalistico\\_caminhos.htm](http://www.sciencenet.com.br/sciencepress/63/jornalistico_caminhos.htm). Acesso em 31 de maio de 2005.

PECK, Patrícia. “O desafio é digital – nova era para o Direito”, *Nobres Colegas – Edição Especial*, SaraivaJur, n.2, 2004.



**SITIOGRAFIA REFERENCIAL**

web.mit.edu/sturkle/www

www.pages.wbs.net - www.well.com

www.mcluhan.utoronto.ca

<http://midia.press.sites.uol.com.br - rwww.cibersociedad.net/congres2004>