



Uso das Tecnologias em Expansão e as Redes de Cidadania¹

Gustavo BARRETO de Campos²

Mohamed ELHAJJI³

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Diversos grupos independentes da sociedade civil organizada global têm feito propostas e hipóteses no sentido de incentivar o caráter colaborativo e cidadão da rede mundial dos computadores, como plataforma para a produção na Internet, bem como ampliação deste conteúdo para meios impressos e audiovisuais nos formatos acessíveis que abordamos neste artigo. Após uma breve análise sobre o caráter específico da comunicação em rede e suas origens, faremos uma reflexão sobre as perspectivas da utilização destas tecnologias emergentes no contexto da formulação de uma nova ética cidadã.

PALAVRAS-CHAVE: cidadania; redes de comunicação; novas mídias.

¹ Trabalho apresentado na Sessão Cibercultura e tecnologias da comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação da UFRJ, email: gb@ufjf.br

³ Orientador do trabalho. Professor Doutor do Curso de Comunicação da UFRJ, email: mohahajji@yahoo.com.br



INTRODUÇÃO

No dia 8 de dezembro de 1988, um ponto de uma seleta rede de computadores interligados – a Internet – dava uma de suas primeiras contribuições às comunidades de base no Brasil. Um ativista da área ambiental tornava público, por meio de uma mensagem eletrônica pequena e simples, o covarde assassinato do líder ambientalista Chico Mendes. Em pouco tempo a mensagem teve ampla repercussão, em várias línguas, com traduções sempre voluntárias, “numa divulgação sem controle e de agilidade antes nunca vista”⁴.

Este foi o primeiro dos diversos usos no Brasil desta nova tecnologia que, aliada às técnicas da pesquisa científica, repercutiu de tal forma que acabou por re-estabelecer uma série de paradigmas da comunicação e, no caso deste trabalho, sua utilidade para o fortalecimento de comunidades locais e com interesses específicos.

No início de 2000, novas frentes abertas pela transmissão de rádio e televisão *online*, via Internet, e a possibilidade de novas formas e conteúdos para o meio aberta com as experiências européias e estadunidenses do rádio e da tevê digital – com uma espécie de receptor-antena capaz de receber dados e captar transmissões direto de satélites, sempre com alta qualidade sonora e raio de alcance geográfico infinitamente maior – sugeriam que as formas audiovisuais de comunicação comunitária poderiam entrar no século XXI com diversos avanços no campo da comunicação descentralizada, identitária e popular. Da mesma forma, a *mídia comunitária* impressa começa a ganhar força a partir dos anos 90 no Brasil, como uma forma de se contrapor ao clima totalizante da imprensa de grande circulação e à asfixia de pequenas comunidades.

A evidência dos novos tempos também se fez presente nas mídias que já desfrutavam de boa circulação nos meios tradicionais. Em 2005, um dos mais importantes grupos editoriais britânicos, o *Daily Mail and General Trust* (DGMT), anunciou que pretendia vender todas as suas 100 publicações impressas, que valem 2,2 bilhões de euros, para dedicar-se exclusivamente a edições *online*. A notícia foi estampada hoje no jornal francês *Libération* do dia 8 de dezembro daquele ano. O DGMT é proprietário do influente *Daily Mail*, do *Evening Standard*, a bíblia dos londrinos, e do gratuito *Metro*. A iniciativa seria tomada em razão da forte concorrência de outros peso-pesados da imprensa regional, como o *Trinity Mirror* e o *Johnston Press*.

⁴ LIMA, P.; SELAIMEN, G.B. Desafios para a inclusão digital no terceiro setor. IN: SILVEIRA, S.A., CASSINO, J. (org). Software Livre e Inclusão Digital. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003. Publicado também em Observatório da Imprensa, 19 ago. 2003. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/eno190820032.htm>> . Acesso em 10 dez. 2007.



A queda de publicidade, que migra gradativamente para a internet, também teria influído na decisão do DGMT, segundo o jornalista Ivson Alves⁵.

O jornalista veterano e professor Carlos Castilho, estudioso do tema, ponderou que a internet representava em 2007 míseros 2,07% da verba destinada pelos anunciantes a toda a imprensa. “Com este percentual ninguém sobrevive, o que é agravado pelo fato dos leitores online não aceitarem pagar pelas notícias”, destacou⁶. Ao mesmo tempo em que faz uma importante ponderação, Castilho identifica que um importante problema da migração da produção de notícias para a rede mundial de computadores: com o aumento da oferta de notícias, por que os leitores continuariam pagando por informações?

2. MÚLTIPLAS CONEXÕES

Nas mídias interativas, ao contrário, os receptores determinam previamente o que vão receber e, uma vez ultrapassado o obstáculo da exclusão digital, podem eles mesmos produzir conteúdo, como é o caso das ferramentas denominadas blogues (*blog*, com “G” mudo, é o formato de escrita mais comum), espécie de diários virtuais nos quais cada cidadão comunica sua versão dos fatos e descentraliza cada vez mais o recebimento de informações, retirando em alguma medida o poder dos grandes meios. É o que relatava já em 1988, em um tom profético e dramático, o autor do “Manifesto Cripto-Anarquista”, Timothy C. May:

Um espectro está assombrando o mundo moderno, o espectro da cripto-anarquia. A tecnologia de computação está prestes a dar a indivíduos e grupos a capacidade de comunicar e interagir de um modo totalmente anônimo... O Estado, é claro, tentará desacelerar ou deter a difusão desta tecnologia, citando preocupações de segurança nacional, seu uso por traficantes de drogas ou sonegadores de impostos e temores de desintegração social... Mas isso não deterá a difusão da cripto-anarquia. Assim como a tecnologia da imprensa alterou e reduziu o poder das guildas medievais e a estrutura de poder social, do mesmo modo os métodos de criptografia alterarão fundamentalmente a natureza das corporações e a interferência governamental nas transações econômicas... Esta descoberta aparentemente menor, saída de um ramo arcano da matemática, virá a ser os alicates que desmantelarão o arame farpado erguido em torno da propriedade intelectual. Levantem-se; vocês não têm nada a perder a não ser suas cercas de arame farpado.⁷

⁵ ALVES, I. Blog pessoal, Rio de Janeiro. Disponível em <<http://www.coleguinhas.jor.br/2005/12/estavam-rindo-de-qu-mesmo.html>> . Acesso em 08 dez. 2005.

⁶ CASTILHO, C. A crise do NoMínimo e os dilemas financeiros do jornalismo online independente, Observatório da Imprensa, São Paulo, 8 jun. 2007. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=2> . Acesso em 9 jun. 2007.

⁷ Ciberidea, Rio de Janeiro, Site da Escola de Comunicação da UFRJ. Disponível em <<http://www.eco.ufrj.br/ciberidea/artigos/media/pdf/Internetcrono.htm>> . Acesso em 09 jun. 2003.



Paulo Lima e Graciela Selaimen, diretores da Rede de Informações para o Terceiro Setor (RITS), traçaram, 15 anos depois, alguns dos desafios das comunidades locais:

A lógica de comunicação na grande rede é feita sob medida para atores sociais, agentes, pessoas que querem se fazer ouvir, publicar, intervir. O próprio modelo de rede é adequado a esta participação: descentralizado, horizontal, de múltiplas conexões e sem limite espacial. Esta lógica de participação e apropriação social dos usos das tecnologias de comunicação e informação tem que ser incentivada. E isso não exige mirabolâncias – basta criar modelos simples de utilização, que permitam a rápida apropriação por indivíduos de diversas origens e realidades e replicá-los em vários sítios e portais diferentes – fazendo com que a “interferência” do cidadão através da Internet se transforme em ferramenta de resistência cultural e de pressão política em seu melhor sentido.⁸

Identificados alguns pontos de consenso dentro das comunidades, concluem, é possível usar o virtual para incluir cidadãos, tornando-os conscientes de suas possibilidades de intervir e implementar mudanças, compartilhando valores da comunidade em questão com o mundo e com seus próprios integrantes. Conforme observou Norberto Bobbio:

Para que exista a democracia direta no sentido próprio da palavra, isto é, no sentido em que direto quer dizer que o indivíduo participa ele mesmo nas deliberações que lhe dizem respeito, é preciso que entre os indivíduos deliberantes e a deliberação que lhes diz respeito não existe nenhum intermediário.⁹

A importância de ferramentas virtuais de trabalho é enorme, a ponto de fazer com que o presidente da Microsoft, Bill Gates, aponte o ‘blog’ como uma “ferramenta corporativa do futuro”. Reunido com vários executivos que comparecerem à sede da Microsoft em maio de 2004, em Redmond (EUA), para o encontro ‘CEO Summit’, organizado anualmente pela empresa, Gates disse que “os blogs e as mensagens acrescentadas a essas páginas tornam a comunicação muito mais fácil”, concluindo que “essa tecnologia [RSS – Real Simple Syndication, que avisa sobre novas mensagens nos blogs] está se desvencilhando das desvantagens do e-mail e das páginas web”.¹⁰

Pierre Lévy, destacado entusiasta das novas tecnologias, vê uma grande vantagem no fato de as *webmídias* serem fundamentalmente organizadas por temas, e não mais segundo grades de programação temporais ou emissões cronológicas,

⁸ LIMA, P.; SELAIMEN, G.B.. Desafios para a inclusão digital no terceiro setor. IN: SILVEIRA, S.A., CASSINO, J. (org). Software Livre e Inclusão Digital. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003.

⁹ Idem.

¹⁰ Blog é a ferramenta corporativa do futuro. Folha Online, São Paulo, 21 mai. 2004. Disponível em <www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16019.shtml> . Acesso em 05 jul. 2007.



conforme argumenta em sua pesquisa sobre a *ciberdemocracia*. Talvez em resposta a Lévy, Rui Bebiano (1999) critica os *ciberentusiastas* e *visionários*, construtores de um tipo de “populismo informático”, que, segundo o autor, são “pessoas para quem a evolução tecnológica se ergue como uma espécie de vaca sagrada” (sic).¹¹

No entanto, é Dominique Wolton um dos principais intelectuais das ciências da comunicação na atualidade a contestar a idéia defendida por Lévy, dando um papel complementar à Internet e defendendo a televisão como um meio que “permite recolocar todas as questões pertinentes a uma visão humanista e democrática da comunicação”.¹² É fácil deduzir que esta posição recebe muitas críticas, principalmente de segmentos mais à esquerda, mas Wolton fundamenta de forma clara e transparente porque pensa assim:

Redes temáticas [caso da TV por assinatura e da Internet] e não segmentadas [TVs abertas] são complementares. [...] Os meios de massa, ao menos, recolocam a questão política: que informações, que educação, que divertimento fornecer para todos? [...] Quanto aos meios temáticos, eles são um progresso no sentido em que aumentam a escolha. Mas reforçam também a individualização das relações sociais e a comercialização da comunicação. A televisão segmentada supõe telespectadores pagantes. Isso é uma barreira econômica. [...] Para a televisão aberta, parte-se da oferta de um projeto, enquanto que para a televisão segmentada parte-se da demanda.¹³

Preocupado com a tríade “democracia-identidade-cidadania”, o que Wolton argumenta é que, por sua natureza descentralizada, a Internet não obriga a ver, a conhecer o diferente. Na TV e no rádio a alteridade se impõe. O que importa aqui, na verdade, é a idéia do autor acerca das condições mínimas de cooperação quando não temos as mesmas culturas e tradições. E prossegue:

Defendo uma dimensão humanista e política da comunicação e desconfio de uma comunicação técnica, pois as técnicas não são suficientes para aproximar os homens. [...] Não é por haver a Internet e computadores por todo o lado que os homens se compreendem. As técnicas demonstram que o que importa, cada vez mais, é o projeto cultural e político [...] Quanto mais significativa for a mundialização técnica, mais se deve compensá-la e completá-la com viagens. A Internet não suprime as deslocamentos, vai torná-las mais necessárias e frequentes”.¹⁴

¹¹ BEBIANO, Rui. O ciberativismo e a experiência da cidadania global. Síntese de uma intervenção pública em Porto (Portugal), em setembro de 1999. Disponível em: <<http://www.dhnet.org.br/ciber/textos/ciberativismo.html>> . Acesso em 01 jun. 2005.

¹² SILVA, J.M. Entrevista a Juremir Machado da Silva: Wolton fala sobre o valor da mídia e da diversidade. Observatório da Imprensa apud Revista Trópico, 13 jan. 2002. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp1601200297.htm>> . Acesso em 07 jun. 2007.

¹³ Idem.

¹⁴ ABRANTES, J.C. Dominique Wolton. Media & Jornalismo. Abr. 2003, vol.1, no 2, p.133-142. Disponível em <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/>> . Acesso em 01 jun. 2005.



Para Wolton, a técnica não é jamais neutra, nem é mero instrumento nas mãos do homem. Ao contrário, é que o sujeito quem deve, coletivamente, operar o direcionamento dos vetores tecnológicos de maneira a controlar os efeitos perversos das suas invenções. Seguindo a linha de raciocínio, Lima (2004) adverte que *informação* não é igual a *conhecimento*:

(...) o conhecimento (...) não é neutro. Impregnado de valores e propósitos, é através dele que se organizam as informações [que o autor adverte ser diferente de *conhecimento*] que estão disponíveis na Internet, da mesma forma que é através dele que se pode construir os sentidos do fluxo permanente de informações difundidas pela mídia. Nunca será demais lembrar que somente uma educação fundada na experiência coletiva de transformação do mundo é capaz de fazer brotar o conhecimento emancipador. Internet significa, sim, mais informação disponível.

3. QUE INFORMAÇÃO É ESSA?

Diversas terminologias têm sido utilizadas para classificar a nova ordem mundial, caracterizada pelo esgotamento do padrão de acumulação anterior e por mudanças políticas, tecnológicas, institucionais e organizacionais. São utilizados termos como *Era da Informação* (Manuel Castells), *Sociedade da Informação* (Armand Mattelart), *Sociedade do Conhecimento* (Márcio Tavares D’Amaral), *Economia da Informação* (Joseph Stiglitz) e *Revolução da Informação* (Peter Drucker), para citar alguns autores.

Para alguns autores¹⁵, o crédito deve ser dado a Fritz Machlup, economista americano, em cujo trabalho *The Knowledge Industry*, publicado em 1962, já pode ser encontrada a idéia de uma ‘sociedade da informação’. Para outros, o japonês Michiko Igarashi cunhou a expressão ‘sociedade da informação’ em artigo publicado em 1964, intitulado *Sociology in information societies* (DUFF, CRAIG & MCNEILL, 1966).

Há, no entanto, consenso de que estamos vivendo uma época marcada pela ‘explosão da informação’, que se fundamenta nas mudanças provocadas pelas influências recíprocas entre a expansão do conhecimento científico, a emergência de novas tecnologias e o crescimento da demanda por informações, notícias e conhecimento. Essa ‘revolução’, em que o computador desempenha um papel central, tem sido apontada como formadora de uma ‘sociedade pós-industrial’.

¹⁵ Em destaque, ver BRANCO, Maria Alice Fernandes. Informação e saúde: uma ciência e suas políticas em uma nova era. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2006.



A informação, nesse contexto, assumiu o caráter de recursos estratégico. Wells, já em 1938, afirmava que, em algumas décadas, não mais existiriam analfabetos no mundo, mas pessoas informadas e desinformadas (WELLS, 1938, apud CAWKELL, 1996).

4. O MUNDO EM 24 HORAS

Para expressar a rapidez das transformações que caracterizam a ‘era da informação’, McGarry (1981 *apud* BRANCO, 2006) oferece uma interessante imagem: a escala de tempo da evolução do homem na Terra, apreciada em um relógio.

- 1) Tomando como ponto inicial arbitrário trinta mil anos atrás, quando o homem começava sua fase de pinturas e esculturas nas cavernas, tem-se o início do período de 24 horas, a partir da meia-noite.
- 2) Cada hora do relógio corresponde a 1.200 anos, e conseqüentemente, cada cinco minutos a cem anos.
- 3) Por milhares de anos o progresso se deu numa velocidade glacial. Todo o período paleolítico transcorreu entre dez horas da manhã e duas horas da tarde.
- 4) Às 20h, surgiu a escrita cuneiforme nos vales da Mesopotâmia e os hieróglifos nos templos egípcios.
- 5) Às 22h, tem início a civilização grega, com sua contribuição para a arte, a filosofia e a matemática.
- 6) Às 22h30, surgem os primórdios da cultura judaico-cristã na Europa.
- 7) Às 23h33, inventa-se a tipografia, que impulsiona o conhecimento científico.
- 8) Às 22h48, começa a Revolução Industrial na Inglaterra.
- 9) A revolução das comunicações tem lugar nos últimos cinco minutos.
- 10) O computador tem atravessado gerações no último minuto e, no caso do microcomputador, estamos falando dos últimos segundos das 24 horas decorridas.

Tomando por empréstimo o relógio de McGarry, observamos que a informação destacou-se como objeto de interesse e de estudo há cerca de “dois minutos”, por volta da década de 60, atrelada à evolução das telecomunicações e da informática.



De fato, o uso cada vez maior da internet, de computadores e telefones tem causado um enorme crescimento da quantidade de informações que as pessoas geram e usam, conforme noticiou a *BBC Brasil* em outubro de 2003¹⁶.

Segundo informa a *BBC*, pesquisadores da Universidade da Califórnia, em Berkeley, descobriram que a quantidade de informações armazenadas em papel, filme e discos magnéticos e óticos dobrou desde 1999. O estudo estima que todo ano cerca de 800 megabytes de informação são produzidos para cada pessoa em todo o mundo.

A pesquisa dá conta de que o papel ainda é popular, de acordo com a pesquisa. O total de informações armazenadas em livros, jornais e outros documentos cresceu 43% em três anos, de 2001 a 2003. Peter Lyman e sua equipe de pesquisadores descobriram que, apenas em 2002, cerca de cinco exabytes (um exabyte é igual a um bilhão de gigabytes) de novas informações foram gerados por sistemas de armazenamento impressos, em filme, magnéticos e óticos em todo o mundo.

Apenas para fazer uma pequena comparação, a biblioteca do Congresso americano, que tem 19 milhões de livros e 56 milhões de manuscritos, possui o equivalente a dez terabytes (um terabyte é igual a mil gigabytes) de informação. Seriam necessárias 500 mil bibliotecas do Congresso para igualar cinco exabytes. Mas mesmo esse total se torna pequeno diante da quantidade colossal de informação que flui por meios eletrônicos como telefone, rádio, televisão e internet.

O estudo também concluiu, conforme nosso argumento, que a maior parte das informações transmitidas via rádio e televisão não é nova. A maioria é repetição. De 320 milhões de horas de programas de rádio, apenas 70 milhões de horas são inéditas. Na TV, apenas 31 milhões do total de 123 milhões de horas transmitidas são inéditas. Sem contar que, se os estudos fossem entrar no viés qualitativo, a repetição provavelmente seria ainda maior.

Lyman acredita que boa parte do material gerado em computador é impresso para leitura. Um setor que, segundo a pesquisa, está perdendo terreno para a mídia digital é o de filmes. Lyman diz que a crescente popularidade de câmeras digitais está afastando as pessoas do antigo formato. Desde o último estudo, o total de imagens capturadas em filme caiu 9%. O estudo também revelou quanto tempo em média as pessoas gastam com os diferentes tipos de mídia.

¹⁶ Volume de dados no mundo dobrou desde 1999. *BBC Brasil*, São Paulo, 31 out. 2003. Disponível em <http://www.bbc.co.uk/portuguese/ciencia/story/2003/10/031031_informacaodtl.shtml> . Acesso em 05 jul. 2007.



A pesquisa mostrou que um adulto americano médio gasta 16 horas ao telefone por mês, escuta 90 horas de rádio e assiste a 131 horas de TV. Os 53% da população americana que usam a internet gastam mais de 25 horas por mês *online* em casa, e mais de 74 horas no trabalho. Isso significa, de acordo com os pesquisadores, que essas pessoas estão acessando informações durante 46% do tempo.

Outro levantamento interessante feito pela empresa de consultoria inglesa *NetCraft* estimou que iriam existir cerca de 70 milhões de *sites* em todo o mundo até o final de 2004. Seriam criados, de acordo com estas contas, 3.500 novos sites por dia. Verificou-se ainda que, entre 2003 e primeiro trimestre de 2004, houve um aumento de assinaturas de sites pagos, maiores gastos em publicidade *online* e o renascimento dos investimentos em capital de risco. O número de ofertas de empregos em provedores de acesso e de conteúdo também foi significativo, segundo a pesquisa¹⁷.

Já em relação aos projetos independentes baseados exclusivamente na internet, o jornalista Carlos Castilho avalia que a situação mostra dilemas diferentes, mas não menos complexos e desafiadores. Iniciativas como o *NoMínimo* (<http://www.nominimo.com.br/>) e o *Observatório da Imprensa* (<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/>) dependem de um complicado *malabarismo financeiro* para remunerar minimamente os seus colaboradores, o que os obriga a depender de patrocinadores e financiadores.

Castilho destaca que os custos financeiros de uma publicação na internet são relativamente baixos, se comparados com a estrutura necessária para o normal funcionamento de um jornal impresso. “O orçamento de um site jornalístico independente é ridiculamente pequeno e os escassos recursos são quase todos destinados à manutenção do seu ativo mais importante e valorizado, a massa cinzenta dos seus colaboradores”, destaca. “(...) Os projetos independentes na Web dependem da valorização do conteúdo informativo enquanto os patrocinadores olham apenas o retorno financeiro. No mundo online é difícil compatibilizar os dois lados. São duas lógicas opostas. A sobrevivência torna-se uma arte extremamente sutil e delicada”, argumenta.

Na avaliação de Castilho, o momento é de fato delicado e os jornalistas estão vivendo “um traumático período de transição”. E afirma: “Estamos passando de uma estrutura baseada em grandes redações, emprego fixo, informação cara e um público elitizado, para uma era de profissionais autônomos, micro redações, notícia grátis e uma

¹⁷ Para acessar outras pesquisas do grupo, acesse o site <http://news.netcraft.com/>



democratização no acesso, que mesmo reduzida a apenas 20% da população nacional, assusta pelo seu ímpeto questionador”. E conclui: “(...) A grande pergunta que fica no ar é: Existe uma solução para tudo isto? A fórmula salvadora ainda não foi encontrada. Tudo indica que ela vai aparecer, mas é *impossível saber quando e como*, pois a transição para a era digital na imprensa ainda está demasiado carregada de incógnitas e caixas pretas” (grifo do autor)¹⁸.

O autor dá outros dados, desta vez em países mais desenvolvidos que o Brasil. No começo de 2006, Castilho assinalou: “As análises sobre a crise dos jornais na Europa e Estados Unidos ofuscaram neste fim de ano [2005] uma sucessão de notícias indicando que apesar dos prognósticos sombrios *muita coisa está mudando* na imprensa mundial. Mudanças que apontam cada vez mais no sentido da participação dos leitores na produção e distribuição de informações”.

O *The New York Times* (<http://www.nytimes.com/>), famoso por seu conservadorismo editorial, não deixou de “quebrar uma série de tabus durante a cobertura da greve de transportes públicos de Nova Iorque, que deixou quase cinco milhões de pessoas sem transporte durante três dias, no início de dezembro”. Segundo Castilho, os editores foram “surpreendidos pela *avalanche de visitas à versão online* do jornal por pessoas buscando informações”. Segundo Castilho, o *Times* reagiu rapidamente criando um mapa virtual de Manhattan¹⁹, onde as pessoas tanto podiam deixar mensagens contando como estavam enfrentando as consequências da greve e como obtinham informações sobre transportes alternativos.

A Revista *Consciência.Net*, por sua vez, experimentou a reação do público diante de um grande evento de forte repercussão. Logo após os atentados do 11 de setembro nos Estados Unidos, o então humilde domínio www.consciencia.net, mesmo sem ter feito uma cobertura de fôlego sobre os acontecimentos, experimentou uma visita cinco vezes maior do que a usual – de 200 para 1.000 usuários por dia, sendo que a revista tinha apenas um pouco mais de um ano de existência e não havia anunciado nenhum tipo de cobertura especial, mesmo depois de um dia do ocorrido. As visitas foram, ao contrário, uma pressão para que os editores se mobilizassem e comesçassem a procurar fontes alternativas, que noticiassem informações relevantes sobre o tema.

¹⁸ CASTILHO, C., *ibidem*.

¹⁹ Acesse em http://www.nytimes.com/packages/html/nyregion/20051220_STRIKE_MAP_READERS.html



O jornal *News & Record* (<http://www.news-record.com/>), da cidade de Greensboro, na Carolina do Norte, resolveu apostar tudo na parceria com os seus leitores, afirma Castilho. O *News* já havia revolucionado os formatos jornalísticos, em 2005, ao criar uma área chamada *Town Square* (Praça da cidade) na parte mais nobre de sua edição *web*, destinada aos leitores e visitantes:

A "Praça" inclui *blogs de leitores*, *podcasts* (mensagens em áudio) e um inédito sistema de *Hometown Hubs* (terminais públicos) onde quem não tem computador em casa pode colocar mensagens e interagir com o jornal e outros leitores. O *News & Record* montou quatro terminais em diferentes bairros de Greensboro e anunciou a instalação de mais cinco em 2006.²⁰

Castilho também destaca que as universidades também já começaram a dar-se conta da importância do fenômeno da socialização da informação. Em fevereiro de 2006, informa Castilho, começou a funcionar o Centro para Mídia Cidadã (*Center for Citizen Media*²¹), vinculado à Escola de Jornalismo da Universidade da Califórnia²², em Berkeley, e ao Centro Berkman para Internet e Sociedade, da Universidade Harvard²³, ambas nos Estados Unidos.

O centro é uma instituição não lucrativa que tem feito pesquisas sobre o papel dos cidadãos na produção e distribuição de notícias. Um dos criadores do Centro para Mídia Cidadã é o jornalista Dan Gillmor, autor do livro *We The Media* (<http://wethemedia.oreilly.com/>). Será o primeiro centro de pesquisas do gênero no mundo. Castilho conclui:

A multiplicação de experiências e projetos antecipou o surgimento de um acirrado debate em torno das características da participação dos cidadãos na produção e distribuição de notícias de interesse comunitário. O ponto da discórdia é se este processo será marcado pelo *individualismo*, seguindo a linha dos *weblogs* pessoais, ou predominará a *autoria compartilhada*, cujo principal exemplo é a bem sucedida experiência da *Wikipédia* (<http://www.wikipedia.org/>). Por enquanto ainda é impossível dizer qual tendência predominará²⁴.

²⁰ CASTILHO, C. O jornalismo cidadão ganha adeptos apesar das críticas. Observatório da Imprensa, São Paulo, 03 jan. 2006. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=2&id={CB94F270-7559-4C79-B6D9-DF4D4B588D7F}&data=200601> . Acesso em 24 jun. 2007.

²¹ Disponível em <http://www.citmedia.org/>

²² Vide <http://journalism.berkeley.edu/>

²³ Vide <http://cyber.law.harvard.edu/>

²⁴ CASTILHO, C., *ibidem*.



5. ERROS CONCEITUAIS DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

O site de autoria compartilhada *Wikipédia* tem sido visto, como afirmamos, como uma experiência bem sucedida de organização do conteúdo da Internet, bem como da utilização da rede mundial de computadores como ferramenta didática e educacional. A capacidade da informação de reduzir a incerteza, como propõe esta tese, está intimamente ligado aos conceitos de *oportunidade* e *atualidade*, que colaboram para que a informação seja obtida em tempo hábil e com conteúdo atualizado para o fim que se destina. A informação deve, portanto, chegar àquele que irá utilizá-la no momento de seu maior valor potencial para ele próprio. Falhas na *oportunidade* e na *atualidade* depreciam o valor da informação (BRANCO, 2006).

Outro fator essencial é a *acessibilidade*, enfocada como facilitação do acesso operacional à informação, ou seja, cabe à fonte torná-la disponível de forma ágil, simples e operacionalmente fácil para o usuário. Isso significa que a informação deve estar organizada tanto em relação ao conteúdo quanto à forma de apresentação e disposta de maneira que facilite a obtenção e manuseio.

No atual estágio da *sociedade da informação* que anunciam os teóricos, a *acessibilidade* é um ponto crítico a se destacar. A maior parte das pessoas ainda estão notavelmente atreladas às tradicionais formas de distribuição da informação – televisão, rádio e jornal -, tanto pelo fator da exclusão digital quanto pela falta de hábito e habilidade em utilizar as mídias interativas. Pondera-se que uma informação na Internet, por exemplo, pode ser aproveitada largamente por profissionais das mídias tradicionais.

Nota-se, portanto, que as novas formas de comunicação ainda não constituem um modelo de comunicação descentralizado – de muitos para muitos, como propunham diversos teóricos, entre eles Pierre Levy (2003) -, mas, por hora, apenas uma nova forma de comunicação da qual apenas poucas pessoas fazem um uso eficaz e, portanto, decidem o que vão reproduzir tanto a nível pessoal (para amigos, por exemplo) quanto a nível profissional (profissionais de televisão que fazem uso das informações, por exemplo).

É fundamental ressaltar que o fato de uma informação estar disponível não significa que esteja acessível. Para que a informação seja acessível, é necessário facilitar não apenas o acesso operacional, como também sua assimilabilidade. É necessário haver, desta forma, convergência entre o contexto político, econômico, cultural e social, no qual se encontra inserido o interlocutor e a informação, tanto em relação a seu



conteúdo quanto à forma e às condições em que é apresentada. Conforme Branco (2006):

A divergência ou a ausência de mediação positiva entre esses elementos funcionarão como barreiras à acessibilidade, levando à recusa, ao descarte ou à não-utilização da informação. A informação deve estar adequada ao espaço social onde pretende atuar. Se não se mostrou acessível e assimilável, não é possível dizer que se concretizou como informação. O ato informacional se concretiza em função do volume de informação disponível, mas de suas características.

Parece-nos central este princípio, que contribui para aprofundar a defasagem de conhecimentos entre os que detêm e os que carecem de recursos e competência cognitivas e de outros atributos que favorecem o acesso e a assimilação da informação. Clássico e usual nos dias atuais é a cena em que um jovem com menos de 10 anos de vida tem habilidades cognitivas notavelmente maiores em relações às novas tecnologias, como o computador moderno e a Internet, do que um adulto de 40 a 50 anos. Da mesma forma, as desigualdades sociais e econômicas refletem-se na desigualdade de acesso à informação e vice-versa.

Prover informação “não é sinônimo de proporcionar pilhas de dados, relevantes na perspectiva de quem os produz, de forma fácil e ágil”. O fato de a tecnologia ter propiciado coletar, armazenar e processar dados num volume jamais alcançável até então “levou ao equívoco de acreditar que quanto mais dados e informações houver sobre um fenômeno ou problema, mais facilmente se poderia entendê-lo ou encontrar soluções” (BRANCO, 2006).

Interessa, em outra oportunidade, abordar propostas e hipóteses em que estamos trabalhando, como forma de incentivar o caráter colaborativo e cidadão da rede mundial dos computadores, como plataforma para a produção na Internet, bem como ampliação deste conteúdo para meios impressos e audiovisuais nos formatos acessíveis que abordamos anteriormente.

6. REFERÊNCIAS

LEVY, P. *A Inteligência Coletiva: por uma Antropologia do Ciberespaço*. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2000. 212 p.

LIMA, P.; SELAIMEN, G.B. Desafios para a inclusão digital no terceiro setor. IN: SILVEIRA, S.A., CASSINO, J. (org). *Software Livre e Inclusão Digital*. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003.



LIMA, V.A. *Mídia: teoria e política*. 2a ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001 e 2004.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

WOLTON, D. *Internet, e depois? Um teoria crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Sulina, 2003.