



A Presença da Cibercultura na Prática do Webjornalismo¹

Sônia Padilha²

Resumo

O jornalismo que utiliza as plataformas computacionais em rede e softwares como suportes, tem sido um dos segmentos da comunicação mais afetado pelas mudanças advindas das novas tecnologias de comunicação e informação que implicam em reconfigurações da prática profissional. É nesse contexto de transformações, de um mundo mais conectado e dependente das tecnologias, que a cibercultura nasce como uma nova forma de vivência amparada pelo desenvolvimento e uso da técnica. A partir dessa concepção, esse trabalho busca apontar de que forma a cibercultura pode ser identificada nas práticas jornalísticas, como ela foi absorvida pelos profissionais nas redações e mostrar a síntese de algumas mudanças após o advento da cibercomunicação. Palavras-chave: Cibercultura; Webjornalismo; Prática profissional

A prática do jornalismo - enquanto atividade profissional regida pelas normas tácitas ou não do campo da comunicação - foi uma das primeiras envolvidas na construção dos bens simbólicos presentes no ciberespaço. Inicialmente apenas transportando conteúdos para a Internet, mas em pouco tempo os produtores começaram a explorar as novas possibilidades de formatação e o potencial dos softwares, assim se enredando cada vez mais na teia material e simbólica da rede. Conseqüentemente o *modus operandi* do profissional jornalista foi sendo reconfigurado. Destarte surgiu nos anos noventa a modalidade profissional de produção de conteúdo noticioso denominada de webjornalismo³.

Ao considerar essa realidade construída historicamente pela evolução das tecnologias e do jornalismo, e tendo a cibercultura (LÉVY, 1999) como um conjunto de técnicas oriundas da matéria (tais como os suportes digitais, programas computacionais,

¹ Trabalho apresentado no NP Jornalismo, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestre em Comunicação pela ECA/USP. Doutoranda em Ciências da Comunicação pela UMESP- Universidade Metodista de São Paulo, Professora do curso de Comunicação da UFRR.

³ Historicamente o webjornalismo já tem 15 anos se considerarmos que o primeiro jornal na web (*San Jose Mercury* – EUA) começou a ser comercialmente desenvolvido em maio de 1993. É bom frisar que antes disso, em meados dos anos 70, o *The New York Times* ofereceu serviços *online* com o seu conteúdo para assinantes em forma de resumos e textos completos de artigos. O primeiro jornal brasileiro na internet foi o *Jornal do Brasil*, 1995 (*JB Online*) em 28 de maio de 1995. Na época o JB apenas transcrevia o conteúdo de sua versão impressa para a Web. O Webjornalismo também pode ser denominado de jornalismo digital, ciberjornalismo ou Jornalismo Online (JOL).



etc.), do intelecto (como o pensamento, reflexão, raciocínio, conhecimento) e principalmente modos de vida (atitudes, valores, etc.) - construídos/desenvolvidos a partir do crescimento do ciberespaço⁴ - serão delineados nesse trabalho os indicativos do desenvolvimento dessa nova cultura na prática do webjornalismo.

A cibercultura já é vivenciada cotidianamente por milhões de pessoas, estando manifesta em ações práticas através do uso de tecnologias digitais em rede, tais como: *home banking*, cartões inteligentes, celulares, smartphones, palms tops, voto eletrônico, webcam, imposto de renda via Internet, etc. Essas tecnologias proporcionam diversas práticas, sendo a principal delas a comunicacional (interativa ou não) através do uso de interfaces do sistema computacional da Internet como e-mail, listas de discussão, *blogs*, *chats*, fóruns, webjornalismo, *sites* de vídeos, IPTV e portais. As NTCIs permitem primordialmente novos hábitos em campos diversos. Até mesmo os infoexcluídos estão envolvidos em processos de tecnologias digitais que fazem parte do cotidiano delineado pela cibercultura. Por exemplo, as câmeras de vigilância espalhadas pela cidade em locais públicos ou privados que podem captar a imagem de qualquer pessoa; bancos de dados de instituições públicas e/ou privadas que detêm informações de documentos de identificação, situação financeira, etc.; programas de mapeamento com imagens em tempo real como o *Google Earth*, além da prestação de serviços em diversas áreas que dependem da Internet para operar⁵. É a cibercomunicação que vai envolvendo cada vez mais a sociedade na teia digital ubíqua em alta velocidade.

A cibercultura está manifesta principalmente no hábito de obtenção de informação pela Internet, um meio de comunicação ágil, interativo e diversificado que pode ser considerado um “tudo em uma”. É esse hábito que está causando a primeira grande mudança na forma de consumo de informação noticiosa típica de uma cultura anterior: a de ir à banca de revista - geralmente pela manhã - comprar o jornal e levá-lo para ler no trabalho ou em casa. Diversas pesquisas apontam para o decréscimo das tiragens dos jornais *off line* pela falta de leitores. As previsões para o fim do jornal em papel variam para daqui a 20 anos até 35⁶. Os novos hábitos advindos da cibercultura

⁴ “... novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (LÉVY, 1999, p. 17) .

⁵ Um bom exemplo da total dependência da Internet pode ser sentida no último dia 3 de julho quando uma pane na banda larga da *Telefônica* em São Paulo afetou todos os provedores de acesso a rede e provocou um apagão em vários serviços essenciais à população, principalmente os prestados pelo Governo do Estado que teve seis mil pontos de acesso - mantidos por sua rede de comunicação - atingidos.

⁶ Uma das previsões que mais tem ganhado destaque é a do jornalista e professor da Universidade da Carolina do Norte Philip Meyer. Em sua obra “Os Jornais Podem Desaparecer?”, ele aponta com base em projeção a partir de dados de pesquisa da General Social Survey que “não haverá mais leitores diários de jornais no primeiro trimestre de 2043” (MEYER, 2008:27).



provavelmente mudarão cada vez mais os costumes de culturas construídas ao longo de muitos anos, principalmente os adquiridos com a Cultura das Mídias, marcada pelo *boom* do consumo de produtos dos Meios de Comunicação de Massa.

O processo de transmissão da cibercultura tem algumas semelhanças com o das demais culturas, pois também ocorre nas relações sociais no interior das diversas esferas de vivência. Mas existe uma diferença fundamental nesse processo quanto à cibercultura: a inserção de uma nova dimensão para aquisição de comportamentos, atitudes e/ou condicionamentos. Essa dimensão é a tecnológica que, no processo de transmissão, se une as outras três constantes nas demais culturas: a vertical que ocorre quando se tem ascendência sobre o outro (dos pais para os filhos ou de um líder para um subalterno, por exemplo); a horizontal que ocorre entre os pares (de pessoas na mesma posição hierárquica e cultural) e a oblíqua que se dá entre pessoas de gerações distintas (PONTES e COLINO, 2003). A dimensão tecnológica é muito forte na cibercultura. Ela permite o indivíduo aprender pela tentativa erro/acerto e repetição com pouca interferência humana nos procedimentos e, algumas vezes, com o auxílio de elementos da própria tecnologia como tutor. Isso é muito comum quando se tenta usar ou instalar um novo software. Em princípio fica-se perdido, mas o próprio programa trata de apontar caminhos a serem seguidos e respondem as principais questões através do acesso a ícones de sua interface. Em síntese é possível dizer que a cibercultura é revestida de três dimensões: a tecnológica, a intelectual e a sociocultural. Uma das definições mais claras e objetivas do termo cibercultura é dada por André Lemos:

.... podemos compreender a cibercultura como a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática (LEMOS, 2007).

Fica claro assim que a cibercultura é marcada pelas tecnologias, mas é questionável a idéia de que ela seja subjugada ao determinismo tecnológico como pregam os tecnoevangelistas⁷ que corroboram essa idéia. É perceptível, como já mostrava Marshall McLuhan (1964), que as tecnologias afetam a sociedade e de forma implícita provocam mutações sociais⁸, mas os aparatos tecnológicos criados na intenção de solucionar problemas ou facilitar tarefas e/ou operações e, acima de tudo, do domínio da natureza, ainda não controlam por completo o humano. No entanto, o estudioso da

⁷ Termo usado para definir os estudiosos que argüem em prol do determinismo tecnológico

⁸ Em sua obra *Os meios de comunicação como extensões do homem* (1964:19-22) o visionário canadense já falava que “eletricamente contraído, o globo já não é mais do que uma vila” e que “a estrada de ferro... acelerou e ampliou a escalada das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalhos e de lazer novos”



Sociocibernética Delfim Soares, fala sobre uma nova espécie humana aprimorada graças aos recursos da ciência e da técnica: o cibernantropo⁹. Fisicamente ele é igual ao homem moderno. Em outras palavras, não é um robô; mas seu comportamento tem muita afinidade com padrões sociais do cibernmundo. O cibernantropo “possui uma série de mecanismos psicossociais quase tão eficientes quanto o controle eletrônico” (SOARES, 1998). É possível argüir que esse novo humano, envolvido cada vez mais na cibercultura, interioriza através da socialização via tecnologia o que é inerente a um sistema cibernético e extremamente centrado na valorização da lógica, ou seja, a racionalidade aprimorada. Essa característica tem levado a idéia de que o homem da técnica, o “*homo tecnocraticus*” pouco teria de humano na sua forma de pensar, atuar, reagir, etc.

Cibercultura implica também em elevação de uma geração ao aguçar com mais intensidade - do que as tecnologias de culturas anteriores - a percepção, a imaginação e o raciocínio, que podem ser considerados como as “tecnologias inatas do intelecto” que necessitam de constantes estímulos. Para redimir possíveis equívocos na compreensão do termo cibercultura, se faz necessária uma breve reflexão sobre a morfologia deste neologismo. A palavra cibercultura é categorizada como de justaposição, tendo como prefixal o termo “ciber” advindo da palavra inglesa *cybernetics* (1948) que, por sua vez, é originária da expressão grega *kubernétés*, cuja principal significação é a arte de pilotar, dirigir ou governar. Esse antepositivo pode dar a entender que existiria no sentido da palavra cibercultura a idéia de comando pré-determinado, o que não condiz com o real sentido de sua representação mental, já que não se pode atribuir uma centralização¹⁰ a essa nova forma de manifestação sociocultural de influência mútua, gerada e alimentada por um processo rizomático e sinérgico, seja no campo das tecnologias ou da produção intelectual.

Já a palavra cultura, pode ter muitas definições e significações diversas. Seu significado mais comum no ideário popular remete ao pensamento de raízes, história, tradição ou capital intelectual; mas na visão científica a palavra tem um sentido muito mais amplo, contrapondo-se a padrões que a aprisione em uma moldura estática ou delimitada. Cultura pode ser compreendida como algo tecido e reproduzido numa “costura em ziguezague” que tem matizes temporais.

⁹ C.f. SOARES, Delfim. *Glossário de Sociocibernética* (1998).

¹⁰ Nos processos culturais históricos quando não existia o ciberespaço era comum uma cultura hegemônica sobrepujar as outras culturas por processos de violência simbólica, principalmente após as guerras.



“O que é verdade sobre ‘uma cultura’, em seu nível mais geral – o fato de jamais ser uma forma em que as pessoas estão vivendo, num certo momento isolado, mas sim uma seleção e organização, de passado e presente, necessariamente promovendo seus tipos de continuidade...” (WILLIAMS, 1992, p.182).

É possível afirmar em síntese geral que cultura é o caldo da vivência interativa em sociedade. Ela está sempre em construção e é tecida por processos comunicacionais. Cultura requer compartilhamento e conhecimento que só podem advir do contato com outros elementos, sejam eles de ordem natural (como fenômenos da natureza), social (de interação com os pares independente da localização geográfica) e/ou utilização de coisas materiais (as ferramentas, por exemplo). “Uma das mais importantes funções da cultura humana é permitir que compartilhem idéias, valores, técnicas e conhecimento de uma geração para outra” (STRAUBHAAR e LAROSE, 2004, p. 283).

Quando falamos de cultura pode nos vir à mente também a idéia plural, cujo recorte é a fronteira geocultural: a cultura dos brasileiros, dos europeus, dos habitantes de uma determinada cidade, tribo, etc. Traços de expressão, hábitos, formas de manifestações, língua, vestuário, culinária, etc., estão a “denunciar” a cultura de uma localidade e sua sociedade. Mas no caso da cibercultura não existe fronteiras. Ela está a permear o cotidiano de todos que fazem uso do ciberespaço e das tecnologias digitais em rede. Sua manifestação pode ser observada nos novos hábitos relacionados ao encontro entre atividades cotidianas de relações sociais e de trabalho, e as tecnologias computacionais em rede.

No jornalismo, o modo de produção advindo da cibercultura foi absorvido em pouco tempo se considerarmos que a forma de se fazer matérias, reportagens, notas, chamadas etc. não teve mudanças significativas até meados do século XX. A inserção da informatização e da Internet nas redações tirou o jornalismo do seu réquiem e catalisou a cibercultura. Em uma breve sistematização temporal de absorção da cibercultura - com sua nova dimensão tecnológica e produtiva de trabalho - nas redações dos jornais, é possível identificar quatro fases assim caracterizadas por períodos aproximados e contexto:

1º Fase: apresentação/aceitação/adaptação (1983 a 1987). Os computadores são implantados nas redações dos grandes jornais. A primeira redação informatizada foi a da *Folha de S.Paulo* em 1983. Nesse período, boa parte do comando das redações



estava nas mãos da geração *Baby Boom*¹¹, nascida entre 1940 e 1950 (TAPSCOTT, 1999) e que, nos anos de 80, encontrava-se no auge da fase produtiva. Naquela época, o desafio para os jornalistas era não apenas aceitar as mudanças provocadas por uma tecnologia inteiramente nova, mas principalmente se adaptar a elas. Para a maioria dos profissionais brasileiros o primeiro contato com o computador foi no trabalho. Apenas uma pequena minoria tinha computador em casa e fazia uso para textos com entrada pelo sistema operacional MS-DOS. Por volta de 1987 parte dos jornais mais estruturados do país já contavam com computadores na redação. Nesses primeiros tempos alguns dos principais impactos foram a demissão dos revisores (*copy-desck*) e a agilização da produção com as ferramentas computacionais.

2º Fase: instigamento (1988 a 1993). Nessa fase, os profissionais das décadas de 60 e 70 que estavam empregados já não eram mais “focas” e começam a ascender a postos nas redações. Eles são denominados de *baby-busters*¹². Fazem parte de uma geração onde imperava a TV aberta, o jornal e o rádio. Os *baby-busters atuavam* como produtores da cultura de comunicação de massa onde o modelo do sistema de produção e recepção era linear, baseado no esquema: mensagem ► emissor ► receptor. Esses profissionais que estavam em postos-chaves não nasceram na era da massificação dos microcomputadores¹³, mas alcançou os PCs no início da carreira, uma das fases mais instigantes da vida profissional. Nas redações eles começam a trabalhar com computador que processa informação mais rapidamente e softwares de melhor qualidade. Sentiam-se instigados a explorar o potencial tecnológico computacional. Muitas tarefas do trabalho cotidiano passaram a ser mediadas pela tecnologia computacional. O hábito mais desenvolvido desses profissionais com relação a tecnologia computacional mostrava o que estava por vir na próxima geração.

3º Fase: deslumbramento/ousadia (1994 a 2000). Os profissionais avançam no uso dos computadores. Estréia no mercado o Windows 95 cuja interface gráfica é mais amigável ao usuário. A Intel adiciona as extensões multimídia ao processador Pentium. Em Maio de 1995 o acesso à Internet via Embratel começa a funcionar de modo

¹¹ Embora essa denominação seja americana e tenha sido introduzida pelos estudos demográficos nos EUA, o fenômeno da explosão demográfica no período de 1946-1964 foi praticamente mundial e estendeu-se ao Brasil. Essa é uma geração de filhos do pós-guerra quando a economia começava a se fortalecer e as famílias eram estimuladas a ter filhos. A imigração nesse período também contribuiu para a explosão populacional. No Brasil hoje eles representam quase um quarto da população.

¹² A geração *Baby Bust* é marcada pela baixa taxa de natalidade em relação a sua geração anterior. Hoje essas pessoas estão na faixa etária dos 31 a 43 anos. São conhecidos pela característica de uma geração mais bem educada e enfrentou no início da carreira um mercado com alta taxa de desemprego.

¹³ O primeiro microcomputador pessoal surgiu em 1971. Era o MCS-4 da Intel que tinha 8 *quilo-bytes* de memória. Os PCs só vieram a tornarem-se populares no Brasil na década de 90.



definitivo. Nessa época todos na redação já estavam seduzidos pelo PC e chegava o momento de ousar, se aventurar em uma nova mídia, agora mediada por uma rede mundial de computadores. Os jornais em papel lançam suas versões digitais e muitos profissionais das redações *off-line* migram para a *online*. No final dessa fase começa a chegar à redação os primeiros jornalistas nascidos na N-Gen¹⁴ que vai de 1977 a 1997. Essa geração tem um novo conjunto de valores - construídos já a partir da cibercultura - e um aprendizado diferente com o qual os *babies boomers* e *busters* vão ter que lidar e, acima de tudo, aprender com eles. “Os N-Gen têm um conjunto de pressupostos diferente daquele que seus pais tinham a respeito de trabalho... Eles são inovadores e dotados de imediatismo que exige resultados rápidos” (TAPSCOTT, 1999, p.9). Surge o teletrabalho e novas formas de fazer, organizar e sistematizar as tarefas; obter, divulgar e trocar informação. Eis aqui um dos traços que delineia a presença da cibercultura no jornalismo. A conexão em banda larga é implantada em 2000. Os webjornais passam por processos de experimentação quanto ao design dos *sites*.

4º Fase: dependência/questionamentos/superação (2001 em diante). Com a conexão mais rápida e computadores cada vez mais “inteligentes”, os jornalistas da N-Gen e seus antecessores se sentem totalmente dependentes das NTCIs. As rotinas de trabalho com os aparatos do computador e da Net já são um hábito. Essas rotinas foram introjetadas de tal forma que não se consegue mais imaginar produzir sem as novas tecnologias de comunicação e informação em rede. Tanto a academia quanto o mercado se questionam sobre o futuro do jornalismo a partir da dominação da cibercultura. O que há de novo na área da comunicação e, principalmente, das tecnologias é rapidamente superado sem que se tenha tempo de uma reflexão. Os webjornais ainda buscam uma linguagem e formatação mais atraentes para a geração Netsurfista que nasceu e cresceu cercado pela tecnologia digital, é mais exigente e mais instruído do que seus genitores.

A partir da comunicação mediada pela Internet alguns conceitos do jornalismo¹⁵ e suas práticas foram revistas, assim como o entendimento do que seria o produtor e o consumidor de conteúdo noticioso. Os procedimentos de elaboração de conteúdo e publicação passaram por transformações significativas. À medida que as tecnologias computacionais e softwares avançavam, o jornalista se via na obrigação de dar conta das demandas das novas formatações, da interatividade, instantaneidade, perenidade

¹⁴ Esse termo, uma contração de Geração Net, é cunhado pelo pesquisador Don Tapscott em sua obra “Geração digital. A crescente e irreversível ascensão da Geração Net” (1999) para definir a geração que cresceu cercada pela mídia digital.

¹⁵ Dentre os conceitos que foram revistos os que tratavam da recepção foi um dos que mais requereu uma nova visão.



(memória e armazenamento em bancos de dados), hipertextualidade e personalização de conteúdo (customização). Todas essas novas características do jornalismo exigiram um proceder diferenciado advindo da cibercultura que tacitamente ia fazendo parte do cotidiano do profissional. Evidencia-se assim mais um indicativo da cibercultura no trabalho jornalístico. O trabalho computacional em rede também fez surgir novos atores na equipe de trabalho das redações como os *webdesigners* e programadores de sistemas com os quais o jornalista passou a ter que se entender. Saul Wurman (2005: 9-10) chama a atenção para o fato de que:

Os jornalistas... os arquitetos de informação – toda essa gente que formata informação para as massas agora é forçada a repensar a maneira de apresentar seus produtos. E isso acontece porque o apetite das pessoas por informação está muito mais seletivo e refinado. A forma de organizar e apresentar a informação é tão importante quanto o conteúdo. Estão surgindo novos campos (a bioinformática, por exemplo) para explorar maneiras de armazenar e usar informações, ultrapassando a idéia de apenas reuni-la.

Elias Machado (2003) afirma que por mais que a matriz tecnológica tenha servido de alibi para os que pregam o fim do jornalismo como profissão esse é um argumento equivocado.

A pesquisa nos últimos 8 anos indica que, mesmo com funções e feições muito distintas, o jornalismo segue com o tipo de conhecimento essencial para a organização das sociedades complexas. A diferença mais marcante é que, ao contrário de profissionais convencionais, o jornalista deve operar em perfeita sintonia com o departamento de tecnologia das organizações para poder projetar soluções adequadas tanto às demandas do processo produtivo... (MACHADO, 2005, p.13)

Historicamente é importante observar o que a cibercultura provocou no meio jornalístico. O quadro a seguir sintetiza um pouco das mudanças que ocorreram no jornalismo antes e depois do advento da cibercomunicação e da cibercultura. Para efeito comparativo, na coluna à esquerda estão listados cinco itens envolvidos no processo comunicacional da produção de notícias: profissão, prática, produto, recepção e empresa. Na coluna do meio, alguns aspectos relacionados a cada um deles com a descrição de como eram antes; e na da esquerda como são atualmente.

	Antes	Hoje
--	-------	------



Profissão	Poucas habilitações eram oferecidas pelos Cursos de Graduação em Jornalismo	Estão surgindo novas habilitações nos Cursos de Jornalismo.
	As habilidades e conhecimentos adquiridos no curso eram para aplicação durante toda carreira	Conhecimento é renovável. Convergência das habilidades: jornalismo, computação, Webdesigner, gerenciamento, engenharia da comunicação
	Redação com muitos profissionais. Cada um atuando em sua área	Redação enxuta. Profissional multifacetado: ele coleta a informação, redige, edita e veicula
	A liberdade de imprensa era atrelada aos que detinham os veículos	A liberdade é dividida com todos que podem produzir e publicar conteúdo na rede.
Prática	Grande parte das pesquisas para produção de pautas era feita através de consulta em arquivos em papel, contatos telefônicos ou pessoais	Prepondera a pesquisa em sistemas de metabuscadores na Internet
	A produção era concentrada no ambiente físico da redação	Boa parte da produção é feita de qualquer lugar: casa, escritório, na rua, etc.
	Uso do recurso de boxe, retransmissão ou janela para contextualizar e/ou acrescentar informação sobre a matéria	Inserção de links e hiperlinks
	O material era produzindo visando o público da localidade de cobertura	Os produtores produzem pensando também que o material pode ser lido/visto por pessoas de qualquer parte do planeta
	Algumas fontes de informação	Muitas fontes de informação
	Produção para veiculação em mídia ligada a empresa	Opção de produzir para um canal próprio: website, blogs.
	O conteúdo do furo jornalístico era redigido com uma relativa margem de tempo entre a produção e a edição	A redação do furo é praticamente instantânea a sua veiculação
	Escravidão ao deadline	Sem deadline. Nos <i>websites</i> não existe um horário de fechamento da edição e os blogs não perseguem um prazo de fechamento temporal
Produto	O produto impresso tinha grande tiragem	Cai à tiragem e o fim do jornalismo impresso já é decretado para 2040, mas isso não é consenso
	Os jornais não enfrentavam grandes problemas para sobreviver economicamente	Até os grandes jornais impressos enfrentam problemas econômicos e estão tendo que agregar valor para ter uma sobrevida
	Suporte: papel jornal	Telas de PCs e <i>notebooks</i> e o início telas portáteis conectadas sem fio a Internet com o tamanho um pouco menor que a folha de papel A4, pesando 390 g. e com apenas 1,6 cm de espessura.
	Espaço delimitado pelo tamanho e quantidade de páginas	Espaço maximizado pela grande capacidade de exibição e armazenamento da rede
Recepção	Jornalismo de massa. Modelo um para todos	Jornalismo pulverizado. Modelo todos para todos e nicho para nichos
	Receptores apenas recebiam a informação. Estavam na ponta da linha do antigo modelo de recepção: emissor-meio-receptor	Prossumidores (colaboram na produção e ao mesmo tempo consomem informação)
	Consumidores tinham poucas opções de suporte para obter informação	Consumidores têm mais opções de suportes, além de opções multimídia que combinam: texto, som, vídeo, elementos gráficos e áudio
	Pouca interação e meios para isso (carta, telefone, fax, contato pessoal)	Mais Interatividade e em alta velocidade. Opções de ferramentas de interação instantâneas: <i>e-mail, chats, posts</i> .
	A audiência atrelava a credibilidade ao nome construído pelo veículo	Credibilidade é creditada também aos produtores do <i>website</i> ou a um único profissional no caso do <i>blog</i>
	O furo jornalístico só era visto na edição do dia seguinte	O furo é visto imediatamente e em alguns casos em tempo real



Empresas	Empresas únicas ou unidas em grupos de mídia	Sinergia empresarial. Parcerias entre grupos de mídia (incluindo empresas jornalísticas e não jornalísticas) e de telecomunicações
	Preocupação com a concorrência entre os próprios pares: jornal impresso X corrente de jornal impresso	O impresso tem de encarar a concorrência das publicações em vários suportes: da web ao celular que trás material produzido por profissionais e amadores do jornalismo

Algumas mudanças sociais advindas da cibercultura - proporcionada pelas ferramentas computacionais e pelo ciberespaço – merecem destaque como as novas formas de se viver em sociedade, reconfiguração das relações sociais, diversidade de opções para obtenção de conhecimento, mais possibilidade de contato social¹⁶, produção, etc. Como afirma André Lemos (2007), “As práticas comunicacionais pessoais atuais da cibercultura mostram a pregnância social para além da assepsia ou simples robotização”, o que pode ser considerado uma negação do determinismo tecnológico.

Do ponto de vista do uso de uma ferramenta para determinados fins, o ciberespaço permite o surgimento de comunidades dos mais diversos tipos, interesses e tamanhos interagindo e articulando. Essa nova vivência em rede telemática propicia uma “sublevação cultural cuja propensão é se alastrar, tendo em vista que a tecnologia dos computadores tende a ficar está cada vez mais barata” (SANTAELLA, 2003:19). É esta característica que distingue para Santaella a cultura das mídias (que é a cultura do disponível ofertado pelos Meios de Comunicação de Massa) da Cibercultura, que permite um livre arbítrio das escolhas do que se deseja ver, ler, ouvir e também sobre a produção. Essa liberdade do público consumidor de conteúdo noticioso é uma vertente importante da cibercultura que mudou o fazer do jornalista. Esse é outro traço que delinea a presença da cibercultura no jornalismo.

O jornalismo alimenta e é alimentado pela cibercultura. Quando mostra o que está acontecendo na sociedade (os fatos) no formato de reportagem, com narrativa diferenciada e ferramentas que agregam valor a notícia (possíveis apenas nas interfaces disponíveis na Net), o webjornalismo não está apenas ajudando a difundir os acontecimentos, mas acima de tudo, colaborando para reforçar comportamentos e/ou ações que são derivados de um modo de vida cujo lastro é a tecnologia digital em rede. É o que acontece quando as pessoas começam a preferir em obter informação noticiosa pelos sites onde elas podem interagir.

¹⁶ Pesquisas comprovam que a internet é mais usada para manter contato interpessoal através de chats, e-mail, listas, blogs, fóruns, webcams, videoconferências, etc.



É importante frisar que a cibercultura não suplanta as culturas. Ela remodela e gera novos significados para as já existentes. Cibernautas continuam mantendo as relações centradas em antigos procedimentos como os contatos pessoais. O jornalista em sua tarefa laboral também precisa desse contato, pois o acesso a fontes, por exemplo, nem sempre pode ser feito via recursos como e-mail, *chats* ou *sites*¹⁷.

É visível que na era da Cibercomunicação o jornalismo está diante de um dilúvio informacional. Isso tem preocupado os profissionais. Como atender a um público tão diversificado e pulverizado e como abarcar as demandas emergentes de conteúdo? É preciso saber filtrar a informação. Ser seletivo. Antes do advento da cibercomunicação e da cibercultura, ao reunir material para uma pauta substancial ou uma reportagem, o jornalista se via diante do risco de não conseguir todos os dados de que precisava. Tinha que se deslocar a vários lugares para a pesquisa, reunir livros, consultar enciclopédias impressas, recorrer a arquivos de jornais e revistas em papel. Isso demandava um desgaste temporal não só para localizar, mas para reunir e compilar as informações que iriam subsidiar o trabalho¹⁸. Hoje acontece o inverso: existe grande facilidade de se achar o que quer apenas movendo os dedos no teclado e o mouse do computador conectado à Internet. Agora a preocupação é outra: garimpar e filtrar o que é encontrado, além do que chega via e-mail sem ter sido solicitado. Um dos mais conhecidos documentaristas americanos, Ken Burns, preocupado com a grande gama de informação disponível para um público que cada vez mais sofre do déficit de atenção, afirma que: “... somos bombardeados com tantas imagens (...) que começa a acontecer ao contrário: em vez de nos enriquecermos, como seria de imaginar quando obtemos maior quantidade de alguma coisa, na verdade criamos um tipo de pobreza...” (WURMAN, 2005:9). Gary Rivlin, autor de *The Plot to Get Bill Gates* também demonstra a sua preocupação com o dilúvio informacional: “A internet é informação na ponta dos seus dedos, mas também sobrecarga de informação: é um estoque de informação tão vasto que pode sufocar” (IBID, p. 13).

Richard Lanham¹⁹ tem argumentado que a nova moeda da economia virtual já não é mais a informação. Esta já existe em abundância e é praticamente ilimitada no

¹⁷ Apesar da facilidade de contato com as fontes por meio do ciberespaço, em muitos casos não ou é aconselhável coletar informação através da comunicação virtual. O jornalista, principalmente, nos casos de matérias investigativas e/ou de humanidade precisa estar frente a frente com o interlocutor. Precisa captar traços da paralinguagem que podem ser representativos para a matéria.

¹⁸ Isso não quer dizer que os livros em papel e registros não inseridos na Internet não continuem a fazer parte de um precioso material a ser pesquisado pelo jornalista.

¹⁹ Professor da Emeritus at the University of California, (EUA) e presidente da empresa de consultoria Rhetorica, Inc.



cibermundo. A principal *commodity* agora é a capacidade de chamar a atenção das pessoas para o que está no site. Ou seja: além de informar bem, o jornalista agora deve ter a capacidade de atrair o cibernauta, um sujeito que flui com facilidade pela rede, tem muitas possibilidades de informação à disposição, interesses diversos e cuja sua audiência fiel é um desafio para os comunicadores não só na modalidade jornalística. Eis aqui mais um linha dos traços que configuram a influência da cibercultura no fazer jornalístico.

Na era da cibercultura o internauta também quer fazer parte da construção da informação. E cada vez mais pessoas fazem isso. Ele hoje é um “prossumidor” (WURMAN, 2005), neologismo que une os termos produtor e consumidor, no caso, de conteúdo. Vejamos por exemplo o canal “vc repórter”²⁰ onde o internauta é convidado a enviar foto, vídeo ou áudio de um fato noticioso e/ou falar sobre um fato importante. Abre-se uma “larga janela” para que acontecimentos que não foram cobertos pelos jornalistas - por não entrarem na pauta ou fazerem parte dos critérios de noticiabilidade mais prementes - se transformem em notícia. Essa prática foi denominada de jornalismo cidadão, o que de certa forma pode ser considerado também um tipo de ciberativismo ao colocar em evidência assuntos locais de interesse público. Surge dessa “janela”, proporcionada pela cibercultura, mais um viés no trabalho do jornalista: o de filtrar a gama de informação enviada pelo prossumidor tendo como principal critério a credibilidade. O diretor de conteúdo do portal Terra que abriga o site “vc. repórter”, Antônio Prada, afirma ter que filtrar diariamente cerca de 30 participações dos internautas “repórteres”.

A cibercultura mudou significativamente o jornalismo, mas os pilares desse segmento socioeconômico permanecem os mesmos. A matéria prima da notícia, (principal produto do jornalismo), o fato, continua sendo algo que acontece na vida real. Embora alguns fatos possam ser “criados” para chamar a atenção da mídia e, esses “acontecimentos”, virarem notícia, mesmo assim esses fatos fabricados continuam sendo fatos, episódios na vida real. O principal trunfo do jornalismo continua sendo a credibilidade. E a razão de sua existência é o público, a audiência, embora possam ser evocados muitos outros motivos.

O blog é provavelmente o produto mais icônico de como a cibercultura passou a operar no meio jornalístico remodelando as antigas formas de se produzir, publicar notícias e manifestar opinião. Pesquisas indicam que a blogosfera é uma das

²⁰C.f. : <<http://www.terra.com.br/vcreporter/>>



comunidades virtuais que mais cresce. No mundo existiam em 2006 mais de 30 milhões de blogs²¹. Desses, 20 milhões são americanos, dos quais 34% são considerados por seus provedores como jornalísticos segundo dados da *Pew Internet & Family Project*²². Mas o quantitativo nesse caso não é a principal característica da cibercultura que chama a atenção, mas sim o que esse crescimento significa: um indicativo de que os jornalistas sentem a necessidade de publicarem de forma mais livre e autônoma e estão fazendo isso cada vez mais através dos blogs. Mais do que uma ferramenta, o blog é um produto dos avanços tecnológicos midiáticos e seu uso implica em um agir interativo, hipermidiático e libertário que são características da cibercultura.

Uma história muito ilustrativa de como um blogueiro pode surpreender os veículos e os profissionais da “velha mídia” é relatada por Thomas Fridman²³ (2005). Ele conta o caso do blogueiro americano Bill Ardolino que ajudou a desmascarar o escândalo Rathergate²⁴.

... meu recorde foi de 55 mil (acessos) quando ajudei a desmascarar o “Rathergate”. Fui o primeiro a entrevistar um criminalista sobre a reportagem do Dan Tather a respeito do caso da Guarda Nacional, e esse mesmo especialista foi então entrevistado pelo *The Washington Post*, pelo *Chicado Sun-Times*, pelo *Globe*, pelo *NYT*, entre outros, em menos de 48 horas. (ARDOLINO apud FRIDMAN, 2005: 56)

Ardolino diz que o seu trabalho como jornalista independente nasceu da frustração diante da “coleta tendenciosa, incompleta, seletiva e/ou incompetente de dados por parte do *mainstream* da mídia”. (ARDOLINO apud FRIDMAN, 2005: 56). Sobre o que está acontecendo com a mídia o blogueiro afirma que

... tem vantagens e desvantagens. A fragmentação da mídia alimenta muita incoerência ou a seletividade das percepções... mas também ajuda a descentralizar o poder e constitui uma garantia melhor de que a verdade *completa* está mesmo lá fora (...) em algum lugar (...) aos pedaços. (Ibid, p. 57)

Está surgindo também mais um traço da cibercultura para além da que é praticada e expressa no fazer de quem já está no mercado. É o olhar no futuro impulsionado por estudiosos da área e pela academia. Nora Paul²⁵, em trabalho que trata

²¹ Os cerca de 98% de blogs e websites que não estão entre os que recebem grande audiência representam juntos um tráfego considerável. Esses blogs que são o “espichar da cauda” (ver Teoria da Calda Longa), comportam um número agregado de visitantes/usuários pulverizados, o que significa que eles certamente contam com a confiança desses internautas. C.f. HEWITT, 2007.

²² BORGES, André. Blog: uma ferramenta para o jornalismo. In: *Hipertexto, hipermídia: as novas formas de comunicação digital*. FERRARI, Poliana (Org.).

²³ Thomas L. Friedman é um jornalista norte-americano, colunista do *The New York Times* e ganhou o prêmio Pulitzer nos anos de 1983, 1988 e 2002.

²⁴ O Rathergate foi o escândalo envolvendo o âncora do programa 60 Minutes na CBS, Dan Rather que questionava baseado em documentos falsos o serviço militar do Presidente Bush na Guarda Nacional.



dos primeiros resultados de uma pesquisa - que ainda está em curso - sobre a interatividade nas narrativas digitais, assevera que:

É preciso entender a interação entre os elementos exclusivos da narrativa digital e testar a efetividade de seu uso em várias combinações e para vários tipos de narrativas; isso fornecerá às empresas de notícias uma compreensão melhor de como e quando preparar toda a gama de possibilidades para as narrativas digitais. Se os atributos exclusivos das narrativas digitais forem considerados positivos para atrair a audiência on-line, haverá implicações no treinamento das redações, cursos de jornalismo e o desenvolvimento de softwares. (PAUL, 2007:137)

A estudiosa informa que em universidades americanas vários programas de jornalismo já reconhecem que é necessário haver uma colaboração em diferentes disciplinas para dar conta das mudanças no novo ambiente midiático. Cita como exemplo o programa de informática da Universidade de Indiana que já está combinando ciência da informação, ciência da computação, arte e jornalismo. No Brasil, o curso de graduação em Mídias Digitais da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo, implantado na gestão do professor Sebastião Squirra²⁶, é o pioneiro nesse entendimento entre comunicação, tecnologias e outras áreas afins. Nele são integrados os campos da comunicação, arte, tecnologia digital e computação gráfica. O objetivo é formar profissionais com preparo tecnológico para atuar no novo mercado de produção e transmissão audiovisual na sociedade da cibercomunicação.

Considerações finais

Ao questionar sobre o que a cibercultura representa para os profissionais jornalistas, é plausível apontar que ela traz novas possibilidades de atuação no campo e um lidar mais complexo com a produção de conteúdo e a manipulação das tecnologias.

A união das tecnologias computacionais com as comunicacionais em rede é muito mais do que uma ferramenta da evolução tecnológica. Para o jornalismo, esse encontro deve ser percebido como propulsor de mudanças históricas e significativas nas práticas da profissão e da introjeção da cibercultura pelo profissional.

Ao contrário de uma cultura profissional construída e engessada durante décadas, a cibercultura amalgamada com essa antiga cultura está levando os jornalistas a reverem vários conceitos do campo jornalístico: desde a questão da audiência até o que deve ser tomado como critérios de relevância da notícia que antes era decidido pelo recorte ideológico da mídia jornalística tradicional (jornal impresso, rádio, TV).

²⁵ C.f., PAUL, Nora. Elementos das narrativas digitais. In: FERRARI, Poliana (org). Hipertexto, hipermídia: as novas formas de comunicação digital.

²⁶ Diretor da Faculdade Comunicação Multimídia e Coordenador do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da UMESP



Assim como as demais culturas a cibercultura está sempre em evolução, mas diferentemente nela não existe espaço para preservação de hábitos ou costumes. Tudo é experimentação e mutações constantes, sejam no modo de se comunicar ou de realizar tarefas cotidianas ou não.

As mudanças provocadas pela cibercultura ainda estão em curso, e os jornalistas estão a repensar o fazer caminhando em uma linha tênue - e quase já imperceptível - que divide a produção da recepção, o território conquistado e a invasão, a exclusividade e o compartilhamento, as regras tácitas da profissão e novos modos de pensar o relatar da notícia.

Referências

- BORGES, André. Blog: uma ferramenta para o jornalismo. In: Hipertexto, hipermissão: as novas formas de comunicação digital. FERRARI Poliana (Org.), São Paulo: Contexto, 2007
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos; conflitos multinacionais da globalização*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- FERRARI, Poliana (org). Hipertexto, hipermissão: as novas formas de comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007
- FRIEDMAN, Thomas L. *O Mundo é Plano*, Rio de Janeiro: Objetiva, 2005
- HEWITT, Hugh. Blog: entenda a revolução que vai mudar seu mundo. RJ: Thomas Nelson, 2007
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Ed. 34, São Paulo, 1999
- LEMONS, André. *Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época*. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons/cibercultura.pdf>. Acesso: 30/05/ 2008
- PAUL, Nora. Elementos das narrativas digitais. In: FERRARI, Poliana (org). Hipertexto, hipermissão: as novas formas de comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007
- PONTES. Fernando Augusto R.; COLINO, Celina Maria (2003). A transmissão da cultura da brincadeira: algumas possibilidades de investigação. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/prc/v16n1/16803.pdf>. Acesso: 23/06/2008
- SOARES. Delfim. *Glossário de Sociocibernética* (1998). Acesso: 15/06/2008. Disponível em: <http://www.compuland.com.br/delfim/gloss.htm>. Acesso em 25/06/2008
- STRAUBHAAR, Joseph, LAROSE, Robert. *Comunicação Mídia e Tecnologia*. Pioneira Thomson, São Paulo, 2004.
- PINHO, J.B. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. São Paulo: Summus, 2003.
- RECTOR, Mônica, NEIVA, Eduardo. *Comunicação na era da pós-moderna*, RJ:Vozes, 1995.
- ÚLTIMO SEGUNDO. Nunca foi tão fácil publicar na web. http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo_virtual/2007/02/28/nunca_foi_t227o_f225cil_publicar_na_web_697545.html. Acesso em 05/05/2008
- VOCÊ REPÓRTER. <http://www.terra.com.br/vcreporter>. Acesso: 05/05/2008
- WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- WURMAN, Richard Saul. *Ansiedade de Informação 2. Um guia para quem comunica e dá instruções*. Editora de Cultura, São Paulo, 2005.