

# A cibercultura manifesta na prática do webjornalismo

Ciberculture manifested  
in the practice of webjournalism

La cibercultura manifesta  
en la práctica del webperiodismo

*SÔNIA PADILHA*



Hadij Adir

Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA-USP). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Tecnologias Digitais (Comtec), integrado ao PósCom-Metodista. Professora da Universidade Federal de Roraima (UFRR).

E-mail: [soniapadilha@uol.com.br](mailto:soniapadilha@uol.com.br).

PADILHA, Sônia. A cibercultura manifesta na prática do webjornalismo. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, PósCom-Metodista, a. 29, n. 50, p. 103-120, 2. sem. 2008.

## **Resumo**

As mudanças advindas das novas tecnologias de comunicação e informação têm modificado expressivamente as práticas sociais e de trabalho. O jornalismo, que tem como suporte as plataformas computacionais em rede com seus *softwares*, tem sido uma das profissões mais afetadas por essas mudanças, que implicam reconfigurações da prática profissional. É nesse contexto de transformações e de um mundo mais conectado e dependente das tecnologias que a cibercultura nasce como uma nova forma de vivência amparada pelo desenvolvimento e uso da técnica. A partir dessa concepção, este trabalho busca delinear e apontar de que forma a cibercultura pode ser identificada nas práticas jornalísticas, como uma forma de contribuir para os estudos do campo da produção de conteúdo noticioso.

*Palavras-chave:* Cibercultura – Webjornalismo – Prática profissional

## **Abstract**

The changes derived from the new communication and information technologies have expressively altered the social and work practices. Journalism, which is supported by network computer platforms with their softwares, has been one of the professions most affected by these changes, demanding a reconfiguration of the professional practice. It is in this context of change and in a world more connected and dependent from technologies that cyberculture emerges as a new way of living supported by development and by the use of technique. Based on this conception, this paper intends to outline and point out how cyberculture can be identified in the journalistic practices as a way to contribute to studies of the field of news content production.

*Keywords:* Cyberculture – Web journalism – Professional practice.

## **Resumen**

Los cambios provenientes de las nuevas tecnologías de comunicación e información han modificado expresivamente las prácticas sociales y de trabajo. El periodismo que tiene como soporte las plataformas computacionales en red, con sus *softwares*, ha sido una de las profesiones más afectadas por esos cambios, que implican en reconfiguraciones de la práctica profesional. Es en ese contexto de transformaciones y de un mundo más conectado y dependiente de las tecnologías que la cibercultura nace como una nueva forma de vivencia sostenida por el desarrollo tecnológico y por el uso de la técnica. Desde esa concepción, este trabajo busca delinear y señalar de qué forma la cibercultura puede ser identificada en las prácticas periodísticas, como una forma de contribuir para los estudios del campo de la producción de contenido noticioso.

*Palabras clave:* Cibercultura – Webperiodismo – Práctica profesional.

A prática do jornalismo – enquanto atividade profissional regida pelas normas, tácitas ou não, do campo da Comunicação – foi uma das primeiras envolvidas na construção dos bens simbólicos presentes no ciberespaço. Inicialmente apenas transportava conteúdos para a internet, mas em pouco tempo os produtores começaram a explorar as novas possibilidades de formatação e o potencial dos *softwares*, enredando-se assim cada vez mais na teia material e simbólica da rede. Conseqüentemente, o *modus operandi* do profissional jornalista foi sendo reconfigurado. Destarte, surgiu nos anos 1990 a modalidade profissional de produção de conteúdo noticioso denominada webjornalismo<sup>1</sup>.

Considerando essa realidade construída historicamente pela evolução das tecnologias e do jornalismo e tendo a cibercultura<sup>2</sup> como um conjunto de técnicas oriundas da matéria (suportes digitais, programas computacionais etc.), do intelecto (pensamento, reflexão, raciocínio, conhecimento) e, principalmente, de modos de vida (atitudes, valores etc.) – construídos/desenvolvidos a partir do crescimento do ciberespaço<sup>3</sup> –, serão delineados

---

<sup>1</sup> Historicamente, o webjornalismo já tem quinze anos se considerarmos que o primeiro jornal na web (*San Jose Mercury* – EUA) começou a ser comercialmente desenvolvido em maio de 1993. É bom frisar que antes disso, em meados dos anos 1970, o *The New York Times* ofereceu serviços *on-line* com o seu conteúdo para assinantes em forma de resumos e textos completos de artigos. O primeiro jornal brasileiro na internet foi o *Jornal do Brasil (JB On-line)*, em 28 de maio de 1995. Na época o JB apenas transcrevia o conteúdo de sua versão impressa para a web. O webjornalismo também pode ser denominado jornalismo digital, ciberjornalismo ou *jornalismo on-line (JOL)*.

<sup>2</sup> Cf. Pierre Lévy (1999).

<sup>3</sup> “Novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (LÉVY, 1999, p. 17).

neste artigo os indicativos do desenvolvimento dessa nova cultura na prática do webjornalismo.

A cibercultura já é vivenciada cotidianamente por milhões de pessoas, estando manifesta em ações práticas pelo uso de tecnologias como: *home banking*, cartões inteligentes, celulares, *palms*, *pages*, voto eletrônico, imposto de renda via internet; ou por meio de práticas comunicacionais digitais: *e-mail*, listas de discussão na internet, *blogs* e webjornalismo. Até mesmo os infoexcluídos estão envolvidos em processos de tecnologias digitais que fazem parte do cotidiano delineado pela cibercultura. Por exemplo, as câmeras de vigilância espalhadas pela cidade em locais públicos ou privados e programas de mapeamento com imagens em tempo real, como o Google Earth. É a cibercomunicação que vai envolvendo cada vez mais a sociedade na teia digital ubíqua em alta velocidade. Uma das definições mais claras e objetivas do termo Cibercultura é dada por André Lemos (2007):

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

Fica claro, assim, que a cibercultura é marcada pelas tecnologias, mas é questionável a idéia de que ela seja subjugada ao determinismo tecnológico como pregam os tecnoevangelistas<sup>4</sup> que corroboram essa idéia. É perceptível, como já mostrava Marshall McLuhan (1964), que as tecnologias afetam a sociedade e de forma implícita provocam mutações sociais<sup>5</sup>, mas os aparatos tecnológicos criados na intenção de solucionar problemas ou facilitar tarefas e/ou operações e, acima de tudo, do domínio da natureza, ainda não controlam por completo o humano.

---

<sup>4</sup> Termo usado para definir os estudiosos que argumentam em prol do determinismo tecnológico.

<sup>5</sup> Em sua obra *Os meios de comunicação como extensões do homem* (1964, p. 19-22), o visionário canadense já falava que, “eletricamente contraído, o globo já não é mais do que uma vila” e que “a estrada de ferro [...] acelerou e ampliou a escalada das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalhos e de lazer novos”.

Também se faz necessária uma breve reflexão sobre a morfologia do neologismo *cibercultura* para redimir possíveis equívocos na compreensão do termo. A palavra cibercultura é categorizada como de justaposição, tendo como prefixo o termo “ciber” advindo da palavra inglesa *cybernetics* (1948), que por sua vez é originária da expressão grega *kubernétés*, cuja principal significação é arte de pilotar, dirigir ou governar. Esse antepositivo pode dar a entender que existiria no sentido da palavra cibercultura a idéia de comando predeterminado, o que não condiz com o real sentido de sua representação mental, já que não se pode atribuir uma centralização<sup>6</sup> a essa nova forma de manifestação sociocultural de influência mútua, gerada e alimentada por um processo rizomático e sinérgico, seja no campo das tecnologias ou da produção intelectual. Já a palavra cultura pode ter muitas definições e significações diversas. Seu significado mais comum no ideário popular remete ao pensamento de raízes, história, tradição ou capital intelectual; mas na visão científica a palavra tem um sentido muito mais amplo, contrapondo-se a padrões que a aprisionem em uma moldura estática ou delimitada.

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

---

<sup>6</sup> Nos processos culturais históricos, quando não existia o ciberespaço, era comum uma cultura hegemônica sobrepujar as outras culturas por processos de violência simbólica, principalmente após as guerras.

É possível afirmar, em síntese geral, que cultura é o caldo da vivência interativa em sociedade<sup>7</sup>. Ela está sempre em construção e é tecida por processos comunicacionais. Há um consenso, no entendimento da Sociologia e da Antropologia, de que cultura é algo que pode ser apreendido e que sua manifestação se dá de maneira extremamente variável, podendo ser perceptível no modo de vida e no lidar com o cotidiano. Cultura requer compartilhamento e conhecimento, que só podem advir do contato com outros elementos, sejam eles de ordem natural (fenômenos da natureza), social (interação com os pares independentemente da localização geográfica) e/ou utilização de coisas materiais (ferramentas, por exemplo). “Uma das mais importantes funções da cultura humana é permitir que compartilhem idéias, valores, técnicas e conhecimento de uma geração para outra” (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 283).

### **Webjornalismo e cibercultura**

O ambiente que surgiu da cibercomunicação baseada nas tecnologias digitais caracterizadas pela ubiquidade levou o jornalista a mergulhar em uma nova cultura: a cibercultura. Algo cultivado cotidianamente na inter-relação com as tecnologias que mudaram e continuam mudando o viver e o fazer. Os profissionais passaram a ter que lidar com práticas nunca antes imaginadas e a agregar novos valores e conhecimentos ao já construído na pedagogia do ofício. Novas práticas surgiram com a cibercultura. As relações pessoais, o trabalho e seus produtos estão entre os mais afetados por ela. Muitas tarefas do fazer cotidiano do trabalho passaram a estar sujeitas à tecnologia computacional e às redes e a ser mediadas por elas. Surgem o teletrabalho e novas formas de fazer, organizar e sistematizar as tarefas; obter, divulgar e trocar informações. Eis aqui um dos traços que delinham a presença da cibercultura no jornalismo.

A partir dos anos 1990, o ofício de reportar do jornalismo entrou na era da comunicação mediada pela internet. Diante disso,

---

<sup>7</sup> A palavra cultura significa também o ato de cultivar algo no sentido de levá-lo adiante e nutri-lo. Representa também um conjunto de padrões de comportamento, instituições, valores característicos de uma sociedade e de formas de proceder (realizar trabalho, tarefas etc.).

alguns conceitos do jornalismo<sup>8</sup> e suas práticas foram revistos, assim como o entendimento do que seria o produtor e o consumidor de conteúdo noticioso. Os procedimentos de elaboração de conteúdo e publicação passaram por transformações significativas. À medida que as tecnologias computacionais e os *softwares* avançavam, o jornalista se via na obrigação de dar conta das demandas das novas formatações, da interatividade, instantaneidade, perenidade (memória e armazenamento em bancos de dados), hipertextualidade e personalização de conteúdo<sup>9</sup> (customização). Todas essas novas características do jornalismo exigiram um proceder diferenciado advindo da cibercultura, que tacitamente ia fazendo parte do cotidiano do profissional. Evidencia-se assim mais um indicativo da cibercultura no trabalho jornalístico. Essas tarefas não eram nada fáceis para os que vinham de uma geração anterior ao uso do computador na redação. O jornalista Humberto Silva foi um desses profissionais: “Eu resisti em colocar um computador na minha mesa, porque pensava que só escrevia com o barulho da minha máquina. Mas quem escrevia não era o barulho, era eu”<sup>10</sup>.

Os jornalistas da “velha-guarda”, como era denominada a geração que ingressou no mercado nas décadas de 1960 e 1970, aos poucos foram deixando de lado as barulhentas máquinas de escrever e passaram a digitar ao som dos teclados e a deslizar o silencioso *mouse*. E mais: tornaram-se internautas. Era um primeiro passo profissional para o mergulho na cibercultura. O profissional jornalista, antes um leitor do mundo material em papel, passa a

---

<sup>8</sup> Dentre os conceitos que foram revistos, os que tratavam da recepção foram dos que mais requereram uma nova visão. A estrutura organizacional das redações dos veículos também foi modificada e houve supressão de cargos ou funções, como o de *copy desk* e o de operador de radiofoto (fotografia transmitida por ondas de rádio), presentes ainda no início da década de 1980.

<sup>9</sup> Ainda hoje pesquisadores, profissionais e a comunidade acadêmica da área procuram descobrir o jornalismo que melhor se adapta ao mundo contemporâneo da internet e às tecnologias digitais de comunicação.

<sup>10</sup> Humberto Silva atuou por 31 anos na profissão, como repórter e editor de vários veículos de comunicação em Recife, no Amazonas e em Roraima. Foi ex-presidente do Sindicato dos Jornalistas de Roraima. Em março de 2001 ele nos concedeu entrevista para nossa pesquisa de mestrado.

imersão o seu olhar no mundo dos *bits* e a vivenciar o ciberespaço. Começaram a ser exigidas dele novas habilidades. O trabalho computacional em rede também fez surgir novos atores na equipe de trabalho das redações, como os *webdesigners* e os programadores de sistemas, com os quais o jornalista passou a ter que se entender. Saul Wurman (2005, p. 9-10) chama a atenção para o fato de que

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

Elias Machado (2003, p. 13) afirma que, por mais que a matriz tecnológica tenha servido de alibi para os que pregam o fim do jornalismo como profissão, esse é um argumento equivocados:

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

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

<b>Itens</b>	<b>Antes</b>	<b>Hoje</b>
Profissão	Poucas habilitações eram oferecidas pelos cursos de graduação em Jornalismo.	Estão surgindo novas habilitações nos cursos de Jornalismo.
	Habilidades e conhecimentos adquiridos no curso eram para aplicação durante toda a carreira.	O conhecimento é renovável. Convergência das habilidades: jornalismo, computação, <i>webdesign</i> , gerenciamento, engenharia da comunicação.
	Redação com muitos profissionais. Cada um atuando em sua área.	Redação enxuta. Profissional multifacetado: ele coleta a informação, redige, edita e veicula.
	A liberdade de imprensa era atrelada aos que detinham os veículos.	A liberdade é dividida com todos que podem produzir e publicar conteúdo na rede.
Prática	Grande parte das pesquisas para produção de pautas era feita por meio de consulta em arquivos em papel, contatos telefônicos ou pessoais.	Prepondera a pesquisa em sistemas de metabuscadores na internet.
	A produção era concentrada no ambiente físico da redação.	Boa parte da produção é feita de qualquer lugar: casa, escritório, na rua etc.
	Uso do recurso de boxe, retranca ou janela para contextualizar e/ou acrescentar informação sobre a matéria.	Inserção de <i>links</i> e <i>hiperlinks</i> .
	O material era produzindo visando ao público da localidade de cobertura.	Os produtores produzem pensando também que o material pode ser lido/visto por pessoas de qualquer parte do planeta.
	Algumas fontes de informação. Produção para veiculação em mídia ligada à empresa.	Muitas fontes de informação. Opção de produzir para um canal próprio: <i>website</i> , <i>blogs</i> ...
	O conteúdo do <i>furo</i> jornalístico era redigido com uma relativa margem de tempo entre a produção e a edição.	A redação do <i>furo</i> é praticamente simultânea à sua veiculação.
	Escravidão ao <i>deadline</i> .	Sem <i>deadline</i> . Nos <i>websites</i> não existe um horário de fechamento da edição e os <i>blogs</i> não perseguem um prazo de fechamento temporal.

Itens	Antes	Hoje
Produto	O produto impresso tinha grande tiragem.	Cai a tiragem e o fim do jornalismo impresso já é decretado para 2040, mas isso não é consenso.
	Os jornais não enfrentavam grandes problemas para sobreviver economicamente. Suporte: papel de jornal.	Até os grandes enfrentam problemas econômicos e estão tendo que agregar valor para ter uma sobrevivida. Telas de PCs e <i>notebooks</i> e o início de telas portáteis conectadas sem fio à internet com o tamanho um pouco menor que a folha de papel A4, pesando 390g e com apenas 1,6cm de espessura.
	Espaço delimitado pelo tamanho e pela quantidade de páginas.	Espaço maximizado pela grande capacidade de exibição e armazenamento da rede.
Recepção	Jornalismo de massa. Modelo um-para-todos.	Jornalismo pulverizado. Modelo todos-para-todos e nicho para nichos.
	<i>Receptores</i> : apenas recebiam a informação. Estavam na ponta da linha do antigo modelo de recepção: emissor-meio-receptor.	<i>Prosumidores</i> (colaboram na produção e ao mesmo tempo consomem informação).
	Consumidores tinham poucas opções de suporte para obter informação.	Consumidores têm mais opções de suporte além de opções multimídia que combinam texto, som, vídeo, elementos gráficos e áudio.
	Pouca interação e meios para isso (carta, telefone, fax, contato pessoal).	Mais interatividade e em alta velocidade. Opções de ferramentas de interação instantâneas: <i>e-mail</i> , <i>chats</i> , <i>posts</i> .
	A audiência atrelava a credibilidade ao nome construído pelo veículo.	Credibilidade é creditada também aos produtores do <i>website</i> ou a um único profissional no caso do <i>blog</i> .
	O <i>furo</i> jornalístico só era visto na edição do dia seguinte.	O <i>furo</i> é visto imediatamente e em alguns casos em tempo real.
Empresas	Empresas únicas ou unidas em grupos de mídia.	Sinergia empresarial. Parcerias entre grupos de mídia (incluindo empresas jornalísticas e não-jornalísticas) e de telecomunicações.
	Preocupação com a concorrência entre os próprios pares: jornal impresso <i>versus</i> concorrente de jornal impresso.	O impresso tem de encarar a concorrência das publicações em vários suportes: da <i>web</i> ao celular que traz material produzido por profissionais e amadores do jornalismo.

## Reconfigurando as relações

Algumas mudanças sociais advindas da cibercultura, proporcionadas pelas ferramentas computacionais e pelo ciberespaço, merecem destaque, como as novas formas de se viver em sociedade, reconfiguração das relações sociais, diversidade de opções para obtenção de conhecimento, mais possibilidade de contato social<sup>11</sup>, produção etc. Como afirma André Lemos (2007), “As práticas comunicacionais pessoais atuais da cibercultura mostram a pregnância social para além da assepsia ou simples robotização”, o que pode ser considerado uma negação do determinismo tecnológico.

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

É importante frisar que a cibercultura não suplanta as culturas. Ela remodela e gera novos significados para as já existentes. Cibernautas continuam mantendo as relações centradas em antigos procedimentos, como os contatos pessoais. O jornalista em sua tarefa laboral também precisa desse contato, pois o acesso a fontes, por exemplo, nem sempre pode ser feito via recursos como *e-mail*, *chats* ou *sites*<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Pesquisas comprovam que a internet é mais usada para manter contato interpessoal por meio de *chats*, *e-mail*, listas, *blogs*, fóruns, *webcams*, videoconferências etc.

<sup>12</sup> Apesar da facilidade de contato com as fontes por meio do ciberespaço, em muitos casos não é aconselhável coletar informações por meio da comunicação virtual. O jornalista, principalmente nos casos de matérias investigativas e/ou de humanidade, precisa estar frente a frente com o interlocutor. Precisa captar traços da paralinguagem que podem ser representativos para a matéria.

O ambiente em que se desenvolvem os atributos da cibercultura é o ciberespaço, que pode ser definido como o não-local de um todo sem totalidade. Essa definição pode parecer incongruente, mas a lógica complexa do ciberespaço e da cibercultura nos proporciona e suscita problemáticas que são desafiadoras e instigantes. É a cibercultura que “mergulha os seres e as coisas no mesmo banho de comunicação interativa” (LÉVY, 1999, p. 27).

Se o ciberespaço possibilita um trânsito com interação em atos de dar, receber e transformar, podemos relacionar esses movimentos aos fenômenos culturais da reterritorialização, desterritorialização<sup>13</sup>, transculturação<sup>14</sup> e hibridação de culturas, agora potencializados pelas infovias. Pierre Lévy não fala desses movimentos com essas denominações, mas faz uma analogia que pode ser aplicada ao que acontece no oceano infindo das redes computacionais interligadas no que se refere à cultura gerada a partir do ciberespaço:

Quando Noé, ou seja, cada um de nós, olha através da escotilha de sua arca, vê outras arcas, a perder de vista, no oceano agitado da comunicação digital. E cada uma dessas arcas contém uma seleção diferente. Cada uma quer preservar a diversidade. Cada uma quer transmitir. Essas arcas estarão eternamente à deriva na superfície das águas (LÉVY, 1999, p. 15).

É visível que na era da cibercomunicação o jornalismo está diante de um dilúvio informacional. Isso tem preocupado os profissionais. Como atender a um público tão diversificado e pulverizado e como abarcar as demandas emergentes de conteúdo? É preciso saber filtrar a informação. Ser seletivo. Antes do advento da cibercomunicação e da cibercultura, ao reunir material para uma

---

<sup>13</sup> *Reterritorialização* é descrita por García Canclini (1999, p. 309) como “relocalizações territoriais, parciais, das velhas e novas produções simbólicas”. E *desterritorialização*, como “a perda da relação ‘natural’ da cultura com os territórios geográficos e sociais”.

<sup>14</sup> Na visão de James Lull (apud RECTOR; NEIVA, 1995, p. 90), a transculturação “se refere ao processo onde as formas culturais literalmente se movem em termos de espaço, onde interagem com outras formas culturais, influenciam umas às outras, e produzem novas formas”.

pauta substanciosa ou uma reportagem, o jornalista se via diante do risco de não conseguir todos os dados de que precisava. Tinha que se deslocar a vários lugares para a pesquisa, reunir livros, consultar enciclopédias impressas, recorrer a arquivos de jornais e revistas em papel. Isso demandava um desgaste temporal não só para localizar, mas para reunir e compilar as informações que iriam subsidiar o trabalho<sup>15</sup>. Hoje acontece o inverso: existe grande facilidade de se achar o que se quer apenas movendo os dedos no teclado e o *mouse* do computador conectado à internet. Agora a preocupação é outra: garimpar e filtrar o que é encontrado, além do que chega via *e-mail* sem ter sido solicitado. Um dos mais conhecidos documentaristas norte-americanos, Ken Burns (apud WURMAN, 2005, p. 9), preocupado com a grande gama de informação disponível para um público que cada vez mais sofre do *deficit* de atenção, afirma que “somos bombardeados com tantas imagens [...] que começa a acontecer o contrário: em vez de nos enriquecermos, como seria de imaginar quando obtemos maior quantidade de alguma coisa, na verdade criamos um tipo de pobreza”. Gary Rivlin (apud Wurman, 2005, p. 13), autor de *The plot to get Bill Gates*, também demonstra sua preocupação com o dilúvio informacional: “A internet é informação na ponta dos seus dedos, mas também sobrecarga de informação: é um estoque de informação tão vasto que pode sufocar”.

Richard Lanham, professor-emérito da Universidade da Califórnia (EUA) e presidente da empresa de consultoria Rhetorica, Inc., tem argumentado que a nova moeda da economia virtual já não é mais a informação. Esta já existe em abundância e é praticamente ilimitada no cibernundo. A principal *commodity* agora é a capacidade de chamar a atenção das pessoas para o que está no *site*. Ou seja: além de informar bem, o jornalista agora deve ter a capacidade de atrair o cibernauta, um sujeito que flui com facilidade pela rede, tem muitas possibilidades de informação à disposição, interesses diversos e cuja audiência fiel é um desafio para os comunicadores não só na modalidade

---

<sup>15</sup> Isso não quer dizer que os livros em papel e registros não inseridos na internet não continuem a fazer parte de um precioso material a ser pesquisado pelo jornalista.

jornalística. Eis mais uma linha dos traços que configuram a influência da cibercultura no fazer jornalístico.

Na era da cibercultura o internauta também quer fazer parte da construção da informação. E cada vez mais pessoas fazem isso. Ele hoje é um “prossumidor” (WURMAN, 2005), neologismo que une os termos *produtor* e *consumidor* (no caso, de conteúdo). Vejamos, por exemplo, o canal “VC repórter”<sup>16</sup>, onde o internauta é convidado a enviar foto, vídeo ou áudio de um fato noticioso e/ou falar sobre um fato importante. Abre-se uma “larga janela” para que acontecimentos que não foram cobertos pelos jornalistas – por não entrarem na pauta ou não fazerem parte dos critérios de noticiabilidade mais prementes – se transformem em notícia. Essa prática foi denominada “jornalismo cidadão”, o que de certa forma pode ser considerado também um tipo de ciberativismo<sup>17</sup> ao colocar em evidência assuntos locais de interesse público.

Surge dessa “janela” proporcionada pela cibercultura mais um viés no trabalho do jornalista: o de filtrar a gama de informações enviada pelo *prossumidor* tendo como principal critério a credibilidade. O diretor de conteúdo do portal Terra que abriga o site “VC repórter”, Antônio Prada, afirma ter que filtrar diariamente cerca de trinta participações dos internautas “repórteres”. A clínica-geral Silvia Dickman é um exemplo de *prossumidora* superativa, enviando até mais de quatro “matérias” por dia para o site Minha Notícia, do portal IG. Para produzir, a médica não sai da frente do computador. É diante da tela que ela garimpa informações para produzir o conteúdo<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Cf. <<http://www.terra.com.br/vcreporter/>>.

<sup>17</sup> O ciberativismo tem por objetivo principal mobilizar pessoas em torno de uma causa comum, tendo como suporte as tecnologias do ciberespaço. E a disponibilização de informação em *sites* noticiosos certamente tem um papel importante no início dessa mobilização, por evidenciar e dar a conhecer fatos e assuntos que podem gerar interesse para esses grupos.

<sup>18</sup> Silviam, que colabora com notícias sobre saúde, meio ambiente e educação, diz que sai “à caça de novidades em *sites* do mundo inteiro. [...] Pego essas notícias e as complemento com o que sei sobre o assunto”. Disponível em: <[http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo\\_virtual/2007/02/28/nunca\\_foi\\_t227o\\_f225cil\\_publicar\\_na\\_web\\_697545.html](http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo_virtual/2007/02/28/nunca_foi_t227o_f225cil_publicar_na_web_697545.html)>. Acesso em: nov. 2007.

## **Blog e cibercultura**

O *blog* é provavelmente o produto mais icônico de como a cibercultura passou a operar no meio jornalístico, remodelando as antigas formas de se produzirem e publicarem notícias e de manifestar opinião. Pesquisas indicam que a blogosfera é uma das comunidades virtuais que mais crescem. No mundo existiam, em 2006, mais de 30 milhões de *blogs*<sup>19</sup>. Desses, 20 milhões são norte-americanos, dos quais 34% são considerados jornalísticos por seus provedores, segundo dados da Pew Internet & Family Project<sup>20</sup>. Mas o quantitativo, nesse caso não é a principal característica da cibercultura que chama a atenção, mas, sim, o que esse crescimento significa: um indicativo de que os jornalistas sentem a necessidade de publicarem de forma mais livre e autônoma e estão fazendo isso cada vez mais por meio dos *blogs*. Mais do que uma ferramenta, o *blog* é um produto dos avanços tecnológicos midiáticos e seu uso implica um agir interativo, hipermidiático e libertário, que é característico da cibercultura.

Uma história muito ilustrativa de como um blogueiro pode surpreender os veículos e os profissionais da “velha mídia” é relatada por Thomas Friedman (2005, p. 56-57)<sup>21</sup>. Ele conta o caso do blogueiro americano Bill Ardolino, que ajudou a desmascarar o escândalo RATHERGATE<sup>22</sup>:

Meu recorde foi de 55 mil [acessos] quando ajudei a desmascarar o “RATHERGATE”. Fui o primeiro a entrevistar um criminalista sobre a reportagem do Dan Rather a respeito do caso da Guarda Nacional, e esse mesmo especialista foi então entrevistado pelo *The Washington Post*, pelo *Chicago Sun-Times*, pelo *Globe*, pelo *NYT*, entre outros, em menos de 48 horas.

---

<sup>19</sup> Os cerca de 98% de *blogs* e *websites* que não estão entre os que recebem grande audiência representam juntos um grande tráfego. Esses *blogs*, que são o “espichar da cauda” (ver teoria da cauda longa), comportam um número agregado de visitantes/usuários pulverizados, o que significa que eles certamente contam com a confiança desses internautas (Cf. HUGH HEWITT, 2007).

<sup>20</sup> Cf. André Borges (2007).

<sup>21</sup> Thomas L. Friedman é um jornalista norte-americano, colunista do *The New York Times* e ganhador do prêmio Pulitzer nos anos 1983, 1988 e 2002.

<sup>22</sup> O RATHERGATE foi o escândalo envolvendo o âncora do programa *60 Minutes* na CBS, Dan Rather, que questionava, baseado em documentos falsos, o serviço militar do presidente Bush na Guarda Nacional.

Ardolino diz que o seu trabalho como jornalista independente nasceu da frustração diante da “coleta tendenciosa, incompleta, seletiva e/ou incompetente de dados por parte do *mainstream* da mídia”. Sobre o que está acontecendo com a mídia o blogueiro afirma que “tem vantagens e desvantagens. A fragmentação da mídia alimenta muita incoerência ou a seletividade das percepções [...] mas também ajuda a descentralizar o poder e constitui uma garantia melhor de que a verdade *completa* está mesmo lá fora [...] em algum lugar [...] aos pedaços”.

Está surgindo também mais um traço da cibercultura para além da que é praticada e expressa no fazer de quem já está no mercado. É o olhar no futuro impulsionado por estudiosos da área e pela academia. Nora Paul (2007, p. 137), em trabalho que trata dos primeiros resultados de uma pesquisa – ainda em curso – sobre a interatividade nas narrativas digitais, assevera que

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

Nora informa que, em universidades norte-americanas, vários programas de jornalismo já reconhecem que é necessário haver uma colaboração em diferentes disciplinas para dar conta das mudanças no novo ambiente midiático. Cita como exemplo o programa de Informática da Universidade de Indiana, que já está combinando Ciência da Informação, Ciência da Computação, Arte e Jornalismo. No Brasil, o curso de graduação em Mídias Digitais da Universidade Metodista de São Paulo, implantado por Sebastião Squirra<sup>23</sup>, é pioneiro nesse entendimento

---

<sup>23</sup> Diretor da Faculdade Comunicação Multimídia e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

entre comunicação, tecnologias e outras áreas afins. Nele são integrados os campos da comunicação, arte, tecnologia digital e computação gráfica. O objetivo é formar profissionais com preparo tecnológico para atuar no novo mercado de produção e transmissão audiovisual na sociedade da cibercomunicação.

### **Considerações finais**

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

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

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

O princípio da teoria da cauda longa é regido por uma lógica muito pertinente ao que está ocorrendo com o advento da cibercomunicação e que não pode ser desprezado pelos que fazem o jornalismo mergulhado na cibercultura. Em síntese, ela aponta que a fartura de material oferecida pela internet está dando opção aos consumidores e libertando-os do atrelamento ao consumo dos produtos oferecidos pela indústria de massa.

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

## Referências

- BORGES, A. *Blog: uma ferramenta para o jornalismo*. In: FERRARI, P. (org.), *Hipertexto, hipermídia: as novas formas de comunicação digital*. São Paulo: Contexto, 2007.
- GARCÍA CANCLINI, N. *Consumidores e cidadãos: conflitos multinacionais da globalização*. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- FERRARI, P. (org.), *Hipertexto, hipermídia: as novas formas de comunicação digital*. São Paulo: Contexto, 2007.
- FRIEDMAN, T. L. *O mundo é plano*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.
- HEWITT, H. *Blog: entenda a revolução que vai mudar seu mundo*. Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2007.
- LÉVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LEMOES, A. *Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época*. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2007.
- PAUL, N. Elementos das narrativas digitais. In: FERRARI, Poliana (org). *Hipertexto, hipermídia: as novas formas de comunicação digital*. São Paulo: Contexto, 2007.
- STRAUBHAAR, J. & LAROSE, R. *Comunicação: mídia e tecnologia*. São Paulo: Pioneira Thomson, 2004.
- PINHO, J. B. *Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação online*. São Paulo: Summus, 2003.
- RECTOR, M. & NEIVA, E. *Comunicação na era da pós-moderna*, Petrópolis: Vozes, 1995.
- ÚLTIMO SEGUNDO. *Nunca foi tão fácil publicar na web*. Disponível em: <[http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo\\_virtual/2007/02/28/nunca\\_foi\\_t227o\\_f225cil\\_publicar\\_na\\_web\\_697545.html](http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo_virtual/2007/02/28/nunca_foi_t227o_f225cil_publicar_na_web_697545.html)>.
- VOCÊ REPÓRTER. Site <<http://www.terra.com.br/vcreporter>>.
- WURMAN, R. S. *Ansiedade de informação 2: um guia para quem comunica e dá instruções*. São Paulo: Editora de Cultura, 2005.