



De *Gatekeeper* a Cartógrafo da Informação: a reconfiguração do papel do jornalista na *web*¹

Fernanda Abras²
Pedro Penido³

Universidade Fumec

Resumo

A expansão da Internet afetou as relações sociais e, conseqüentemente, os processos comunicacionais. Hoje, esta é uma mídia com fazer jornalístico específico: o webjornalismo. As características hipermidiáticas da rede, aliadas ao seu caráter descentralizado, proporcionam à audiência a possibilidade de publicar conteúdo e colaborar na produção jornalística, o que vem afetando marcos teóricos tradicionais da comunicação, como os processos de *gatekeeping* e *agenda-setting*. O papel do jornalista vem se reconfigurando à medida que os recursos oferecidos pela *web* são utilizados a contento. Atribuições clássicas do profissional, como *gatekeeper* e *agenda-setter*, vêm cedendo espaço a uma nova forma de mediação: a cartografia da informação.

Palavras-chave

Ciberespaço; webjornalismo; jornalismo colaborativo; hipermídia.

O Ciberespaço

Para compreender de que forma se dão as modificações na prática jornalística a serem explicitadas neste trabalho, é necessário melhor dimensionar o ambiente informacional onde essas mudanças acontecem: o ciberespaço. Esse termo – do inglês *cyberspace* – foi criado por William Gibson, no seu livro *Neuromancer*, de 1984. Para Gibson, *apud* Lemos⁴, o ciberespaço é uma “alucinação consensual”, “um espaço não físico ou territorial, que se compõe de um conjunto de redes de computadores através das quais todas as informações (sob as suas mais diversas formas) circulam”.

Desde então, essa definição de Gibson foi se transformando. Com a rápida expansão das redes de computadores, o termo ciberespaço tornou-se senso comum e vem sendo usado erroneamente como sinônimo para Internet – que representa o suporte midiático. De fato, a “rede das redes” é a faceta mais aparente do ciberespaço, mas a

¹ Trabalho apresentado ao GT Jornalismo, do XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste.

² Fernanda Abras é graduada em jornalismo pela Universidade Fumec e atualmente faz substituição na TV Assembléia de Minas Gerais como produtora. Atua ainda como jornalista *freelancer* na produção de *house organs* e na concepção de *sites*.

³ Pedro Penido é graduado em Jornalismo pela Universidade Fumec e pós-graduado em Imagens e Culturas Midiáticas, na Universidade Federal de Minas Gerais. É pesquisador de temas que envolvem Jornalismo e Processos Comunicacionais na Internet.

⁴ Disponível em <http://www.futuro.eng.br/CIBER.html> Acesso em: 19/08/2006



Internet deve ser entendida como um dos componentes desse novo ambiente, que engloba:

as redes de computadores interligados no planeta (incluindo seus documentos, programas e dados); as pessoas, grupos e instituições que participam dessa interconectividade e, finalmente, o espaço (virtual, social, informacional, cultural e comunitário) que se desdobra das inter-relações homem-máquina (LEÃO, 2003:158).

O ciberespaço representa, portanto, uma fronteira entre o concreto – em que espaço e tempo são entidades físicas bem definidas – e o imaterial – em que a noção de espaço é perdida em função da noção de tempo real. Para Lemos, tal fato significa “a passagem da modernidade (onde o espaço é esculpido pelo tempo) à pós-modernidade (onde o tempo aniquila o espaço); de um social marcado pelo indivíduo autônomo e isolado ao coletivo tribal e digital”. Sendo assim, ao mesmo tempo em que o ciberespaço representa uma ruptura, uma fronteira entre o real e o virtual, revela-se também como um retorno às sociedades tribais, nas quais a sociabilidade era submetida à proximidade física. Só que, no caso do ciberespaço, de acordo com Vaz (2004:225), a proximidade é tecnológica, de todos com todos. “Eis o sonho: com a internet, enfim, a troca de mensagens assemelha-se a um diálogo ou ao que ocorre numa praça ou numa festa”.

Meios de Comunicação de Massa *versus* Meios de Comunicação Interativos

As Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (NTICs) causaram impacto aos modelos teóricos tradicionais, que relacionam os meios de comunicação ao nascimento das sociedades de massa no final do século XIX. A partir dos anos 1980, o surgimento de aparelhos e aparatos de transmissão rápida de informações, aliados à informática e às telecomunicações, propiciou o aparecimento de meios não necessariamente considerados como massivos.

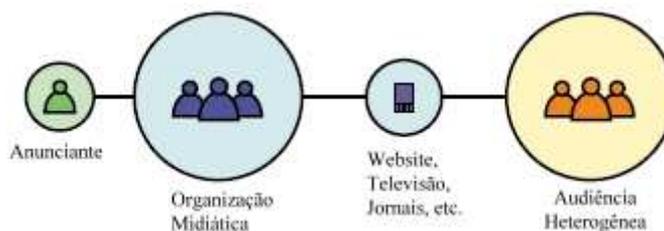
Catalisados pela multimídia e hipermídia, computadores e redes de comunicação passam assim por uma revolução acelerada no seio da qual a Internet, rede mundial das redes conectadas, explodiu de maneira espontânea, caótica, superabundante (SANTAELLA, 2002:52).

A Internet nasceu em 1969 com a Arpanet, uma rede de computadores montada pela *Advanced Research Projects Agency* (ARPA)⁵ e operada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos. O objetivo era criar, no contexto da Guerra Fria, um sistema de interconexão entre centros de pesquisas militares e acadêmicos no território norte-americano que sobrevivesse a ataques nucleares. Caso um desses pontos fosse destruído, a comunicação entre os outros permaneceria intacta.

Assim, a finalidade pela qual foi criada explica o caráter descentralizado da rede, em que todos os nós são equivalentes e não existe um comando central. Essa arquitetura em forma de teia, com nós interligados e auto-suficientes, proporciona uma comunicação horizontal, distanciando a Internet dos meios de comunicação de massa – que tradicionalmente possuem um processo de comunicação vertical. Bowman & Willis⁶ chamam de *broadcast* (ou *top-down news*) e *intercast* (ou *bottom-up news*), respectivamente, os modos de atuação dos meios de comunicação de massa e dos meios de comunicação interativos.

O sistema *broadcast* diz respeito ao processo quase linear utilizado pelas organizações comunicacionais tradicionais (ver figura 1). São estruturas sólidas e inflexíveis, regidas de acordo com decisões centralizadas, disseminadas para os patamares inferiores com *feedback* mínimo ou nenhum. Ao gerenciar o processo comunicacional nesta estrutura, o sistema *broadcast* impõe uma rigidez que desumaniza as relações entre os agentes envolvidos nos processos de comunicação. Os chefes afastam-se dos editores, que se afastam dos repórteres, que se afastam de suas fontes e do leitor. As matérias perdem profundidade e tornam-se valores de mercado que impulsionam uma marca, a do jornal, TV ou rádio, na sociedade. Apesar de ser provada a eficiência do sistema *broadcast* no trato à informação e sua devida disseminação entre os setores da sociedade, esse sistema não é aplicável à comunicação interativa.

Figura 1 - Broadcast (ou top-down news)⁷



⁵ Agência do Departamento de Defesa Americano, hoje chamada *The Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA). <http://www.darpa.mil>

⁶ Disponível em http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf Acesso em: 19/08/2006

⁷ Disponível em http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf Acesso em 20/08/2006 [tradução nossa]

A segunda estratégia de publicação – *intercast* (ou *bottom-up news*) – possibilita a reunião de leitores, editores, redatores, especialistas, testemunhas, entrevistados e repórteres em um único espaço de informação (ver figura 2). O sistema *bottom-up news* cresce como seu próprio nome sugere: de baixo para cima, isto é, da base informativa, do universo de informações que engloba a sociedade, as instituições e seus agentes. Desde a discussão da pauta, até apuração e futuras correções, tudo pode ser feito nesses espaços que amalgamam as relações sociais. Ao fomentar a livre participação dos indivíduos na construção da mensagem, esse sistema privilegia a heterogeneidade de expressão e associação, à medida que encoraja o desempenho de diferentes papéis dentro de comunidades virtuais diversas.

Figura 2 - Intercast (ou bottom-up news)⁸



Além da estrutura descentralizada, é também o modo de atuação nessa nova mídia que lhe confere o caráter de meio interativo, como confirma Primo (2004:47): “a interação não deve ser vista como uma característica do meio, mas como um processo desenvolvido entre os interagentes⁹”. Assim, a comunicação gerada nesse novo meio vai contra o modelo de comunicação tradicional, que possui uma audiência de massa. Por isso, os marcos teóricos tradicionais, aplicados aos meios de comunicação de massa, tornam-se ineficientes para se avaliar a prática jornalística na rede.

Um novo paradigma, ainda em desenvolvimento, já é utilizado por alguns autores: o da interatividade. Apesar de estar presente com menos intensidade nos meios convencionais¹⁰, a noção de interatividade ganhou força com o advento da Internet e por isso vem recebendo variadas conceituações. Primo (2004:51) afirma que os diversos enfoques utilizados para o termo interatividade levam a um conceito elástico e

⁸ Disponível em http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf Acesso em 20/08/2006 [tradução nossa]

⁹ Interagentes são os indivíduos (jornalista, fonte, especialista, instituição, entusiasta, etc) envolvidos na construção de conteúdos nesse sistema de interlocução horizontal, sendo cada um deles um nó na rede.

¹⁰ Brecht já falava em interatividade na sua “Teoria do Rádio”, desenvolvida na década de 1930. Ele pensava que o rádio pudesse ser um instrumento não apenas de recepção, mas também de emissão de mensagens.



impreciso. O autor utiliza o conceito de interação¹¹ para definir a relação estabelecida entre os agentes da comunicação no meio digital. Por se tratar de um atributo da comunicação interpessoal, esse conceito também é utilizado neste trabalho.

Estabelecem-se dois tipos de interação mediada por computador: reativa e mútua. A interação reativa pressupõe previsibilidade e automatização das trocas, ocorrendo quando existem opções de escolha pré-determinadas e condicionantes, como é caso de se apertar este ou aquele botão em um ambiente virtual. A interação mútua é imprevisível, pois cada ação dos participantes repercute na relação e no comportamento de todos os envolvidos, e esse relacionamento vai se definindo à medida que novas (inter)ações são realizadas. É à interação mútua que nos referimos ao falarmos de participação da audiência na construção de conteúdos.

O jornalismo na Internet

O jornalismo está presente na Internet desde que esta mídia começou a ser utilizada comercialmente, em meados da década de 1990. Durante esses anos, Silva Jr.¹² identificou três fases históricas distintas no desenvolvimento das publicações jornalísticas nesse meio: transpositiva, perceptiva e hipermidiática.

Na fase transpositiva, os produtos oferecidos eram, em sua maioria, reproduções de parte dos conteúdos das publicações impressas, não apresentando diferenças na estrutura das matérias. A Internet era usada apenas como vitrine das empresas midiáticas. A fase perceptiva caracteriza-se pela incorporação de alguns recursos oferecidos pela Internet. Os produtos, mesmo ainda atrelados ao modelo da mídia impressa, começam a explorar algumas ferramentas, na sua maioria, de interação reativa. A memória começa a ser explorada, disponibilizando-se acervos de publicações anteriores. A terceira fase é marcada pelo uso efetivo das potencialidades hipermidiáticas oferecidas pela rede. Isso significa que as publicações típicas dessa fase não somente exploram as possibilidades que a Internet oferece, mas também possuem um *modus operandi* específico para a hipermídia.

O termo hipermídia é comumente entendido como a somatória entre propriedades do hipertexto – documentos textuais interligados por *links*, permitindo a consulta de forma não seqüencial – e da multimídia – sons, vídeos, animações, gráficos.

¹¹ Primo destaca que, segundo os estudos em lingüística histórica de Starobinsky, a palavra “interação” não possui antecedentes na língua latina clássica, e deriva do verbo inglês *to interact*, que significa agir reciprocamente, de acordo com o Oxford English Dictionary, de 1839.

¹² Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/junior-jose-afonso-interfaces-mediadoras.pdf Acesso em: 19/08/2006.



No entanto, Silva Jr. (2002) atenta para o fato de que tal entendimento é insuficiente, pois, além de a navegação na Internet ser ilimitada, os recursos multimídia dizem respeito apenas a formatos de mídia fechados, de forma que o interagente não tem condições de agregar conteúdo.

Hipermídia: é a modalidade surgida da convergência entre as características do hipertexto e da multimídia. Porém com navegação aberta, e capacidade, graças à digitalização, de ser disseminada em suportes e plataformas os mais distintos. Criando o que denominamos de estado de disseminação e disponibilização hipermidiática (SILVA JR.,2002:132).

Essa questão da disponibilização hipermidiática se relaciona diretamente com o que Wolton, *apud* Palácios (2003:21), estabelece como lógica de demanda – própria das NTICs, que funcionam por disponibilização e acesso, num esquema “todos-todos” –, diferentemente da lógica de oferta – característica dos meios de comunicação de massa, que trabalham com a emissão por meio do modelo “um-todos”. Silva Jr. (2002:132) conclui que, no meio interativo, “o conteúdo encontra-se disponível, e não mais depositado para ser descarregado de maneira massiva e não interacional”. Além disso, o conceito engloba também o modo de atuação nesse novo meio, como atesta Silva Jr. (2002:137): “a hipermídia aponta para a compreensão de todo um processo de mediação e tratamento instaurado no ciberespaço, onde as noções e especificidades desse ambiente estão presentes e condicionados à dinâmica dos conteúdos gerados”.

Ao analisarmos esse processo de mediação no ciberespaço, entendemos que as possibilidades hipermidiáticas representam uma ruptura com o modelo tradicional do fazer jornalístico, pois o fato de qualquer indivíduo conectado à rede poder acessar e publicar conteúdo aponta para uma situação, conforme atesta Hall *apud* Aroso, em que “os papéis que o jornalismo atribuiu a si mesmo em meados do século XIX, (...) como *gatekeeper*, *agenda-setter* e filtro noticioso, estão todos em risco quando as suas fontes primárias se tornaram acessíveis às audiências”. O autor acrescenta que o papel de *gatekeeper* passa, em sua maior parte, do jornalista para os leitores e vislumbra uma nova atribuição do jornalista nesse meio: “os jornalistas adicionaram a função de cartógrafo ao seu papel e, na biblioteca universal que é a Internet, também se tornaram autenticadores e desenhadores para aqueles que seguem os mapas que eles desenharam” (HALL *apud* AROSO). Vaz (2004:218) reforça essa idéia de reconfiguração do papel



do jornalista, ao afirmar que “a Internet coloca em crise um tipo de mediador, mas que necessariamente abre a possibilidade de outros”.

Torna-se necessário, portanto, compreender o funcionamento e a extensão desse novo fazer jornalístico, que atualmente é praticado em publicações pensadas exclusivamente para *web* – que pertencem ao que chamamos de webjornalismo –, mas não significa que as versões digitais de veículos tradicionais – que se enquadram no que denominamos de jornalismo *online* – não possam fazer uso dessa nova prática. No que diz respeito aos termos aqui utilizados (webjornalismo e jornalismo *online*), é importante dizer que diferentes nomenclaturas, além dessas, têm sido usadas para definir a prática jornalística na Internet, tais como ciberjornalismo, jornalismo digital, jornalismo eletrônico, jornalismo hipertextual, jornalismo multimídia. Canavilhas¹³ apresenta as definições que mais se aproximam daquelas propostas neste trabalho:

Com o aparecimento da internet verificou-se uma rápida migração dos mass media existentes para o novo meio sem que, no entanto, se tenha verificado qualquer alteração na linguagem. O chamado "*jornalismo online*" não é mais do que uma simples transposição dos velhos jornalisimos escrito, radiofônico e televisivo para um novo meio. Mas o jornalismo na web pode ser muito mais do que o actual jornalismo online[grifo nosso].

Complementamos a definição de Canavilhas com a possibilidade de participação daqueles que, na mídia de massa, eram chamados de receptores. Tal termo torna-se impróprio, pois “a Internet como meio de comunicação rompe com a distribuição hierárquica entre emissores e receptores ao possibilitar que cada nó possa produzir e distribuir mensagens” (VAZ, 2004:225). Sendo assim, as noções de produtor e consumidor de informação se amalgamam no interagente na *web*, gerando um novo conceito: o termo prosumidores (do inglês *prosumer*), cunhado pelo norte-americano Alvin Toffler¹⁴. A estratégia de interlocução na Internet, proporcionada pelo conceito de prosumidores, aponta para uma atenção redobrada em relação ao princípio básico do jornalismo, que é fomentar discussões e possibilitar diálogos, construindo a informação dentro da sociedade de forma a transformá-la.

O comunicador deixa, portanto, de figurar como intermediário – aquele que se instala na divisão social e [que], em vez de trabalhar para abolir as

¹³ Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf> Acesso em: 20/08/2006

¹⁴ Ver TOFFLER, Alvin. *A terceira onda*. 15ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1995. As três ondas a que Alvin Toffler se refere são o mundo agrícola, o mundo do industrialismo e, agora, o mundo da informação e da tecnologia.



barreiras que reforçam a exclusão, defende o seu ofício: uma comunicação na qual os emissores-criadores continuem sendo uma pequena elite e as maiorias continuem sendo meros receptores e espectadores resignados – para assumir o papel de mediador: aquele que torna explícita a relação entre a diferença cultural e desigualdade social, entre diferença e ocasião de domínio e a partir daí trabalha para fazer possível uma comunicação que diminua o espaço das exclusões ao aumentar mais o número de emissores e criadores do que o dos meros consumidores (MARTIN-BARBERO, 2004:69).

Para que o jornalista possa desempenhar adequadamente essa nova mediação, que leva em conta a participação dos prosumidores/interagentes, é necessário compreender que as especificidades do meio interacional transformam as relações sociais e, conseqüentemente, reconfiguram o espaço público. Tal espaço é definido por Wolton (2004:511) como o elemento simbólico “no qual se opõem e se respondem os discursos, na sua maioria contraditórios, dos agentes políticos, sociais, religiosos, culturais e intelectuais que constituem uma sociedade”. A definição de Wolton dialoga com a idealização do espaço público de Habermas (1984) que relata como esse ideal se declina com o surgimento dos meios de comunicação de massa, transformando os indivíduos em meros consumidores passivos, ou seja, retiram o caráter conflitante e inserem o consensual. As NTICs aparecem então como uma possibilidade de revitalização da esfera pública, à medida que possibilitam que os indivíduos sejam incorporados na produção de discursos diversos, contraditórios ou não.

No entanto, tal revitalização é condicionada pela mediação webjornalística, que impede que o fluxo contínuo e crescente de informações – resultado do aumento de agentes participativos – culmine num caos informacional. Além disso, o webjornalista aparece também como elemento de ligação entre os diferentes pontos de vista dos interagentes/prosumidores e das comunidades virtuais, reconhecendo, como aponta Rocha (2006)¹⁵, “tanto os pontos divergentes quanto os convergentes dos demais prosumidores no processo de interlocução, evidenciando mais uma atuação relacional do que consensual”.

O webjornalista transforma-se, então, no “cartógrafo da informação”¹⁶, um agente participativo que, por meio de processos de interlocução, deve selecionar,

¹⁵ ROCHA, Jorge. *O papel dos jornalistas nos processos interacionais do Participatory Journalism*. Artigo apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Brasília, Setembro 2006. Disponível em CD-Rom

¹⁶ Rocha (2006) conceitua cartografia da informação como “processo de organização de significados em uma rede inter-relacional comunicativa”. Ver ROCHA, Jorge. *O papel dos jornalistas nos processos interacionais do Participatory Journalism*. Artigo apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Brasília, Setembro 2006. Disponível em CD-Rom.



hierarquizar e classificar conteúdos, considerando que o ciberespaço é, por sua essência hipermidiática, ao mesmo tempo fonte de pesquisa, suporte, ferramenta e canal de disponibilização de conteúdos. O profissional, ao conceber sua matéria, pode navegar por variados bancos de dados para tomar conhecimento de determinado assunto, conseguir as fontes ou mesmo apurar a veracidade das informações enviadas por interagentes/prosumidores. Em seguida, pode acessar essas fontes (especialistas, pessoas interessadas ou próximas do fato, membros de listas de discussão e fóruns, etc.) por meio das ferramentas de interação presentes na Internet (*e-mail*, *e-groups*, *chats*, programas de mensagens instantâneas, programas de voz por IP). Na hora de produzir e disponibilizar a matéria, o webjornalista constrói um processo narrativo aberto, baseado na estrutura hipertextual, inserindo *links* para os diversos conteúdos que utilizou. Assim, ele sugere aos prosumidores várias possibilidades de navegação, de forma que o próprio interagente possa criar o seu percurso narrativo de acordo com seus interesses e, em alguns casos, interferir no conteúdo, que se torna uma construção infinita.

Com esse processo de construção da notícia, prioriza-se muito menos as fontes oficiais para privilegiar as fontes independentes. Atores políticos, que até então só apareciam na mídia quando envolvidos em algum fato inusitado, passaram a ter espaço na Internet e a figurar como fontes difusoras não menos importantes que as oficiais, pois o webjornalismo concede a todos os interagentes/prosumidores (indivíduos ou instituições) o caráter de fonte potencial, tirando do jornalista a exclusividade de escolher o que irá figurar no espaço público constituinte da *web*.

Do Pensamento Massivo à Perspectiva Sistêmico-Relacional

As hipóteses do *Newsmaking* e da *Agenda-setting* se desenvolvem no seio da pesquisa norte-americana (*Mass Communication Research*) – que surge com a difusão dos meios de comunicação de massa – e são estudos focados, respectivamente, na emissão e na recepção das mensagens. O *Newsmaking* diz respeito à produção das notícias e é nesse âmbito que se encontram os estudos relativos ao processo de seleção das informações, chamado de *gatekeeping*. Esse processo é condicionado por critérios de noticiabilidade, por fatores como espaço, tempo e captação de informações, mas, principalmente, por uma série de questões burocrático-organizacionais, levantadas pelas empresas de comunicação. Esses critérios, principalmente os organizacionais, aparecem como fortes limitações ao trabalho do jornalista. São apreendidos por um “processo de osmose”, no qual o jornalista é enquadrado em uma espécie de código de conduta



velado, passado por meio da experiência e do contato com membros mais antigos da organização. Portanto, o *gatekeeping* implica em uma distorção involuntária da informação, em consequência desses valores institucionais e das rotinas profissionais.

Se os estudos em torno do *Newsmaking* são realizados sob a perspectiva dos emissores, existe a contrapartida de todos esses fatores no âmbito da recepção, contemplada na hipótese da *Agenda-setting*, que segundo Shaw, *apud* Wolf (1995:130) dispõe que:

em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo.

Considerando essa influência que a mídia exerce sobre o público, a hipótese da *Agenda-setting* torna-se mais uma premissa no momento da seleção do que irá figurar na esfera pública. Sendo assim, *Newsmaking* e *Agenda-setting* podem ser entendidos como duas faces da mesma moeda, já que a inclusão e a exclusão realizadas pelos processos de *gatekeeping* é que definem o que as pessoas incluem e excluem na lista dos assuntos que devem priorizar.

Cartografia da Informação

Ao contrário das teorias tradicionais da comunicação, que estudam isoladamente os elementos envolvidos no processo comunicacional (emissor, receptor, mensagem, canal, etc.), importa-nos abordar o aspecto interacional entre os diversos prosumidores/interagentes, de forma a não nos determos às características individuais desses agentes. Interessa-nos investigar o que acontece entre os sujeitos, ou seja, analisar a comunicação no ciberespaço por meio de uma abordagem sistêmico-relacional (PRIMO, 2004:50).

Essa abordagem tem suas bases nos estudos de um conjunto de autores – antropólogos (Gregory Bateson, Erving Goffman, Edward T. Hall, Ray Birdwhistell) e psiquiatras (Jurgen Ruesch, Don D. Jackson, Paul Watzlawick, Albert E. Scheflen) – da Escola de Palo Alto. Tais estudos, realizados nas décadas de 1950 e 1960, ficaram conhecidos como “pragmática da comunicação” e são responsáveis por uma superação dos modelos lineares e transmissivos apresentados pelas teorias tradicionais da comunicação. Esses autores viam as questões relativas à comunicação humana numa



perspectiva “orquestral” (em que todos os elementos envolvidos na comunicação estão em interação, como as vozes e os instrumentos de uma orquestra), em detrimento dos modelos “telegráficos” tradicionais (em que uma mensagem é transmitida de um pólo a outro). Essa é uma perspectiva da comunicação interpessoal que se aplica às NTICs, pois os interagentes passaram a compartilhar o mesmo espaço (sem, no entanto, a necessidade da proximidade física), e todos possuem as mesmas condições de publicar conteúdo, desde que munidos do aparato técnico necessário.

Para os autores da Escola de Palo Alto, o conceito de comunicação é visto exatamente como essa interação, que por sua vez é tratada como um sistema. Watzlawick utiliza as propriedades da Teoria Geral dos Sistemas¹⁷ para proporcionar uma compreensão da natureza dos sistemas interacionais. É por meio desse raciocínio sistêmico que podemos compreender como se organizam as práticas jornalísticas colaborativas na Internet, nas quais os conteúdos gerados (e em constante modificação) são resultantes da intervenção dos diversos atores envolvidos na ação comunicativa. Dentro dessa perspectiva sistêmico-relacional, as propriedades dos sistemas abertos, citadas por Watzlawick (1967) ajudam a esclarecer o funcionamento do webjornalismo. A primeira propriedade, a globalidade, diz que “toda e qualquer parte de um sistema está relacionada de tal modo com as demais que uma mudança numa delas provocará uma mudança em todas as partes e no sistema total” (WATZLAWICK, 1962:112-114). A segunda propriedade é a retroalimentação (ou *feedback*), que significa um comportamento inter-relacional (ao invés de cadeias lineares de causa e efeito) que leva a uma mudança ao longo do tempo, de forma que os resultados influenciam as informações originais e assim por diante. A última propriedade diz respeito à equifinidade, que, segundo Watzlawick (1967:115), “significa que os mesmos resultados podem brotar de diferentes origens, porque a natureza da organização é que é definida”.

O ciberespaço funciona, portanto, como um sistema complexo, no qual a atuação jornalística está vinculada ao conceito de interlocução. Sendo assim, o processo comunicacional neste meio encontra-se em constante desenvolvimento, por meio de fluxos e processos de cunho não-linear. Compreender o papel do jornalista nesse espaço

¹⁷ A Teoria Geral dos Sistemas foi desenvolvida em 1936 pelo biólogo húngaro Ludwig von Bertalanffy. Sua idéia central é o desenvolvimento de uma teoria de caráter geral, que possa ser aplicada a fenômenos semelhantes que ocorrem em uma diversidade de campos específicos de conhecimento. Existem dois tipos de sistemas: fechados, que não têm qualquer relação com o respectivo ambiente, e abertos, que estabelecem uma inter-relação com o ambiente que o rodeia. Os sistemas sociais correspondem ao segundo tipo.



relacional requer o entendimento de que os processos informacionais em espaços relacionais são marcados por uma transição entre um pensamento massivo, passando por um pensamento interativo e culminando em um pensamento interacional. Isso significa que o tradicional conceito de *gatekeeping* é minimizado, cedendo espaço a uma nova práxis, a qual Rocha¹⁸ chama de “cartografia da informação” e diz respeito ao modo de atuação jornalística em redes comunicativas inter-relacionais.

A primeira geração de *sites* jornalísticos (fase transpositiva) é marcada por um modo de atuação ainda massivo, já que havia apenas a transposição do conteúdo dos veículos impressos para a *web*. Na segunda geração (fase perceptiva), começa-se a perceber o início do pensamento interativo: alguns elementos hipermidiáticos começam a ser utilizados, mas o padrão da produção de notícias ainda é o mesmo da edição impressa. Nessas duas primeiras fases do jornalismo na Internet, podemos notar então que é grande a presença do *gatekeeper*, ou seja, as hipóteses do *Newsmaking* e da *Agenda-setting* ainda se aplicam às publicações¹⁹. Importante destacar que atuais as versões digitais de veículos tradicionalmente massivos (que chamamos de jornalismo *online*) também são regidos pela lógica da comunicação de massa e, portanto, preservam os papéis clássicos atribuídos ao jornalista, assim como as relações viciadas entre as organizações jornalísticas e as fontes oficiais.

Na terceira geração do jornalismo na Internet (fase hipermidiática), o pensamento massivo é abandonado, dando lugar ao pensamento interacional. Por isso, os conceitos clássicos começam a ser questionados. Primo & Träsel usam o neologismo *gatewatching*, criado por Bruns, em oposição à noção de *gatekeeping* presente nos meios de comunicação de massa:

Devido à quantidade de informação circulando nas redes telemáticas, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que descartá-la. Não é mais preciso rejeitar notícias devido à falta de espaço, porque pode-se publicá-las todas. Nota-se um deslocamento da coleta de informação para a seleção da mesma. Assume-se um papel semelhante ao de um bibliotecário. É claro que alguém ainda precisa entrevistar as fontes e analisar dados, e a maioria dos profissionais que lidam com o webjornalismo acabam por assumir ambos os papéis. Este novo jornalista, que combina repórter e bibliotecário, é o *gatewatcher*. Do porteiro, passa-se ao vigia.²⁰

¹⁸ ROCHA, Jorge. *O papel dos jornalistas nos processos interacionais do Participatory Journalism*. Artigo apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Brasília, Setembro 2006. Disponível em CD-Rom.

¹⁹ Embora comecem a ser minimizadas na transição entre as etapas perceptiva e hipermidiática.

²⁰ PRIMO, Alex & TRÄSEL, Marcelo Ruschel. *Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias*. In: VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação, 2006. São Leopoldo: Anais, 2006. Disponível em <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf> Acesso em: 08/09/2006



Esse termo cunhado por Bruns ainda é insuficiente para abordar o novo tipo de mediação que o jornalista assume na *web*, em sua etapa hipermediática, na qual sistemas colaborativos, como Wikipédia²¹, nos mostram a emergência da interlocução. Considerando que “a própria estrutura hipertextual favorece a referência às fontes primárias da notícia, de modo que o repórter se vê livre da necessidade de condensar todos os dados em sua própria matéria” (PRIMO & TRÄSEL), à atribuição do jornalista como “vigia” soma-se o papel de “elemento de ligação entre comunidades virtuais informacionais, atuando em um processo de co-enunciação” (ROCHA, 2006).

Essa nova atribuição do jornalista – a cartografia da informação – encontra seu espaço nos *sites* jornalísticos de conteúdo colaborativo, que lidam com o conceito de “cidadão-repórter”²² e funcionam de maneira sistêmico-interacional. É esse processo típico das redes telemáticas que proporciona a subversão de práticas jornalísticas tradicionais, como o *Newsmaking* e a *Agenda-setting*. Ao colocar-se a audiência no mesmo nível do campo jornalístico, proporcionando-lhe a possibilidade de participar do processo de construção da notícia, retira-se do jornalista o monopólio do jogo informativo (e, por isso, o caráter de controle social da mídia Internet), tanto no que diz respeito à seleção dos temas (*gatekeeping*) quanto no que tange à produção. Como é o cidadão comum quem participa ativamente no processo produtivo, ele não se submete a imposições burocrático-organizacionais das empresas jornalísticas e nem precisa respeitar critérios rígidos de noticiabilidade.

No que diz respeito aos processos de agendamento, a própria lógica de funcionamento da Internet – que funciona por demanda, e não por oferta como os meios tradicionais – já proporciona um furo na *Agenda-setting*, já que os interagentes buscam a informação, ao invés de a informação ser despejada na audiência. Sendo assim, os temas discutidos na rede podem ser definidos pelo público, configurando um fluxo contrário ao movimento de *Agenda-setting* típico dos meios de comunicação de massa. Dessa forma, a influência das agendas político-governamentais na produção webjornalística também é minimizada, à medida que a informação é construída por pessoas “independentes” em relação às fontes oficiais. O tempo em que os assuntos permanecem em pauta na Internet também é uma questão que foge da imposição

²¹ Wikipedia é uma enciclopédia livre, escrita de modo colaborativo por muitos de seus leitores.
<http://www.wikipedia.org>

²² Conceito utilizado pelos *sites* de jornalismo colaborativo para designar os membros da audiência que participam do processo de construção.



mediática, pois não há previsão de como e quando e discussão vai acabar. Analogamente, o espaço, por ser ilimitado, é um diferencial em relação aos veículos massivos, não significando uma restrição para a seleção dos acontecimentos que serão publicados.

A Internet possibilita, portanto, a prática de um jornalismo mais independente, pois liberta a produção noticiosa de limitações normalmente encontradas nos meios de comunicação de massa. O webjornalismo proporciona, ainda, uma influência no modo de produção de notícias da mídia de massa, pois o fato de a audiência dispor de meios para acessar e publicar as informações que deseja desestimula a manipulação ou a defesa de interesses meramente corporativos. Ou seja, o webjornalismo, além de colocar a audiência no mesmo nível de importância dos jornalistas, também pode proporcionar benefícios para o jornalismo *offline*.

Referências Bibliográficas:

AROSO, Inês Mendes Moreira. *A Internet e o novo papel do jornalista*. Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf. Acesso em: 19/08/2006

BOWMAN, Shayne & WILLIS, Chris. *We Media: How the audiences are shaping the future of news and information*. Disponível em http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf. Acesso em: 19/08/2006

CANAVILHAS, João Messias. *Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>. Acesso em: 20/08/2006

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Universitário, 1984.

LEÃO, Lúcia. O Labirinto e a Arquitetura do Ciberespaço. In NOJOSA, Urbano e GARCIA, Wilton (orgs.) *Comunicação e Tecnologia*. São Paulo: Nojosa, 2003.

LEMOS, André. *As Estruturas Antropológicas do Ciberespaço*. Disponível em <http://www.futuro.eng.br/CIBER.html>. Acesso em: 19/08/2006

MARTIN-BARBERO, Jesus. *Globalização Comunicacional e Transformação Cultural*. In MORAES, Dênis de (org.) *Por uma Outra Comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2004



PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online. In PALÁCIOS, Marcos e MACHADO, Elias (orgs.) *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: Calandra, 2003.

PRIMO, Alex. Enfoques e Desfoques no Estudo da Interação Mediada por Computador. In BRASIL, André et al (orgs.) *Cultura em Fluxo: Novas Mediações em Rede*. Belo Horizonte: Pucminas, 2004.

PRIMO, Alex & TRÄSEL, Marcelo Ruschel. *Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias*. In: VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação, 2006. São Leopoldo: Anais, 2006. Disponível em <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>
Acesso em: 08/09/2006

ROCHA, Jorge. *Participatory Journalism: conceitos e práticas informacionais na Internet*. Artigo apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Rio de Janeiro, Setembro 2005. Disponível em CD-Rom.

ROCHA, Jorge. *O papel dos jornalistas nos processos interacionais do Participatory Journalism*. Artigo apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Brasília, Setembro 2006. Disponível em CD-Rom

SANTAELLA, Lúcia. A Crítica das Mídias na Entrada do Século XXI. In *Crítica das Práticas Midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas*. São Paulo: Hacker, 2002

SILVA JUNIOR, José Afonso da. Do Hipertexto ao algo mais: Usos e abusos do conceito de hipermídia pelo jornalismo on-line. In LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos (orgs.) *Janelas do Ciberespaço*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. *A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo*. Agências de notícias como estudo de caso. Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/junior-jose-afonso-interfaces-mediadoras.pdf. Acesso em: 20/08/2006.

VAZ, Paulo. Mediação e tecnologia. In MARTINS, Francisco Menezes e SILVA, Juremir Machado da (Orgs.). *A genealogia do virtual – comunicação, cultura e tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004.

WATZLAWICK, Paul et al. *Pragmática da Comunicação Humana: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação*. Tradução de Álvaro Cabral. São Paulo: Ed. Cultrix, 1967. Original Inglês.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Ed. Presença, 1995.

WOLTON, Dominique. Pensar a Comunicação. In MATELLART, Armand & MATELLART, Michele (orgs.) *Pensar as Mídias*. São Paulo: Loyola, 2004.