



Transformações das Práticas Jornalísticas no Ciberespaço: Percepções sobre o uso da internet na rotina produtiva do Jornal O Dia (Teresina-PI)¹

Francisco Wilk Santos Leal Marques²

Franceane Maria Silva Sousa³

Anne Carolinne Brandão Riedel⁴

Ana Kelma Cunha Gallas⁵

Faculdade Santo Agostinho, Teresina (PI)

RESUMO

O ciberespaço, definido como o meio em que é possível estabelecer contatos à distância, é também o espaço onde o jornalista vai fazer uso de diversas ferramentas para implementar sua prática profissional. Por meio de complexos mecanismos não-lineares, o homem agora procura comunicar-se com outros, sem as barreiras convencionais do espaço-tempo. Esse novo imperativo tecnológico influencia drasticamente as formas de produção e acesso aos conteúdos, as rotinas produtivas dos jornalistas e a lógica das empresas de comunicação e do mercado, implicando em novas formas de distribuição da informação, e da relação entre os sujeitos e a realidade. Assim, a insurgência do ciberespaço ampliou as possibilidades produtivas, mas estabelece um desafio: superar as formas tradicionais de produção e consumo de conteúdos. Este estudo toma como base uma pesquisa de caráter exploratório realizada com profissionais que atuam no Jornal O Dia, um dos principais meios impressos de Teresina (PI), em que se investiga como os jornalistas desse veículo operacionalizam os recursos disponibilizados pela internet na sua rotina produtiva.

Palavras-Chave: Internet; Ciberespaço; Jornalismo; Rotina Produtiva.

Um olhar sobre o Ciberespaço

O ciberespaço⁶ tem provocado uma mudança significativa no *modus operandi* dos jornalistas. Compreendido como o ambiente de comunicação, relacionamento e interatividade, em que os sujeitos não estão necessariamente presentes ou corporificados, o ciberespaço é uma dimensão virtual por excelência, em que a comunicação ocorre em vários sentidos e rotas, mediada pela tecnologia, evidenciando forte tendência à heterogeneidade e a desterritorialização.

Embora o termo “Ciberespaço” tenha sido introduzido na literatura de Ficção Científica pelo escritor *cyberpunk* William Gibson, autor de *Neuromancer*⁷, foi o filósofo francês Pierre Levy quem o conectou de forma mais consistente às experiências vivenciadas a partir da emergência da *Web*. Levy define o ciberespaço como “o espaço

¹ Trabalho apresentado na VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade Santo Agostinho.

³ Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade Santo Agostinho.

⁴ Estudante do 5º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade Santo Agostinho.

⁵ Professora Orientadora do trabalho. É mestranda do curso de Antropologia e Arqueologia da Universidade Federal do Piauí. Desde 2001 é professora titular do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade Santo Agostinho.

⁶ Usa-se neste trabalho o sentido empregado por Pierre Levy ao Ciberespaço, o de uma rede digital que conecta tudo a todos.

⁷ No livro, Ciberespaço designa o conflito mundial entre multinacionais que competem entre si pelo controle econômico e político. Nesse embate, as fortalezas de informações secretas são exploradas por espíões que tem a capacidade de penetrar nesse oceano de dados e viver, ali, todos os tipos de aventuras.



de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (1999, p.92). A definição, hoje, parece um pouco limitada, dada às constantes transformações a que o meio virtual está sujeito, porém, Levy introduziu considerações relevantes a respeito do caráter fluido e interativo que vem a caracterizar o ciberespaço. Para ele, “esse novo meio tem a vocação de colocar em sinergia e interfacear todos os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação” (LEVY, 1999, p.93). Assim, uma das características do ciberespaço, suscitadas por Levy, é a conectividade e a possibilidade de acessar à distância, os diversos recursos disponíveis na memória de um computador, o que permite, ainda, a criação, a manipulação, a transferência (*upload*) e descarregamento de arquivos (*download*).

O movimento das infovias não apenas diminui distâncias, mas, literalmente, acaba com o conceito de espaço-tempo, de transmissão de dados via átomos, da exigência física dos sujeitos para que ocorra a comunicação. A busca pelo fim das distâncias não se materializou apenas com a Internet: vem sendo perseguida desde a invenção do telégrafo (1835) e, posteriormente, do telefone (1870)⁸, e do rádio (1896). E é fato que a mudança tecnológica transformou, em grande parte, o modo de vida das pessoas, alterando, sobretudo, os conceitos de soberania e fronteiras nacionais, os padrões de comércio internacional e, ainda, as formas de trabalhar (CAIRNCROSS, 2000, P.19).

A internet, nascida da pesquisa acadêmica financiada pelo Estado norte-americano com fins militares, reconfigurou, juntamente com os computadores, a forma de se fazer comunicação: “Ela combina o extraordinário poder do computador de processar e armazenar inúmeras informações a baixo custo com a capacidade da rede telefônica de atingir milhares de pessoas ao redor do mundo (CAIRNCROSS, 2000, p.131). A infra-estrutura formada por milhares de sub-redes da internet cresce tão rapidamente que os dados a respeito do número de usuários e de computadores conectados são sistematicamente desatualizados. “Na verdade, os dados sobre o crescimento da rede não são fáceis de computar, pois ela tem uma estrutura descentralizada, de maneira que as partes têm desenvolvimentos independentes” (FRANCO, 1997, p.37).

⁸ Considera-se, aqui, a data da venda da patente do telefone do inventor italiano Meucci a Graham Bell.



O crescimento espantoso da internet é acompanhado de perto pela organização *Internet World Stats*⁹, que estimava, em junho de 2010, a existência de 1, 96 bilhão de pessoas com acesso à Internet, o que representaria 28,7% da população mundial. Segundo a pesquisa, a maior parte dos usuários está na Europa, onde existem quase 476 milhões de usuários conectados; em seguida, estão os Estados Unidos, com cerca de 267 milhões de usuários. A América Latina detinha cerca de 205 milhões de usuários no período. Já o Brasil está em crescimento exponencial. Em 2008, o Brasil ocupava a quinta colocação mundial em acessos à Internet, com um espantoso salto em relação a 2003, quando eram apenas 19 milhões de usuários. Em 2009, o país já ocupava a quinta posição no mercado de internet, com 50 milhões de brasileiros conectados, conforme o relatório da Organização das Nações Unidas (ONU), divulgado pela Agência Estado. Atualmente, segundo números do F/Nazca, de abril de 2010, o país possui 81,3 milhões de internautas, considerando usuários a partir de 12 anos, e 73,9 milhões de internautas, considerando os usuários a partir de 16 anos, de acordo com os dados do Ibope/Nielsen, de março de 2011. Mas, há uma pequena divergência em relação a estes dados. De acordo com a ComScore, disponibilizados pela Teleco¹⁰, em maio de 2010 existiam 73 milhões de usuários de Internet no Brasil.

Bilhões de pessoas conectadas no mundo e um tráfego frenético de dados sendo trocados ininterruptamente. A internet é vista como resultante de um desenvolvimento científico e tecnológico, capaz de transformar a vida como a entendemos, especialmente, porque modifica profundamente as relações de força que mantém a atual organização política, econômica e social no mundo. Uma de suas características fascinantes é que, ao contrário da telefonia, a Internet é uma rede global de computadores cujo domínio é público, sem um comando central ou controle de uma só empresa. E por se constituir nesse conglomerado formado por milhões de computadores interligados pelo protocolo TCP/IP, que ocorrem a sua principal diferença em relação aos demais *medias*, conforme lembram Briggs e Burke: “o ciberespaço, diferente da televisão, mas parecido com leitura sem censura, não é guardada por porteiros” (2002, p.325).

Levy (1999), entretanto, foge da idealização desse espaço virtual, considerando que, se o devir do ciberespaço não foi simplesmente controlado, é porque, na maior parte do tempo, diversos atores, diversos projetos, diversas interpretações estavam em

⁹ Disponível em <<<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>>, acesso em 23/04/2010.

¹⁰ Conforme dados do Teleco, disponível em <<<http://www.teleco.com.br/internet.asp>>>, acesso em 23/04/2011.



conflito. Para ele, o ciberespaço foi (e ainda é) objeto de disputas acirradas entre projetos e interesses privados:

Para alguns, seus inventores e primeiros promotores, a rede é um espaço livre de comunicação interativa e comunitário, um instrumento mundial da inteligência coletiva. Para outros, como Bill Gates, presidente da Microsoft, o ciberespaço deve tornar-se um imenso mercado planetário e transparente de bens e serviços. Esse projeto objetiva o advento do “verdadeiro liberalismo”, tal qual foi imaginado pelos pais da economia política, já que exploraria a possibilidade técnica de suprimir os intermediários e de tornar a informação sobre os produtos e os preços quase perfeita para o conjunto dos atores do mercado, produtores e consumidores (LEVY, 1999, p.201)

Para Levy (1999), há também um embate em andamento em relação às representações da Internet por parte, especialmente, das chamadas mídias clássicas (rádios, jornais e Tvs). Essas representações, de caráter negativo e angustiante, apresentam o ciberespaço como o lugar em que vão surgir, crescer e disseminar as redes de pornografia, pedofilia, das organizações criminosas e seitas extremistas. Isso ocorre, segundo o autor, porque o ciberespaço é justamente uma alternativa para as mídias clássicas, cujas produções são destinadas às massas, mas com a diferença é que nesse ambiente mediado, a comunicação não é apenas unilateral: ela permite que os usuários encontrem as informações que lhes interessam, mas que também difundam seus pontos de vista. “O ciberespaço encoraja um troca recíproca e comunitária, enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros” (LEVY, 1999, p.203),

Wilson Dizard Jr. (2000) também vai destacar, em seu estudo, as forças políticas, sociais, econômicas e tecnológicas envolvidas no atual contexto das comunicações. Ele provoca uma reflexão sobre o embate que se estabelece entre as chamadas velhas mídias (jornais, revistas, livros, TV e rádio) e as novas mídias, constituídas por meios digitais como a Internet e os livros eletrônicos. Esse atual contexto, segundo ele, é marcado pela convergência das mídias, em que, sob o efeito dos computadores e da digitalização, todas as formas e instrumentos de mídia se reúnem. Dizard Jr. escreve em uma época em que a Internet tinha há pouco tempo se distanciado da função de disponibilizar informações impressas e alguns gráficos:

Agora, a internet está rapidamente se tornando parte do padrão digital multimídia, modificando as formas que as companhias de mídia clássica utilizam para criar e comercializar seus produtos. Pela primeira vez, elas enfrentam a perspectiva de competição com outras companhias que normalmente não estão associadas ao setor de mídia (DIZARD JR., 2000, p.70).



Um dos impactos dessa forma de criar e difundir produtos e serviços por meio da internet é a quebra de muitos paradigmas. “A informatização de sistemas tradicionais de comunicação, como o correio, levou a novas formas de utilização que antes eram impensáveis” (FRANCO, 1997, p.39). Uma das variações dessa nova perspectiva é o correio eletrônico, que transformou o gênero carta em uma variante digital, o *email*. A possibilidade de compartilhar conhecimento de forma coletiva entre múltiplos usuários conectados em rede, propiciou a difusão do conceito de “grupos de discussão” (fóruns), mediada por um programa chamado “servidor de listas”. Tecnologias como o bate-papo (*chat*), implementadas com som e imagem, colocaram em cheque as formas tradicionais de comunicação à distância, antes só possíveis intermediadas pela telefonia.

A este respeito, Lévy narra o lançamento do projeto das infovias que provocou grande alvoroço nos Estados Unidos no final da década de 1990:

Dados, textos, imagens, sons, mensagens de todos os tipos são digitalizados e, cada vez mais diretamente produzidos sob forma digital. Aplicando-se a essas mensagens, os instrumentos de tratamento automático da informação se banalizam no conjunto dos setores da atividade humana. O estabelecimento de conexão telefônica entre terminais e memórias informatizadas e a extensão das redes digitais de transmissão ampliam, a cada dia, um ciberespaço mundial no qual todo elemento de informação encontra-se em contato virtual com todos e com cada um (LÉVY, 1998, p.11)

As facilidades de distribuição de informação por meio dos correios eletrônicos ou por meio de *homepages* também contribuíram para que consolidar o conceito da internet como “território livre” e sem censura. Além de *homepages* abordando os mais variados assuntos, também proliferaram inúmeros jornais eletrônicos e revistas acadêmicas digitais, enviados periodicamente aos usuários cadastrados. Nos anos 2000, toda importante publicação jornalística possuía uma versão da revista ou jornal na internet, com conteúdo aberto a todos os usuários ou restrito somente aos assinantes. “Os anos 90 marcam o início da separação entre a mídia escrita e o papel. Hoje o leitor tem a sua disposição uma duplicata digital dos grandes jornais disponíveis no Ciberespaço” (FRANCO, 1997, p.47).

Muitas mudanças significativas ocorreram na rotina dos profissionais da comunicação provocadas pelos avanços tecnológicos, especialmente, a partir da segunda metade do século XX. Uma dessas mudanças diz respeito ao uso dos dispositivos móveis, que surgiram com potenciais ferramentas de trabalho para os jornalistas, favorecendo o trabalho à distância. Também contribuíram de forma relevante para a pesquisa, apuração e construção da notícia.



Antes de examinarmos que características assumiram na década de 80 os meios de produção de que podem se valer os jornalistas é necessário tomarmos consciência de como foi se modificando o contexto tecnológico sobre o qual se fundamentam essas mudanças. Na verdade, é a evolução da tecnologia de base que está determinando profundas modificações, de um lado nos instrumentos utilizados no interior das empresas editoras, de outro nas atitudes e nas expectativas do ambiente social a quem são destinados aqueles produtos editoriais (GIOVANINNI, 2006, p.288)

Os dispositivos também possibilitaram a alteração da relação entre o jornalista, produtor de conteúdos a serem consumidos, e o usuário, consumidor de tais produções. No novo contexto informacional, gradativamente deixam de prevalecer os paradigmas que dizem respeito a uma possível hegemonia comunicacional, em que se mantém o modelo de comunicação unilateral, autoritário e excludente. Nesse novo contexto comunicacional, emergem novos sujeitos, constituem-se novas formas de construção e acesso à informação, ampliam-se os cenários de conhecimento, em que atuam novos poderes, novas tramas culturais e sociais, novas formas de negociações políticas e novos processos de mediação.

Nesse contexto, desempenham as chamadas Redes Sociais desempenham um importante papel porque renovam o sentido de pertencer a uma comunidade, de participar de uma ordem social, cultural e política, e de, enfim, influir sobre outros sujeitos. Tais relacionamentos nem sempre são consistentes, uma vez que o ambiente do ciberespaço é caracterizado pela virtualidade, pelo simulacro e com forte tendência à rápida obsolescência. Porém, contraditoriamente, em tal ambiente também se produzem movimentos de grande impacto sobre o mundo real, em que as formas tradicionais de se pensar, de agir e de produzir conhecimento são transformadas. Os vínculos societários estabelecidos nesse ambiente também são, em grande parte, tão fortes quanto podem ser volúveis. De tais contradições e paradoxos, emergem promessas e desafios, inovações e resistências.

No campo do Jornalismo, grande parte das transformações tem relação com a especificidade do ciberespaço no que diz respeito ao sistema de produção, aos procedimentos usados para a investigação dos fatos e o acesso às fontes, bem como à disseminação das informações a um público indistinto e cada vez maior.



Percepção dos profissionais que atuam no Jornal O Dia de Teresina (PI) acerca das mudanças ocorridas na sua práxis

Para entender esse novo contexto de mediações, da complexidade das relações entre os sujeitos da comunicação, busca-se apresentar, nesse trabalho, as percepções dos profissionais que atuam nos meios impressos de Teresina (PI) acerca das transformações ocorridas nas práticas jornalísticas em decorrência do ciberespaço.

Consideram-se sujeitos da pesquisa, 14 profissionais que atuam no jornal O Dia, o mais antigo jornal impresso de Teresina (PI), responsável pela impressão de cerca de 10 mil jornais diariamente. A coleta de dados para a análise ocorreu entre os dias 28 de abril a 07 de maio de 2011, tendo sido selecionados os sujeitos da pesquisa aleatoriamente entre os editores, os repórteres e os fotojornalistas dos três meios pesquisados.

Objetiva-se entender, por meio da análise das respostas transformadas em dados estatísticos, como a internet e o ciberespaço, como o ambiente mediado, em que a comunicação não é apenas unilateral, transformaram a rotina produtiva dos jornalistas. Investigam-se, especialmente, as percepções acerca do uso da internet no desempenho do trabalho, bem como de todos os dispositivos móveis, averiguando, também, se ocorre um maior relacionamento entre jornalista, fonte e usuário da informação, favorecendo a superação da comunicação unidirecional.

Optou-se nesta pesquisa pelos profissionais que trabalham no jornal impresso, por estes estarem mais próximos da lógica produtiva tradicional, em que o “fazer jornalístico” visa à sedimentação do conhecimento em um meio físico. No caso do jornal, meio físico e suporte desse conhecimento é o papel. Mesmo considerando que a veiculação da informação se dá nesse meio físico, a produção desse conhecimento é mediada por diversos tipos de TICs que marcam presença na rotina produtiva das redações, desde facilitando o acesso às fontes ao tratamento da imagem que ilustrará a informação jornalística.

O Jornal O Dia foi escolhido para esta pesquisa, especificamente, por ser o mais antigo veículo impresso do Estado. Ele foi fundado em 1951 e apesar das periódicas crises financeiras enfrentadas no decorrer da década de 1990, permanece como um dos meios de prestígio no contexto da comunicação no estado do Piauí. Um dos marcos associados ao jornal é ter sido pioneiro na informatização de sua redação, no início da década de 1990. O jornal manteve sua liderança, entre os demais veículos impressos



piauienses até 1995, quando passou a ocupar o segundo lugar entre os jornais mais vendidos no estado do Piauí.

A redação desse jornal é constituída por uma pequena maioria masculina: 57,14% dos profissionais que atuam na redação são homens. A faixa etária predominante é de jovens de 22 a 26 anos (42,85%), seguida da faixa ocupada por profissionais com idade de 26 a 34 anos (28,57%). A grande maioria dos profissionais desse veículo impresso é casada (42,85%). Em relação à formação, grande parte dos jornalistas da redação possui o curso superior completo (35,71%), em oposição àqueles que ainda estão com a graduação em andamento (21,42%). Os profissionais, de modo geral, trabalham cinco horas diárias (71,42%). Uma minoria (21,42%) trabalha de seis a oito horas diariamente.

Os profissionais desse jornal demonstram ter grande interesse em experimentar novas tecnologias (71,42%). A maioria (85,71%) possui computador pessoal, que é usado tanto para assuntos pessoais como para o trabalho (92,85%). Além do computador, também fazem uso do notebook (71,42%). Os profissionais também destacam o uso de máquinas fotográficas digitais e de celulares com recursos multimídia ou *smartphones*¹¹ na sua rotina profissional.

Conforme Traquina (2005), o processo de produção da notícia resulta da cultura profissional, dos processos produtivos, dos critérios de noticiabilidade e dos valores-notícia, assim como do domínio dos códigos e das regras particulares do campo da comunicação. Os dispositivos eletrônicos ou digitais, usados costumeiramente pelos jornalistas, são considerados ferramentas essenciais ao desempenho profissional, assim como o uso da internet. Conforme Nilson Lage explica: a internet, que entrou em cena desde a década de 1990, era, a princípio, lenta, seletiva e adequada apenas a comunicação entre pessoas, ponto a ponto. “Quem poderia imaginar a rapidez com que evoluiu? Hoje-e mais ainda amanhã - permitirá ter toda informação disponível em texto, som, imagem fixa em movimento” (LAGE, 2005, p.6).

Hoje, na redação do Jornal O Dia, a internet do tipo banda larga, é generalizado, porém, há distinções a fazer sobre os objetivos almejados: 50% dos profissionais admitem que o uso da internet é servir, além dos interesses profissionais, também ao lazer e atividades acadêmicas; 35,71%, somente para atividades profissionais e entretenimento. Uma pequena parcela, 14,28% admite que fica conectada o tempo

¹¹ *Smartphone* é um telefone celular com funcionalidades avançadas que podem ser estendidas por meio de programas executados no seu sistema operacional.



inteiro, no ambiente de trabalho e fora dele, o que reforça a idéia de que ocorre uma crescente virtualização das atividades profissionais. Tal virtualização afeta não apenas a natureza da informação e a forma como os profissionais as produzem, mas, sobretudo, o comportamento dos usuários. Antes meros destinatários de tais produções, os usuários estão cada vez menos passivos no papel de consumidores, assumindo, cada vez mais, o papel de sujeitos na comunicação, contribuindo ativamente no processo.

Entre as ações mais usuais dos jornalistas na rede, além das atividades profissionais costumeiras e que implicam no uso da conectividade, está o acesso ao correio eletrônico (64,28%), buscar entretenimento e lazer (50%); a atualização de páginas próprias, como blogs (42,85%) e a realização de pesquisas de interesse pessoal (42,85%). A frequência com que esses profissionais acessam a internet é diária, mas o número específico de conexão varia. A maior parte dos jornalistas fica conectada o correspondente de horas em que está trabalhando na redação, de 6 a 10 horas diárias (35,71%) ou até mais de 10 horas diárias (28,57%). Os profissionais divergem quanto ao uso dos dados obtidos por meio da internet em sua produção. 42,85% admitem que usam esses dados de forma constante na elaboração de seu próprio material; 35,71% afirmam que usam tais dados, mas de forma moderada.

O uso de informações obtidas na internet sem citar a fonte também é admitido por 28,57% dos jornalistas, embora admitam não ser um hábito frequente. 35,71% afirmam que não costumam usar dados sem citar a fonte e outros 35,71% confirmam essa prática, mas de forma moderada. Apesar do reconhecimento das questões éticas envolvendo o uso de informações extraídas da internet sem o devido crédito, a prática se encontra disseminada entre os jornalistas de O Dia: 64,28% admitem ter o conhecimento de que existem restrições relacionadas ao direito do autor, mesmo quando um texto ou imagem não tem a autoria devidamente identificada. Porém, 28,57% admitem que, apesar de entender essas restrições, nem sempre seguem o procedimento mais ético em relação a esse assunto. 7,14% usam informações extraídas da internet sem citar a fonte sem considerar isso um problema ético.

Tal comportamento parece ser, em certa medida, o reflexo de um processo de formação profissional baseado no modelo tradicional, em que o conhecimento não é produzido de forma compartilhada: se dá de forma unilateral e autoritária, pouco afeito ao ideal de autonomia. A reprodução de tal modelo, no ambiente virtual, é marcada pela cópia e não pela produção de conhecimento autêntico. O comportamento profissional marcado pelo descompromisso ético contrapõe-se à concepção de Pierre Lévy sobre a



constituição da inteligência coletiva, que tem no ciberespaço o seu suporte (1999, p.29). Para ele, trata-se de “uma inteligência distribuída por toda a parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (1998, p.28). Usando esses parâmetros, a prática jornalística mobilizada e comprometida teria capacidade de, não apenas produzir algo novo, mas de trocar idéias e compartilhar informações e interesses comuns.

A grande maioria dos jornalistas de O Dia (71,42%) considera a internet essencial como ferramenta para construção de matérias jornalísticas, especialmente, no acesso às fontes privilegiadas e documentais. 42,85% dos profissionais consideram que a internet é uma ferramenta importante para a produção jornalística, porque dá acesso a informações diversificadas em menos tempo.

O uso de comunicadores instantâneos como ferramenta profissional é observada no Jornal O Dia. Os mais populares entre os jornalistas são o *MSN Messenger*, o *Windows Live* e o *Google Talk*. Os jornalistas também usam as redes sociais com frequência. As mais usadas são o *Orkut* e o *Facebook*, que dividem as preferências dos profissionais de O Dia. Observa-se que, no âmbito do ciberespaço, as tecnologias são essencialmente usadas como instrumentos de mediação, possibilitando que se alcance um objetivo almejado. Em todos os casos, essas ferramentas cumprem o papel de superar ou ampliar os limites físicos dos sujeitos. Os dispositivos de conexão e interatividade são instrumentos que permitem que os sujeitos busquem dados em locais distantes, se comuniquem com pessoas em diferentes locais geográficos, e, ainda, que projetem sua inteligência ou o corpo à distância.

Um dos principais efeitos desse contexto midiático – marcado pela extrema conectividade - é a transformação da noção de “estar junto”, uma vez que a comunicação pode ocorrer de forma síncrona, mas sem a necessidade da presença física dos sujeitos. O uso de ferramentas comunicacionais também amplia as modalidades de relacionamento entre jornalista-fonte, assim como em relação às pesquisas de dados, possibilita a transcendência das noções de espaço físico, real e geográfico. É possível acessar bancos de dados remotos, bibliotecas virtuais, documentos disponibilizados em arquivos digitais restritos, como relatórios e dossiês. Esse mecanismo também permite o acesso a dicionários, enciclopédias, almanaques e glossários.

Considerações finais



Em relação aos resultados desta pesquisa realizada entre os profissionais do Jornal O Dia, de Teresina (PI), cumpre observar que apesar do uso de diversos dispositivos de conexão, de conexões mediadas pelas tecnologias, a prática jornalística ainda mantém a sua práxis habitual, seguindo quase todas as etapas do processo tradicional de produção de conteúdos jornalísticos. O ciberespaço ainda é um conceito a ser explorado em todas as suas possibilidades. No caso do Jornal O Dia, isso diz respeito especificamente a relação jornalista-fonte. Há poucas iniciativas para estimular a participação efetiva do usuário no processo produtivo, limitando-se a links para comentários, endereços eletrônicos para remeter informações ou dar sugestões de pauta. Não há um projeto editorial destinado a estreitar as fronteiras entre quem produz e quem consome informação.

As ferramentas tecnológicas e, especialmente, a internet, não têm sido usadas para transformar a prática profissional em profundidade: os jornalistas de O Dia repetem certos vícios incorporados ao longo da formação acadêmica e na prática profissional dentro do contexto do ciberespaço. Falta de clareza também sobre as conseqüências de usar informações obtidas por meio dos mecanismos de busca no material produzido, sem a devida identificação da fonte consultada. Tais comportamentos empobrecem a prática profissional e dificultam a ocorrência de mudanças tanto no perfil do profissional como na forma de se fazer jornalismo usando as ferramentas eletrônicas e digitais.

Exalta-se o uso da internet como essencial ao exercício profissional, mas o seu uso equivocado não contribui para transformar essa prática em algo melhor, diferenciado; também não se refletem sobre as possibilidades de seu uso, o que poderia representar para a consolidação de um modelo mais colaborativo entre jornalistas e usuários das informações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAIRNCROSS, F. **O fim das distâncias**: como a revolução nas comunicações transformará nossas vidas. São Paulo: Nobel, 2000.

BRIGGS, A. & BURKE, P. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004

DIZARD JR., W. **A nova mídia**: a comunicação de massa da era da informação. Trad. Edmond Jorge. 2ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2000.



FRANCO, M.A. **Ensaio sobre as tecnologias digitais da inteligência**. Campinas (SP): Papyrus, 1997.

GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução na comunicação**: Do sílex ao cílio. RJ, Nova Fronteira, 1987.

G1. Brasil ocupa quinta posição em mercado de celulares e internet, diz ONU. <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1352191-6174,00.html>>>, acesso 23/04/2011.

INTERNET WORLD STATS. Internet Usage Statistics: the Internet Big Picture, World Internet Users and Population Stats. Disponível em <<<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>>, acesso em 23/04/2011.

INFO ONLINE. Brasil tem 73,9 milhões de internautas. Disponível: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/brasil-atinge-73-9-milhoes-de-internautas-18032011-32.shl>>> , acesso 23/04/2011.

Jornal O Dia. **Edição Comemorativa de 59 Anos**. Teresina, 2010.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. Edições Loyola, 1998.

_____. **As tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.

_____. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

KOCH, Tom. **Journalism for the 21 st Century**. Online information, electronic databases and the news. West point: Praeger. 1991.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.