

O jornalismo na Internet: novos papéis e estruturas de produção

Bolsista: Guilherme Bueno Pereira - RA093816

Orientador: Prof. Dr. Hermes Renato Hildebrand
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

SAE/UNICAMP - Quota de 01/agosto/2010 a 31/julho/2011

Este trabalho é licenciado sob Creative Commons Atribuição 3.0 Unported ([CC BY 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/))

Resumo

É de comum conhecimento que o advento da Internet provocou profundas modificações no modo de se produzir, receber e tratar a informação. Diretamente afetado por este processo, o exercício do jornalismo, historicamente enraizado, imprescindível ao controle social e à cidadania, vem apresentando uma nova gama de impasses. Tem-se, dentre outros processos resultantes, que sua prática deixa de ser privilégio daqueles que o adotam como atividade profissional, já que, com acesso a ferramentas de produção e publicação, toda a sociedade, individualmente ou sob a forma colaborativa, passa a exercê-lo. Motivado por este contexto, suas próprias formas de capacitação universitária passam a ser questionadas. A renovação de paradigmas é necessária, mas enfrenta desafios, sobretudo, na busca por novos modelos financeiramente rentáveis ou autossuficientes. Em meio a um cenário propício ao debate, a presente pesquisa toma como objeto de estudos e análises a produção jornalística para a Internet. Para tanto, um levantamento bibliográfico precedeu a realização de análises e comparações que culminaram na elaboração de um modelo estrutural recorrente à publicação de notícias e informações. Em seguida, visando, sobretudo, a apropriação das interações colaborativas inerentes ao meio, foram listadas possibilidades de integração de serviços e, diante deste novo panorama, reconhecidos e propostos novos papéis do jornalismo.

Palavras-chaves: Internet, Jornalismo, Cultura Digital, Blogs, Redes Sociais.

1. Introdução

Não há dúvidas de que “informação” seja uma palavra recorrente ao se tratar de Internet. Afinal, é sua vasta disponibilidade uma das características mais celebradas da rede mundial. Muitas razões existem para que seja essa a condição atual, como: o uso de suportes elétricos, ou seja, a tela e o alto-falante, o que propicia fluidez à transmissão de imagens e sons; a disposição hipertextual dos conteúdos, facilitadora do rápido trânsito entre setores diversos; a inexistência de um único centro controlador, a qual intensifica seu potencial como instrumento de comunicação horizontal; o uso social de diversas naturezas e propósitos (comercial, pessoal, oficial) e a decorrente pluralidade de fontes de alimentação de dados; dentre muitas outras.

A presença concomitante de, por um lado, acervos institucionais de caráter mundial e, por outro, fotografias e relatos individuais gera, quando aliada à existência de serviços de rápida consulta referencial, a sensação de conhecimento universalizado e acessível. Não é raro, por exemplo, dizer-se que quando determinada palavra ou assunto não é encontrada pelo buscador Google, é porque não existe. A afirmação é facilmente contestável, mas sua simplicidade e aplicabilidade são sintomas de que usualmente pouco se reflete acerca das informações que a rede contém.

Sendo assim, é válido questionar: quem cria, publica, distribui e acessa tais informações? Sobretudo, a que filtros a informação é submetida em cada uma destas etapas? Que papéis assumem os buscadores, a qualificação social e os fluxos de capital? Tem-se que a casualidade é, inevitavelmente, integrante ao processo, já que a partir do momento em que um dado está acessível, são inúmeras as possibilidades de sua utilização, combinação e ressignificação. No entanto, limitar-se a constatar a inexatidão implica em negar-se a perceber características comuns a partir das quais novas reflexões podem ser elaboradas.

Introduz o debate, portanto, o trecho de uma entrevista concedida pelo semiólogo Umberto Eco ao jornal o Estado de São Paulo, causadora das inquietações pessoais que motivaram o desenvolvimento desta pesquisa:

“(...) A diferença básica é que uma biblioteca é como a memória humana, cuja função não é apenas a de conservar, mas também a de filtrar. (...) Já a internet é (...) incapaz de selecionar o que interessa - é possível encontrar lá tanto a Bíblia como Mein Kampf, de Hitler. Esse é o problema básico da internet:

depende da capacidade de quem a consulta. (...)” (BRASIL, 2010).

A dimensão do debate em que a fala de Eco se insere é de extrema fertilidade. A partir da constatação estabelecida, pode-se relacionar a Internet com outras consolidadas práticas de transmissão do conhecimento: os jornais e os livros. Segundo os modelos de negócio tradicionais, para se publicar uma obra literária é necessária a aprovação de uma editora e, no caso de uma matéria jornalística, do corpo editorial de um veículo. Dessa forma, o simples acesso do cidadão comum a estes textos é resultante de ao menos um processo de filtragem. Para todo conteúdo publicado há, portanto, uma instituição, com valor público a zelar, a cuja imagem passa a ser vinculada a aprovação. No limite, há pessoas que sustentam tais instituições e que, comprometidas com seus papéis, ideologias e imagens, autorizam tais publicações.

Na Internet, por outro lado, este crivo inicial é menos intenso, chegando a ser até mesmo inexistente. Em qualquer ferramenta gratuita para Blogs, por exemplo, é suficiente o compromisso com os termos do serviço para estar autorizado a se comunicar. Quando indivíduos de todo o planeta exercem intensa e continuamente esta prática, quantidades massivas de dados passam a integrar a rede. No entanto, ao contrário do que acontece no modelo de jornais e editoras, estes conteúdos são marcados por profunda informalidade, seja na linguagem, no cumprimento de normas e regulamentos, na compreensão daquilo que se diz. Afinal, é esta a essência do uso coletivo: a produção e acesso por membros de culturas e condições diferentes, que possuem diversificadas compreensões dos fenômenos e particulares modos de expressão.

A consequência reside em graves questionamentos da credibilidade do conteúdo da rede. Ainda assim, sua existência é capaz de desestabilizar o ecossistema daqueles que lidam com a informação. Em termos de inclusão social e independência de fluxo de capital, a rede mundial ainda não nos oferece provas de mudanças significativas. No entanto, no âmbito da circulação de conteúdo, esta noção é cada vez mais evidente. Cada lugar seguro nas cadeias de produção da informação passa a ser questionado, sejam as editoras, os jornais, as agências de notícias, os órgãos de relações públicas e, inevitavelmente, a televisão, o cinema, a indústria fonográfica e a radiofônica. São indícios do “caráter destrutivo” proposto por Walter Benjamin, em que a cultura essencialmente se encontra em constante expansão, o que faz com que cada criação ou evolução implique em uma destruição de algo já consolidado (BAITELLO JUNIOR, 1999). A “destrutibilidade”, neste caso, também cabe ser mensurada:

“Levy sugere, entretanto, que a inteligência coletiva irá, gradualmente, alterar o modo como a cultura de massa opera. Ele considera míope o pânico da indústria com a participação do público: ‘Evitando que a cultura do conhecimento se torne autônoma, eles privam os circuitos do espaço massificado... de uma extraordinária fonte de energia’. A cultura do conhecimento, sugere ele, serve como o ‘motor invisível e intangível’ para a circulação e a troca de produtos de massa” (JENKINS, 2009, p. 56).

Diante deste “pânico míope”, as medidas adotadas por veículos de comunicação podem ser generalizadas em três principais categorias: (1) manter-se restritamente segmentado ao espaço e nicho em que já atuava; (2) meramente transpor suas atividades aos novos meios, mesmo que as estruturas e propostas continuem operando do modo tradicional; (3) desempenhar iniciativas, propor ideias e soluções inovadoras que se adequem às novas condições e se apropriem de suas potencialidades.

O jornalismo é, portanto, apenas um dos segmentos comunicacionais inseridos neste contexto. No entanto, ao menos no Brasil, enfrenta também discussões paralelas, como a não obrigatoriedade da formação regular para exercício da profissão. A atividade que, segundo Bucci (2010), “se define por um conjunto de práticas, lícitas e legítimas” acaba por encontrar dificuldades em auto compreender-se e definir-se. O contato com notícias on-line segue se intensificando (THE PEW RESEARCH CENTER’S PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM, 2011) e a Internet muitas vezes passa de ferramenta a inimiga, palco de medidas restritivas (REDAÇÃO OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, 2010) que se provam sempre ineficazes diante da fluidez do dado digital e da ausência de regulamentação específica.

Mais coerente que a resistência a estas mudanças em escala global é postar-se diante dos desafios e discutir amplamente as questões envolvidas. A atividade jornalística está sujeita a reconfigurações, a agregar novos papéis e operar de acordo com novas estruturas de produção, o que envolve comunidade profissional e toda a sociedade. O debate é fértil, amplo e atualmente compõe a pauta pública. Esta pesquisa apenas cumpre papel introdutório ao seu estudo e deve, portanto, se inserir em um conjunto maior de esforços acadêmicos necessários.

2. Informações da literatura

"O texto, o leitor, o autor, a leitura, todos os processos de produção, circulação e aquisição de conhecimento estão mudando estruturalmente com o advento das tecnologias digitais. Por conta disso, estando nos olhos do furacão, é muito difícil ter uma noção muito clara de como será a nossa cultura em dez, quinze anos" (ESTEVES, 2009, p. 243).

É metodologicamente necessário notar as implicações de se estar "nos olhos do furacão". Isso porque, ao se estudar o contexto em que se encontra inserido, há um envolvimento intenso entre o agente e o objeto da pesquisa. Dessa forma, inexistindo grande distância temporal, toda a bibliografia e o saber científico produzido sobre os impactos das tecnologias digitais no jornalismo está invariavelmente sujeita a estas condições. Como consequência, o indissociável e sempre presente caráter assertivo de cada estudo é reforçado. Torna-se necessário, portanto, a cautela de compreender que toda as falas, desde as tendências mais disseminadas como a aclamada obra de Jenkins (2009) até os louvores futuristas e deslumbrados de muitos outros autores, são meras propostas de compreensão. Desse modo, dentre o vasto material pesquisado, destaco a percepção de Bucci:

"No Brasil, as turbulências da chamada era digital acabaram por ferir a identidade da profissão. Repito: feriram a própria identidade da profissão. Um sintoma disso é que nunca se falou tanto no desaparecimento da imprensa convencional" (BUCCI, 2010).

Notar este fenômeno permite chegar a novas conclusões. Tal "identidade ferida" é sintoma de que a mudança em processo não opera somente na dimensão tecnológica, mas nos campos da ética e da democracia. Da mesma forma, o fato da classe assertiva e orientadora, que é a jornalística, encontrar-se desorientada é o que demonstra indícios da existência de problemas precedentes e concomitantes, como a já citada questão do diploma da profissão. Mas embora a tendência apocalíptica se dissemine, experiências precedentes não condicionam credibilidade ao impulso primário destrutivo, já que, conforme assinalam Carrière e Eco (2010), os suportes e mídias coexistem e se complementam, não tendo sido o teatro substituído nem pelo cinema e nem pela TV. O modelo seguinte oferece uma nova forma de compreensão:

"Para uma definição de meios de comunicação, recorramos à historiadora Lisa Gitelman, que oferece um modelo de mídia que trabalha em dois níveis: no primeiro, um meio é uma tecnologia que permite a comunicação; no segundo, um meio é um conjunto de 'protocolos' associados ou práticas sociais e culturais que cresceram em torno dessa tecnologia. Sistemas de distribuição são apenas e simplesmente tecnologias; meios de comunicação são também sistemas culturais; Tecnologias de distribuição vêm e vão o tempo todo, mas os meios de comunicação persistem como camadas dentro de um estrato de entretenimento e informação cada vez mais complicado" (GITELMAN, 2003 apud JENKINS, 2010, p. 41).

A imprensa é uma instituição antiga e consolidada que, embora possua suas próprias dependências e incongruências, vem assumindo historicamente um papel imprescindível à democracia. Por consequência, a atividade jornalística é mais essencial que os suportes e veículos envolvidos no seu desempenho. Ou seja, seguindo o modelo de classificação exposto, o jornalismo pertence ao segundo nível. Da mesma forma destaca o excerto seguinte:

"O jornalismo não se define por aspectos formais ou estéticos dos relatos com que se apresenta – a prosa de aspecto informativo, com títulos, chamadas, legendas –, mas pelo seu sentido ético. Ele se define por sua independência, seu método e, sobretudo, por aquele a quem se dirige: o direito à informação, de que todo cidadão é titular. Sem que a sociedade e o Estado democrático assegurem o direito à informação (e à comunicação) como um direito fundamental da pessoa humana, não há sentido em se falar na instituição da imprensa ou na profissão de jornalista. Em linhas gerais, eis o que distingue a profissão do jornalista de todas as demais" (BUCCI, 2010).

Dessa forma, o conjunto de práticas que asseguram perenidade do jornalismo corresponde a, sobretudo, seu sentido ético de facilitar o acesso à informação. É seu papel social que o define, não o papel impresso ou a

plataforma tecnológica em que opera. Apropriar-se das vantagens da *web* constitui, portanto, uma prática estratégica e que não fere sua essência. Superado este questionamento, parte-se para a busca de meios de efetivar esta apropriação, a começar pelo trecho seguinte:

"Quando se começou a discutir jornalismo na internet, uma das linhas de discussão era justamente essa questão da personalização da informação. O sentido de comunidade que o jornal vinha historicamente criando desaparece, as comunidades imaginadas do Benedict Anderson. Se eu personalizar cada vez mais essa informação jornalística eu começo a só receber as notícias que me interessam? Por que critério de filtragem? E de repente morre o presidente da República eu não fico sabendo por que eu não coloquei política nacional como uma das minhas prioridades. Tanto que a CNN fez experiências de personalização, hoje saíram dessa" (PALACIOS, 2009, p. 260).

Apoiada em precedentes experiências com os antigos serviços de *clipping*, a primeira tentativa de integração das potencialidades da Internet se manifestou através da tendência a personalizar a informação. No entanto, em pouco tempo novas iniciativas notaram que a *web* era capaz de propiciar mudanças muito mais significativas. Algumas delas correspondem, justamente, ao preenchimento de lacunas deixadas pela mídia massiva, o que difere da proposta anterior de, justamente, aumentar o alcance destas.

"Em locais afastados dos grandes centros urbanos, antenas parabólicas em sítios de beira de estrada mantêm os moradores informados sobre as guerras no oriente médio e as variações na bolsa de valores. Porém, o desmoronamento de uma parede de rochas no caminho à cidade e a chegada de vacinas contra febre amarela no posto de saúde a 25km dali passam ao largo destes noticiários" (BRAMBILLA, 2010, 167).

O potencial comunitário dos serviços de comunicação vem sendo reconhecido e defendido desde o advento da imprensa ou do surgimento do rádio. No entanto, concretizá-lo se tornou mais simples, rápido e barato através da Internet. Dentro da rede, o cidadão interage com a informação de diversas formas, dado que facilmente dispõe de ferramentas para produção, distribuição e acesso. Condições estas que se intensificam diante do advento da chamada *Web2.0*, em que:

"Em lugar de simplesmente receber, nós produzimos, publicamos, agimos. Usuários ativos, somos consumidores/criadores, leitores/escritores, ouvintes/gravadores, espectadores/produtores. (...) Geramos um conteúdo, que organizamos e modificamos a cada instante" (PIOTET; PISANI, 2010, p. 120).

Emerge a máxima "Every citizen is a reporter", que pode ser ilustrada pelo recente caso de Rene Silva, um garoto de 17 anos que forneceu ao Rio de Janeiro precisos e detalhados informes sobre a retomada do Morro do Alemão (HIRSCH, 2010). Este e muitos outros casos revelam como uma característica intrínseca e sistêmica da Internet, a comunicação horizontal todos-todos (LEVY, 1999), facilita a ocorrência da chamada inteligência coletiva, que é assim definida:

"¿Qué es la inteligencia colectiva? Es una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias. (...) El fundamento y el objetivo de la inteligencia colectiva es el reconocimiento y el enriquecimiento mutuo de las personas" (LEVY, 2004, p. 19).

A atividade jornalística que possui como finalidade intensificar seu papel ético por via do potencial comunitário e que, para isso, vale-se da inteligência coletiva produzida através das ferramentas da *Web2.0* é aquilo que pode ser definido como jornalismo cívico ou colaborativo. Estabelece-se um novo paradigma, em que a comunicação age segundo sua essência mais básica, a de fortalecedora da coletividade. Da mesma forma, a relação dialógica emergente decreta o rompimento com o tradicional modelo *broadcast*. Consequentemente, surgem novos meios de produção e financiamento, como, por exemplo:

"A Global Voices, uma ONG iniciada pela jornalista Rebecca MacKinnon, oferece uma plataforma para 350 editores, autores voluntários e tradutores ao redor do mundo reunirem notícias de suas

comunidades em um único lugar" (CREATIVE COMMONS, 2011, p. 16).

No Brasil, foram desempenhadas algumas iniciativas que utilizam conteúdo gerado por usuário, como: Eu Repórter (O Globo), VC Repórter (Terra), Minha Notícia (iG), VCnoG1 (G1), Leitor Repórter (Zero Hora e Jornal do Brasil) (BRAMBILLA, 2010, p. 125). No entanto, foram sempre tímidas, embasadas mais na mera reatividade que na real interação. Lemos também assinala:

"Não vou citar nomes, mas quando se contribui como jornalista cidadão para algumas empresas, você tem que aceitar um contrato que diz o seguinte: 'Tudo que você escrever no meu site me pertence'. Então, eu vou lá, contribuo, faço todo o trabalho e ainda cedo todos os meus direitos" (LE MOS 2009, p. 99).

Diversas causas resultam no distanciamento grave entre estas iniciativas e o conceito de jornalismo colaborativo. O fato de terem sido desempenhadas principalmente por veículos consolidados em outros setores indica uma aparente incompatibilidade entre o modelo comercial vigente e as novas estratégias colaborativas e dialógicas que operam na dimensão ética. Por fim, notar que o Brasil é embrionário em um segmento que pode se consolidar como importante instrumento de promoção social traz novas justificativas aos estudos acadêmicos que ajam neste sentido.

3. Colocação da questão estudada

Uma grande quantidade de discussões permeia o contexto adotado como objeto de pesquisa. Cada tópico tangido para se introduzir a questão anteriormente explicitada possui complexidade suficiente para gerar estudos específicos e aprofundados. Sendo assim, é estabelecido como enfoque principal desta abordagem os novos papéis e estruturas de produção do jornalismo que surgem a partir do advento da produção espontânea de conteúdo, ou seja, do principal alicerce do conceito de jornalismo colaborativo. Para se iniciar a compreensão dos conceitos envolvidos, parte-se das citações seguintes:

"Na web de ontem, o essencial dos dados era colocado on-line pelas organizações. Na de hoje, aproximadamente 60% dos dados são colocados on-line pelos usuários, e, segundo o fundador e CEO do Facebook, Mark Zuckerberg, 25% do tráfego ocorre nas redes sociais, espaços privilegiados de troca e de participação. É o fruto da dinâmica relacional à obra" (PIOTET; PISANI, 2010, p. 120).

"O modelo de comunicação 'todos-todos', oriundo da popularização da internet e da web, ganhou força com o surgimento de ferramentas que propiciam o que Lemos chamou de 'liberação do pólo emissor', permitindo que qualquer internauta publique informação na rede e reconfigurando o cenário midiático" (AQUINO, 2009, p. 237).

Sob perspectivas diferentes, ambos tratam do mesmo fenômeno: a geração espontânea de conteúdos, um comportamento crescente e que tem como uma das consequências a indissociação entre quem produz para a web e quem a consome. No âmbito do jornalismo, será metodologicamente definido que os reflexos ocorrem em duas instâncias: as estruturas e os papéis. Ambos se relacionam e se modificam constantemente, inexistindo qualquer possibilidade de isolamento pleno. Discriminá-los e abordá-los conjuntamente, portanto, é parte de um procedimento de aproximação semântica cuja finalidade é apenas facilitar a clareza dos argumentos e conclusões.

"A quebra do paradigma do jornalista como 'detentor do lugar de fala' ofereceu ao cidadão leigo (sem conhecimentos de jornalismo) toda a engrenagem jornalística para dar aval à sua história" (BRAMBILLA, 2010, p. 125).

As estruturas, primeira instância determinada, compreendem, dentre outros aspectos, os métodos e formas de produzir a notícia. O rompimento com o paradigma "detentor do lugar da fala", conforme destacou Brambilla, implica na renovação das práticas de produção consolidadas. Um novo espectro de possibilidades emerge, como o recolhimento de dados provenientes de fontes diversas com rapidez e facilidade, o acesso instantâneo a filtros sociais e a estatísticas de naturezas diversas, a emergência de informações originadas do antes inacessível polo do consumidor da informação, dentre muitos outros. Ademais, o advento de novas

práticas reconfigura aqueles que continuam desempenhando as antigas, como em:

"A possibilidade de varrer a rede para se inteirar dos fatos força a transparência maior de quem produz informação em relação a quem a consome, mesmo que ainda se possa ver um grupo de grandes empresas e corporações de mídia tentando nadar contra a maré" (PENIDO, 2010, p. 167).

Ainda no campo das estruturas, tem-se também os novos modelos de financiamento. Trata-se de um núcleo menos explorado pela pesquisa, mas igualmente importante para a compreensão do tema. Diante dos menores custos envolvidos com ferramentas e mecanismos de produção e do interesse social e espontâneo na geração de conteúdo, passou-se a questionar o tradicional modelo comercial e privado dos meios de comunicação. Associações, parcerias, coletivos, pontos de cultura e ONGs se apresentam como alternativas válidas e debatidas. A finalidade principal é, notadamente, a aquisição de máxima independência dos interesses externos. Efetivando esta intenção, os novos modelos podem contribuir para o aprimoramento político das comunicações, já que, em relação ao modelo vigente, é possível constatar o seguinte:

"(...) However, this independence from governmental interference, which established the press as a power in itself, was not always accompanied by equal independence from the private interests that control it" (UNESCO, 1980, p. 9).

No âmbito dos papéis, a existência de núcleos menores e edificados sob tais novos modelos de estruturas pode propiciar uma aproximação maior entre os fenômenos relatados e os produtores destes relatos, o que resgata a dimensão comunitária dos veículos. Da mesma forma, a independência das filtragens da velha mídia pode trazer novas pautas ao debate público e, mesmo que inevitavelmente sejam instituídos novos filtros, grupos menores tendem a fragmentar as fontes de informação, o que gera uma pluralidade saudável à gestão pública. A condição atual do caráter comunitário é mínima, como se pode observar através do seguinte excerto:

"Mais de 90% das matérias internacionais veiculadas no Brasil são produzidas com imagens e informações geradas por apenas três agências: APTN, CNN e Reuters. As duas primeiras, empresas americanas, e a última, britânica, caracterizando um processo de imperialismo cultural. (...)" (FREIRE, 2006, p. 70).

Os novos papéis do jornalismo colaborativo atuam, portanto, na dimensão da inteligência coletiva, que implica na "(...) valoración técnica, económica, jurídica y humana de una inteligencia repartida en todas partes (...)" (LEVY, 2004, p. 20). Sua finalidade é fortalecer os laços sociais, sendo a sociedade compreendida como sinônimo de especialização, proteção, revezamento, multiplicação da força e do poder, ou seja, a provável razão da soberania humana a muitas outras espécies maiores e mais fortes (BAITELLO JUNIOR, 1999). A discussão ocorre, portanto, no campo da associação entre a ética e as atribuições que podem se agregar ao novo exercício da atividade. Afinal, "o jornalismo é a profissão dos que se encontram socialmente encarregados de atender o cidadão em seu direito à informação" (BUCCI, 2010).

4. Atividades desenvolvidas

1. Levantamento bibliográfico sobre Internet, Informação e Conhecimento.

O enfoque na busca por referências é imprescindível ao início de toda pesquisa. Dessa forma, foi realizado um aprofundamento nos tópicos que relacionam Internet, Informação e Conhecimento. É mais apropriado caracterizar este processo como "levantamento de informações", já que, além do contato com obras e textos, compreendeu também o envolvimento com grupos e atividades diversas vinculados aos temas. No entanto, dada a tradição literária do saber científico, o conhecimento referenciável é predominantemente constituído de livros e artigos. Como resultado da etapa, os conteúdos de maior pertinência foram reunidos e disponibilizados on-line.

2. Análise do funcionamento de sites de fornecimento de notícias

As palavras "novidade", "renovação" e "inovação" foram diversas vezes utilizadas na elaboração do projeto e do relatório de pesquisa. Sendo assim, foi de extrema conveniência estudar os modelos atuais para que se pudesse constatar a presença do novo. Para tanto, primeiramente foi definida uma amostra de sites de

grupos privados de produção ou veiculação de notícias, fossem unicamente virtuais ou representassem segmentos on-line de outros veículos. Em sequência, efetuou-se, a partir da observação de diversos critérios e da consulta à literatura previamente levantada, uma série de análises sobre os modos de operação adotados por cada um.

3. Reconhecimento dos agentes envolvidos na produção de conteúdo voltado para a Internet

Analisado o funcionamento dos sites de notícias, o enfoque tornou a ser a produção jornalística unicamente para a *web*. Sendo assim, a finalidade foi aprofundar o conhecimento da dimensão definida como “estrutural”. Para tanto, foram reconhecidos e conceitualizados os agentes envolvidos do processo de produção à recepção de um bem cultural jornalístico na Internet. A importância do desenvolvimento residuiu na melhor compreensão de processos de criação e no estabelecimento de noções reutilizadas no restante da pesquisa. A percepção de semelhanças entre os casos analisados culminou na produção de representações visuais das conclusões.

4. Comparação entre conteúdo gerado para jornalismo da web e para meios tradicionais

Para encerrar as atividades compreendidas pelo primeiro semestre de desenvolvimento da pesquisa, marcado por procedimentos de caráter observacional, foi comparado o jornalismo desempenhado para a Internet, aprofundado durante a etapa (2), com as suas modalidades impressa, televisiva e radiofônica. Neste processo, dados estatísticos diversos permitiram a conversão de experiências pessoais de recepção em proposições científicas. Também foram abordadas as relações mitológicas e as características intrínsecas e socialmente desenvolvidas de cada meio. Alguns dos critérios adotados foram rapidez e durabilidade de seus conteúdos.

5. Listagem de ferramentas de integração entre serviços da Internet e fornecimento de notícias

A realização desta etapa parte da percepção de que uma das maiores vantagens de toda produção voltada para a *web* reside na facilidade de integração entre múltiplos serviços. É através dessa condição que se propicia facilmente a agregação de funcionalidades diversas a um mesmo produto. Dessa forma, um vasto escopo de sites foi pesquisado para se reunir ferramentas de diversas naturezas e propostas. Em sequência, buscou-se segmentá-las por categorias referentes às suas funções. O conceito de cada função definida e alguns exemplos de serviços compreendidos passaram a compor uma lista de grande utilidade prática.

6. Reconhecimento dos novos papéis do jornalismo diante da geração espontânea de conteúdo

Encerrando as etapas da pesquisa e assumindo, por consequência, a posição de principal objetivo de realização desta, foram realizadas reflexões sobre toda a temática abordada. Partindo da percepção de que novas potencialidades geram margem para o desempenho de novos papéis, buscou-se reconhecer os compromissos do jornalismo diante da geração espontânea de conteúdo. Trata-se de uma etapa marcada pelo trabalho teórico e assertivo. Sendo assim, foi requerida uma nova e intensa aproximação com levantamento de informações. Como resultado, muito mais pertinente que conclusões, foram engendrados argumentos e pontos de discussão.

5. Materiais

Dado o caráter teórico, observacional e propositivo desta pesquisa, o uso de pouquíssimos materiais e serviços foi requerido. Sendo assim, destaca-se o papel do Delicious (<http://delicious.com>) e do Facebook (<http://facebook.com>) como plataformas em que foram agregados conteúdos relevantes; da suíte de aplicativos do Google Docs, que permitiu estruturar e desenvolver todo o projeto nas nuvens informacionais e sem a necessidade de instalação de novos programas; do Lyx, editor visual de textos através linguagem Latex, por via do qual o relatório foi escrito e gerado; dos softwares livres, de modo geral, já que o sistema operacional Ubuntu 11 e programas como Mozilla Firefox e GIMP foram constantemente utilizados em todo o processo de desenvolvimento.

6. Métodos

1. Levantamento bibliográfico sobre Internet, Informação e Conhecimento.

Conforme já explicitado, a intenção de realizar um levantamento bibliográfico, presente no projeto de pesquisa, foi propositalmente convertida em “levantamento de informações”. Não somente textos foram explorados, mas, sobretudo, o envolvimento contínuo com atividades e grupos diversos. A participação em eventos, palestras e debates foi bastante recorrente e, em incontáveis momentos, as pautas apresentadas tangenciaram os tópicos da pesquisa. Como consequência, os interesses e dúvidas que emergiram nestas ocasiões foram posteriormente supridos através de leituras diversas. Sendo assim, mesmo inexistindo a possibilidade de referenciar estes eventos, ressalto o valor que possuíram ante o acesso a saberes inexplorados.

No âmbito dos livros, destaco as contribuições efetivadas por Carrière e Eco (2010), Jenkins (2009), Prado (2011), Schiwgel e Zanotti (2010) e Piotet e Pisani (2010). Este último, cuja leitura se deu a partir do empréstimo e recomendação do orientador da iniciação científica, aborda precisamente o exato enfoque da pesquisa. Houve grande distância de autores cujo contato era pretendido, tal como Vilém Flusser, Castells, e Lucia Santaella. Por outro lado, uma gama de obras não previamente listadas assumiu notáveis papéis perante as reflexões estabelecidas.

Paralela e continuamente, o acompanhamento de noticiários e periódicos específicos foi prioritário, dentre os quais se destacam o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) e o Observatório da Imprensa (OI).

2. Análise do funcionamento de sites de fornecimento de notícias

Embasado na proposta de se compreender o atual para tornar-se capaz de reconhecer o novo, sites de grupos privados envolvidos com a produção ou veiculação de notícias foram analisados. O dever ético de propiciar o acesso à informação de modo independente dos interesses estatais justifica o porquê do atributo privado ter sido mencionado. Previa-se a ocorrência de apenas duas categorias: veículos cuja existência seria unicamente vinculada à web e veículos que operassem em ao menos alguma outra plataforma.

Já que toda análise requer um objeto e que ciência não se produz via aleatoriedade, o primeiro procedimento necessário foi definir um método para seleção da amostra a ser estudada. Diante de poucas alternativas, a escolha foi por uma navegação orientada, em que, partindo-se de portais, listagens, prêmios da Internet, favoritos sociais e outras fontes de referências, buscava-se encontrar o maior número de sites. Em pouquíssimo tempo, um espectro imensurável se encontrou à disposição, implicando na necessidade de impor alguma limitação.

A opção foi por privilegiar serviços nacionais. Ainda assim, a amostra era exageradamente numerosa perante o tempo destinado a realizar a etapa, o que implicou na carência por um segundo processo de filtragem. A partir de atributos quantitativos públicos, como número de acessos, tempo de existência e classificação perante o Google Page Rank, limitou-se, por fim, a somente 40 o número de sites definidos como amostra.

Para que fossem efetuadas as proposições analíticas declaradas, um novo e intenso contato com cada elemento selecionado foi empreendido. Conhecendo-os individualmente e relacionando as percepções obtidas com as informações levantadas na etapa precedente (1), buscou-se segmentá-los em categorias para que, em sequência, fossem analisados conjuntamente. Importante notar que tais realizações ocorreram, conforme previsto em cronograma, nos meses de agosto e setembro.

3. Reconhecimento dos agentes envolvidos na produção de conteúdo voltado para a Internet

A proposta do estabelecimento de modelos facilitadores da compreensão visava, em segunda instância, oferecer os conceitos e termos adequados para as realizações posteriores. Para efetivá-la, primeiramente foi necessária uma etapa predominantemente observacional, em que a mesma amostra anteriormente estabelecida teve seu funcionamento esquematizado. Estes esquemas correspondiam, em síntese, à conversão de todo o processo noticioso, da formação do texto até a sua recepção pelo usuário, em “agentes”, “produtos” e “processos”.

Dadas as divergentes naturezas dos elementos constituintes da amostra, foram produzidos vários modelos esquemáticos que, no entanto, possuíam aplicabilidade bastante limitada, em alguns momentos restrita unicamente ao site que as originava. A percepção decorrente foi de que um modelo geral da produção de conteúdo jornalístico para a Internet deveria ser menos prático e técnico que essencial. Dessa forma, de estruturas como, por exemplo, redator, editor e comentarista, passou-se a trabalhar com conceitos de emissor, receptor e cidadão. Esta segunda etapa, mais propositiva que observacional, originou os modelos reproduzidos

nos resultados. A realização de todo este processo ocorreu, segundo o cronograma previsto, nos meses de setembro e outubro.

4. Comparação entre conteúdo gerado para jornalismo da web e para meios tradicionais

Havendo constatado, durante a execução das etapas (2) e (3), que as estruturas de produção se unificam através do fluxo de capital, concluiu-se a indissociabilidade entre as atuações de determinado grupo em cada meio distinto. Se na dimensão das estruturas de produção, do modelo de financiamento e do papel ético assumido não existe essa diferença, no âmbito do conteúdo ela é inevitável, como se pode perceber com a simples afirmação de que o meio televisivo permite a transmissão audiovisual e o radiofônico, apenas auditiva.

Pautada, portanto, pela semiótica, a análise comparativa efetuada se distanciou do modelo até então adotado, em que a abordagem buscava ser mais estrutural e sociológica. Para desempenhá-la, partiu-se da relação entre a amostra que vinha sendo trabalhada e as experiências pessoais como leitor, ouvinte, telespectador e usuário de Internet acumuladas. Se toda percepção advinha da subjetividade de experiências, converter sintomas em dados científicos se tornou possível através do uso de dados estatísticos diversos. Convencionou-se definir como meios tradicionais do jornalismo as suas modalidades impressa, radiofônica e televisiva. Novamente, esta realização ocorreu conforme o cronograma adotado, nos meses de outubro, novembro e dezembro.

5. Listagem de ferramentas de integração entre serviços da Internet e fornecimento de notícias

Duas complicações são instantaneamente notadas ao se deparar com a proposta da etapa. A primeira delas decorre da quantidade incalculável de ferramentas agregáveis a serviços de fornecimento de notícias. Com a consolidação das redes sociais como tendência mercadológica, o surgimento diário de serviços a elas relacionados é intenso. Em segundo lugar, o conceito de integração com serviços de fornecimento de notícias se apresenta extremamente vago. Pergunta-se: integração em que instância (pesquisa, disponibilização, visualização, armazenamento,...)?

Dessa forma, a primeira dificuldade metodológica correspondeu à seleção dos serviços que seriam analisados e possivelmente integrariam a lista. Como solução pragmática, partiu-se, novamente, da amostra trabalhada, onde se efetuaram sucessivas navegações orientadas à percepção e anotação de serviços integrados existentes. Vale especificar que se estabeleceu como serviço toda integração de produto ou marca que, em última instância, propicia alguma finalidade específica. Sendo assim, mais uma vez o espectro de possibilidades se revelou demasiado amplo diante do tempo e profundidade da pesquisa. Uma nova solução metodológica foi adotada: o enfoque unicamente em serviços de compartilhamento e distribuição sociais.

Selecionada uma grande quantidade de serviços, buscou-se segmentá-los por categorias de acordo com suas propostas. Em sequência, foi feito uso, em profundidades diferentes, de cada ferramenta apontada, a título de verificar comparativamente quais seriam as mais eficientes e adequadas à proposta. Por fim, elaborou-se uma definição conceitual de cada categoria estabelecida, a título de revelar a interpenetrabilidade de propostas aparentemente divergentes e a decorrente impossibilidade de compreensão da *web* unicamente através dos mecanismos práticos existentes. Destaco o papel de Crucianelli (2010) para esta etapa, sem cuja contribuição tornaria dificultosa a realização conforme o cronograma, correspondente aos meses de janeiro a abril.

6. Reconhecimento dos novos papéis do jornalismo diante da geração espontânea de conteúdo

Em outras palavras, a etapa final correspondeu a uma síntese reflexiva de todo o desenvolvimento da pesquisa. Imersa no caráter teórico e social, buscou-se identificar os novos papéis do jornalismo diante do contexto abordado e visando a máxima apropriação dos potenciais oferecidos pela *web*.

Resultante de cada uma das etapas previamente realizadas, o método de sua realização consiste, portanto, no levantamento de informações sobre Internet, informação e conhecimento; na análise do funcionamento de sites de fornecimento de notícias; no reconhecimento dos agentes envolvidos na produção de conteúdo voltado para a Internet; na comparação entre conteúdo gerado para jornalismo da web e para meios tradicionais; e na listagem de ferramentas de integração entre serviços da Internet e fornecimento de notícias.

Por fim, diante dos diversos resultados obtidos, novas reflexões foram propostas. A etapa foi realizada conforme o cronograma previsto, entre os meses de abril e junho. No entanto, longe de ter obtido respostas definitivas, continua em desenvolvimento, por tempo indeterminado e extravasando os limites da vigência da pesquisa. Os resultados apresentados neste relatório constituem antes pontos de discussão orientados que conclusões.

7. Resultados

Primeiramente, os conteúdos de maior pertinência encontrados durante o levantamento de informações compuseram uma lista que foi disponibilizada on-line através das plataformas Delicious (<http://delicious.com/gobbueno>) e Facebook (<http://www.facebook.com/pages/Web-Jornalismo/163284643729568>).

Em sequência, foi realizada a seleção e categorização da amostra (Tabela 1). As dificuldades ocorreram, sobretudo, devido à inconsistência das definições que se tinha, como a definição de blog jornalístico seguinte:

"Dito isso, consideramos que blogs jornalísticos são aqueles cujos endereços são públicos, estando acessíveis a qualquer pessoa com acesso à internet; que se destinem, na totalidade ou na maior parte do tempo, a divulgar acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse; e, ainda, cujos blogueiros tenham a preocupação e se esforcem para: a) disponibilizar frequentemente conteúdos novos, ainda que sem periodicidade fixa ou determinada; b) e divulgar seus "blogs/lugares", tornando-os endereços na web amplamente conhecidos com o intuito de atrair um número expressivo de internautas, ou seja, uma grande audiência (que na internet é expressa por número de page views)" (ESCOBAR, 2009, p. 225).

Categoria	Sites
Impressos	Folha (http://www.folha.uol.com.br/), Estadão (http://www.estadao.com.br/), Globo (http://oglobo.globo.com/), Metro (http://publimetro.band.com.br/), ABC (http://www.dgabc.com.br/), Carta Capital (http://www.cartacapital.com.br/), Veja (http://veja.abril.com.br/), Caros Amigos (http://carosamigos.terra.com.br/), Piauí (http://revistapiaui.estadao.com.br/), Época (http://revistaepoca.globo.com/).
Rádiodifusão	Rede Globo (http://redeglobo.globo.com/), SBT (http://www.sbt.com.br/home/), Rede Record (http://rederecord.r7.com/), Record News (http://noticias.r7.com/record-news/), EPTV (http://eptv.globo.com/), Jovem Pan (http://jovempan.uol.com.br/), CBN (http://cbn.globoradio.globo.com/), Rádio Bandeirantes (http://radiobandeirantes.com.br/), Eldorado (http://www.territorioeldorado.lima.com.br/), Band Vale (http://www.bandvalefm.com.br/).
Portais	G1 (http://g1.globo.com/), Terra (http://www.terra.com.br/), UOL (http://www.uol.com.br/), R7 (http://www.r7.com.br/), Ig (http://www.ig.com.br/), Yahoo (http://www.yahoo.com.br/), Bol (http://www.bol.com.br/), MSN (http://www.msn.com/), Abril (http://www.abril.com.br/), Globo.com (http://www.globo.com/), Band.com (http://www.band.com/).
Blogs	Juca (http://blogdojuca.uol.com.br/), Zeca Camargo (http://g1.globo.com/platb/zecacamargo/), Vera Magalhães (http://presidente40.folha.blog.uol.com.br/), Milton Neves (http://blog.miltonneves.ig.com.br/), Noblat (http://oglobo.globo.com/pais/noblat/), Luis Nassif (http://www.advivo.com.br/luisnassif/), Cardoso (http://www.carloscardoso.com/), Trezentos (http://www.trezentos.blog.br/), Outras Palavras (http://www.outraspalavras.net/), Global Voices (http://globalvoicesonline.org/).

Tabela 1 - Amostra definida e segmentada por categorias.

Dentre os elementos selecionados, percebeu-se que a subdivisão em categorias era, além de dificultosa, muitas vezes indiferente, já que são extremamente comuns as associações entre sites, canais, produtos, portais e grupos entre si. Tal fenômeno remete à propriedade cruzada, característica marcante da mídia nacional que Lima (2001) explica e exemplifica (Tabela 2).

Grupo	Empresas
Grupo OESP	BCP e BSE; Planetaimóvel.com; Provedor Terra.
Grupo Folha	Universo On-Line
Organizações Globo	Sistema Net (Globo Cabo); SKY Internacional; Victori Comunicações; Teletrim; VICOM; Portal Globo; Class; VIRTUA; Consórcio Vicunha (Maxitel).
Grupo Jornal do Brasil	TV Cidade; Globalstar do Brasil.

Grupo Abril	Sistema TVA; AJATO; Link Express; Universo On-Line; Neo TV; Idealyze.
SBT	SBT On-Line; TV Cidade

Tabela 2 - Expansão de seis grupos brasileiros de mídia (LIMA, 2001).

Sendo assim, a propriedade cruzada limitaria toda a amostra selecionada a pouco mais que algumas famílias, dado que grupos familiares são outra característica tradicional da mídia brasileira. O caso a seguir (Tabela 3) serve para exemplificar o fenômeno que, dessa forma, repete-se com a maior parte da amostra definida.

Categoria	Sites
Impressos	O Globo, Revista Época.
Rádiodifusão	Rede Globo, CBN.
Portais	G1, Globo.com
Blogs	Juca Kfourir, Zeca Camargo.

Tabela 3 - Elementos da amostra vinculados às Organizações Globo.

Percebeu-se, portanto, que, na proposta de analisar o funcionamento do fornecimento de notícias, muito mais fértil que avaliar layouts, designs, tamanhos e fluxos é ter a noção de que tais características são variáveis, mas que o real funcionamento opera pelas estruturas. Bucci (2010) afirma que "(...) desde meados do século 20; com o crescimento das relações públicas; os órgãos de imprensa vinham deixando de ser as únicas portas de entrada dos assuntos no espaço público". No entanto, o procedimento efetivado resulta na compreensão de que são indissociáveis os segmentos de assessoria, notícia, entretenimento e propaganda, conforme nos ajuda a compreender o excerto seguinte:

"A história do jornalismo mostra que, a partir de meados do século XIX - altura em que começa a definir-se o jornalismo como relato 'noticioso' e 'objectivo' e, ao mesmo tempo, como profissão específica - este começa a privilegiar, em vez de tal informação formativa e comunitariamente relevante, uma informação orientada para o 'acontecimento' mais ou menos efêmero, destinada a alimentar a curiosidade evanescente dos leitores e visando essencialmente divertir e agradar. Uma situação que (...) atingiu hoje a sua 'perfeição' suprema com a transformação generalizada da informação jornalística em espectáculo e entretenimento e a sua subordinação total ao poder político e, sobretudo, ao dinheiro (SERRA, 2003, p. 14)".

Conclui-se, dessa forma, que não basta ser um site (e não um jornal impresso) para possuir qualquer virtude democrática adicional. Os grandes portais são regidos pelo modelo tradicional e os blogs, na maioria das vezes, são meras atualizações ou transposições das colunas. Diante da tendência constatada à união de sites em outros canais, portais e, em última instância, grupos, apenas cinco blogs adotados selecionados como amostra (Luis Nassif, Cardoso, Trezentos, Outras Palavras e Global Voices) são externos ao circuito da mídia convencional. São estes os veículos independentes onde a geração espontânea de conteúdo efetivamente ocorre e, portanto, tratam-se dos reais objetos da pesquisa.

Para se alcançar um modelo aplicável a esta nova forma de compreensão do jornalismo, deve-se partir de outros modelos de produção de conteúdo. Primeiramente, criou-se o modelo da autoria (Figura 1). Nele, a "causa" é um elemento que pode assumir infinitos valores, sendo que algumas comuns possibilidades foram destacadas. De modo geral, encontra-se implícita, mas é quem define o gênero do produto. O processamento consiste na interpretação, agregação e reprodução da causa. Não se trata da primeira marca de autoria, já que a própria causa decorre de uma percepção individual decorrente da cultura estabelecida. No entanto, é a etapa onde se define o autor, seja ele individual ou coletivo, visto que a causa pode resultar de um encaminhamento anterior efetuado por outra instância. A palavra texto, em sequência, assume o sentido amplo, segundo apresentado em Baitello Junior (1999), podendo ser de naturezas e modalidades diversas, como imagético, literário e sonoro.



Figura 1 - Modelo da Autoria

Conforme o nome explicita, o modelo se refere à autoria, à construção, não à atividade jornalística. É válido, portanto, para criação de textos com qualquer finalidade, havendo um dever ético ausente para que justificasse sua caracterização no campo do jornalismo. Com a mesma generalidade, há o modelo da publicação (Figura 2). A própria palavra publicação, polissêmica, cuja base etnológica se refere ao ato de tornar comum, público, possibilita também ser interpretada como transmissão, refletindo unilateralidade (LIMA, 2001). A nota seria correspondente à percepção socializada de um texto, mesmo que restrita a alguns poucos segmentos e o que tampouco se vincula à atividade jornalística, inexistindo ainda o dever ético. No entanto, muitas vezes, notas são assumidas como notícias. Segundo o trecho seguinte,

"(...) Um dos efeitos fundamentais desta situação é a transformação cada vez mais evidente da própria política em publicidade e em espetáculo, num conjunto de 'pseudo-acontecimentos' mais ou menos encenados visando cativar as audiências" (SERRA, 2003, p. 14).

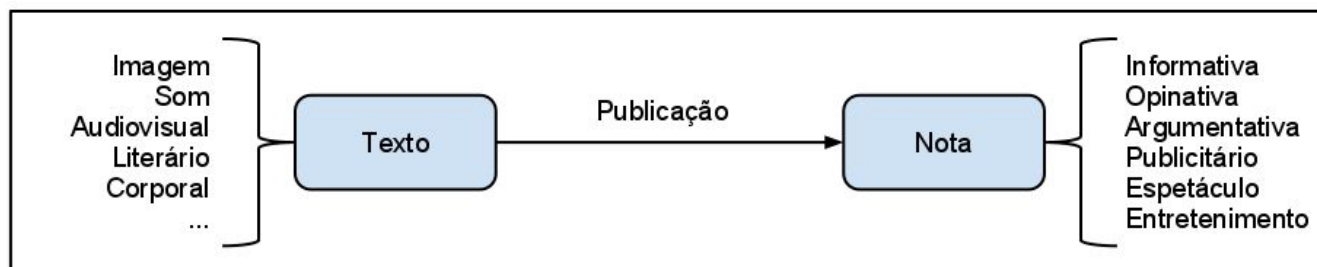


Figura 2 - Modelo da Publicação

A partir de ambos, pode ser estabelecido o modelo do jornalismo, em que autor e cidadão efetivam o ciclo de comunicação. É válido ressaltar: (1) que o percurso de cada canal de processamento altera a mensagem, (2) que a ética aumenta quanto menos são as barreiras entre estes canais e (3) que a comunicação se estabelece por ligação de duas vias entre notícia e cidadão. Esta proposta de compreensão do jornalismo segundo aspectos éticos reside nas bases dos novos papéis e estruturas de produção apontados.

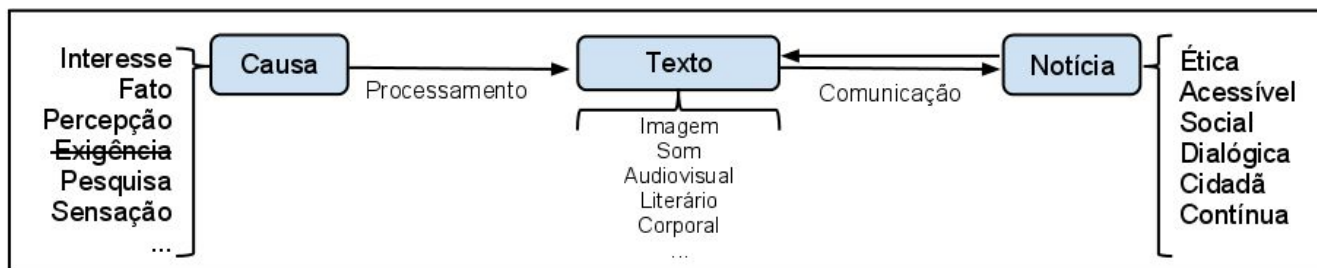


Figura 3 - Modelo do Jornalismo

Consolidado este raciocínio, pode-se constatar que, na intenção de se comparar os conteúdos do jornalismo para a web com as suas modalidades tradicionais, primeiro deve ser considerada a essência destes

conteúdos. A fim de conhecê-la, parte-se do conceito de “fluxo televisivo” de Raymond Williams (1975), por via do qual se argumenta a indissociabilidade metodológica entre os blocos de programação e as propagandas televisivas, dado que ambos possuem a finalidade única da venda de audiência ao segmento publicitário. Ou seja:

"Podemos, então, pensar numa 'experiência de ver TV' do telespectador, que processa conjuntamente comerciais e programas, exigindo tanto determinados procedimentos de linguagem como uma certa qualidade audiovisual das produções. Assim, a noção de fluxo e seus desdobramentos aponta para a necessidade de compreendermos também a materialidade da realização dos comerciais, pois a massa de pequenos segmentos dos intervalos exerce uma influência determinante nos padrões dos produtos ficcionais audiovisuais modernizados" (RAMOS, 2004, p. 64).

Dado que, conforme proposto, a essência da mídia tradicional é a mesma dos grandes portais e sites, o raciocínio sobre a televisão é também válido à Internet, o que nos permite concluir que, segundo Solha, "A mídia não está mudando a reboque da convergência das tecnologias, mas, pelo contrário, a convergência das mídias tornou oportuna a apropriação das novas tecnologias oferecidas" (SOLHA, 2009, p. 94).

Apesar da decorrente impossibilidade de comparar as estruturas de produção das modalidades sugeridas, é inegável a diferenciação técnica entre cada canal. As comparações acabam por ocorrer, portanto, na dimensão única do conteúdo. Ou seja, aproxima-se do viés semiótico e distancia-se da abordagem proposta até então, mais relacionada a autores como McLuhan (1964).

A consequência é a efetuação de um vasto número de comparações, sendo variados os atributos profundidade e aplicabilidade destas. A constatação inicial é de que a Internet propicia a combinação de múltiplos sentidos perceptivos, já que é multimodal (LEVY, 1999), enquanto os outros meios ativam diretamente uma menor quantidade, como o rádio, que transmite apenas conteúdos sonoros. Embora aparentemente óbvia, tal noção tem implicações práticas e comerciais, já que a inserção de veículos da mídia tradicional no ambiente web implica na criação de novos núcleos de produção, como é o caso, por exemplo, da TVFolha (<http://www.youtube.com/folha>), o canal de produção audiovisual para a web do jornal Folha de São Paulo.

Uma maior quantidade de ruídos intermediários ocorrem nos serviços da Internet. Isto decorre de múltiplos fatores, dentre os quais se percebe o deslocamento de conteúdos. Trata-se da principal consequência da digitalização dos dados, que os torna reproduzíveis, copiáveis e alteráveis. Dessa forma, é um procedimento simples desvincular uma notícia do site de seu produtor e reutilizá-la em outras circunstâncias. No entanto, durante o processo, é possível e comum a alteração do conteúdo, sendo que o próprio rompimento de vínculo retratado constitui uma alteração semântica, dado que o “meio é a mensagem” (MCLUHAN, 1964).

Esta alta possibilidade de ocorrência de ruídos gera problemas de credibilidade comumente enfrentados por veículos da web (trata-se de um tópico especificamente abordado em sequência). Notadamente, a incompreensão sistêmica e a resistência ao novo são razões de igual pertinência. No entanto, o hábito de se consumir notícias via Internet segue crescente, já que:

"For the first time, more Americans said they went online to get their news than said they read a newspaper 'yesterday'. Television, though, still reigns as 58% of Americans reported getting some news from television 'yesterday' almost double online (THE PEW RESEARCH CENTER'S PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM, 2011).

Ainda em relação aos processos digitais de modificação e encaminhamento das informações, foi elaborada a lista de ferramentas de integração entre serviços da Internet e fornecimento de notícias. Sua versão sintetizada está disponível on-line (<http://issuu.com/quilhermebuenopereira/docs/apendice1>), em decorrência da limitação de espaço do relatório final e também para que seja livremente compartilhada.

Quanto à definição dos novos papéis, os resultados foram mais propositivos que definitivos, é válido ressaltar. Embora o rigor científico tenha sido o eixo estruturador das constatações, a atuação direta no campo ético aliada à atualidade do tema resulta, inevitavelmente, em discussões abertas. Encontram-se presentes as conclusões em toda a disposição do relatório final, dado que sua elaboração foi posterior à realização da etapa. No entanto, é pertinente destacar alguns raciocínios.

Primeiramente, abordar os “novos papéis” do jornalismo é se valer de uma ambiguidade lúdica para abordar a questão. Além de se referir aos deveres, a palavra “papéis” se relaciona com a modalidade impressa, tradicional à atividade jornalística e posta em discussão a partir das turbulências tecnológicas recentes. Bucci complementa:

"Eles [os jornalistas] se sentem à beira da extinção. Talvez porque se sintam fazedores de jornal de papel – e não mediadores do debate público, independentemente do meio. Quanto a isso, também é sintomático que, até hoje, em muitas faculdades, ainda exista a disciplina de 'jornalismo impresso'. Vivemos uma era em que qualquer redação se vale de múltiplos suportes tecnológicos simultâneos. Mesmo assim, a disciplina 'jornalismo impresso' continua aí, intacta – e o professor possivelmente também se sente ameaçado. É como se um médico se visse condenado à morte por não escrever mais as receitas no papel, com caneta tinteiro, ou por não poder mais prescindir de exames computadorizados na hora de definir o diagnóstico. É como se um juiz perdesse o sono porque o processo em papel vai desaparecer (já deveria ter desaparecido). Juízes e médicos não são fazedores de "conteúdos" sobre papel. Nem jornalistas, mas vá convencê-los disso" (BUCCI, 2010).

A crítica feita por Bucci é embasada na ideia de que a atividade jornalística se justifica pela ética no dever de promover o acesso à informação, algo imprescindível para a sociedade democrática. Lima (2001) apresenta uma visão histórica alternativa, em que a atividade se fez presente antes pela oportunidade comercial que pelo sentido ético. Segundo ele, nos Estados Unidos, no início do século XX, foram institucionalizados os cursos de jornalismo. Tal processo se iniciou como resultado das pressões organizadas de associações estaduais de imprensa, constituídas por atuantes no mercado que buscavam legitimidade e profissionalismo. O fluxo americano, desse modo, tem como ponto de partida as empresas, para se desenvolver a formação e o ensino que culminam, finalmente, na teoria. As indústrias do rádio e da guerra motivaram, por conseguinte, condições para pesquisa em comunicação, a qual ocorreu à margem dos cursos de jornalismo, ignorando outras escolas, sobretudo Europeias, já consolidadas; e substancialmente se focando na orientação instrumental, marcada pela atividade que se submete aos interesses do estado ou do anunciante.

Ainda assim, o jornalismo, de fato, adquire um papel ético de elevada importância. Sendo assim, diante das turbulências causadas pela incorporação de novas tecnologias, Bucci completa: "Claro que a questão é séria. O futuro dos repórteres está cheio de incógnitas, mas a identidade da profissão não foi posta em dúvida. Longe disso. E é justamente porque se tem bem claro o lugar da imprensa na democracia que há um intenso debate em torno das suas formas de financiamento" (BUCCI, 2010). Este consolidado papel da imprensa é o que se confirma através do Relatório MacBride: "Solutions to the political problems of communication depends on finding a balance between the legitimate interests of the State and the rights of access to information that may be extended to diverse sections of opinion" (UNESCO, 1980, p. 21). Dessa forma, o impacto tecnológico na atividade jornalística pode ser menos significativo para a essência da profissão do que se costuma afirmar, contrariando o seguinte:

"É assim que acontece o turning point do jornalismo colaborativo ao jornalismo nas mídias sociais: se até então os usuários batiam na porta de um veículo oferecendo o seu conteúdo para publicação, agora é o veículo que deve correr atrás do usuário em busca de um conteúdo diferenciado e com alto teor de noticiabilidade. Foi o que vimos nos episódios de tremores de terra em São Paulo (2008) e em Brasília (2010), relatados no Twitter antes que qualquer veículo noticiasse" (BAMBRILLA, 2011, p. 98).

Bucci também contra-argumenta Brambilla, negando a profundidade essencial dos impactos tecnológicos:

"A necessidade democrática de que o debate público seja mediado e abastecido por uma instituição independente; vale dizer; a imprensa; com redações independentes; não deixou de existir. Ao contrário; ela está ainda mais presente. O que se passou é que; com a crescente participação da sociedade na elaboração de conteúdos jornalísticos; a própria imprensa adquiriu mais vasos circulantes; mais massa crítica e mais agentes. O jornalismo se tornou um diálogo mais denso; mais diverso; mais polifônico. Mas não perdeu sua razão de ser; sua especificidade. Ele hoje pode se processar de modo mais colaborativo; apenas isso" (BUCCI, 2010).

Serra aparentemente tem uma compreensão mais balanceada, em que se destaca a participação social como um fator positivo e, efetivamente, originado na tecnologia.

"O movimento a que se tem vindo a chamar 'jornalismo cívico' ou 'jornalismo público' pode ser visto também, no seu conjunto, como uma tentativa de, a partir da interação entre o jornalista e o público – uma interação mediante a qual se tornará possível, ao primeiro, detectar as questões que

verdadeiramente interessam o segundo –, produzir uma informação comunitariamente relevante, alternativa à informação dominada pelos interesses do establishment e do entertainment” (SERRA, 2004, p. 22).

Havendo diversos grupos motivados por interesses diversos que trazem à tona tópicos de debate público, inclusive redes sociais colaborativas, o que diferencia o verdadeiro jornalismo? Ou, como pontua Carvalho, "(...) reconhecidas historicamente e por seu papel de intermediárias da informação na sociedade, as empresas jornalísticas veem-se hoje diante de pelo menos um desafio no cenário das mídias sociais: como continuar sendo referência de credibilidade para um público cada vez mais atuante e participativo?" (CARVALHO, 2011, p. 101). A credibilidade é uma questão de extrema pertinência não somente diante do jornalismo tradicional ou participativo, mas de uma quantidade de informação muitas vezes maior. "(...) O número de publicações científicas no século XVII era tão copioso que um bom cientista podia manter-se inteirado de tudo que acontecia, ao passo que hoje é impossível, para esse mesmo cientista, sequer tomar conhecimento dos 'abstracts' referentes aos artigos publicados em seu domínio de pesquisa" (CARRIÈRE; ECO, 2010, p. 50).

"Muito leite, muita nata", conforme o provérbio popular. Segundo Bucci, o papel pragmático do jornalismo diante da Internet consiste, justamente, em agregar credibilidade à informação. "Hoje, diante da abundância de informações que abarrotam a internet; o cidadão se pergunta: 'Mas em quem é que eu posso confiar?' Dessa pergunta virá a diferença. Por seu método; sua independência e seu discurso; subordinado ao direito à informação a que se dirige; o jornalismo gera credibilidade" (BUCCI, 2010). No entanto, justificar a atividade jornalística somente através da criatividade é limitar seu potencial. A Internet é também capaz de fornecer ao usuário, além de acervos ilimitados, alguma credibilidade: existem motores de busca, favoritos sociais, avaliações de conteúdo, dentre uma infinidade de modos de se gerar confiança. Tratam-se apenas de novos modos, mas, ainda assim, são efetivos e até mais sociais que os tradicionais. Afinal, diante dos fluxos de capital que gerenciam a mídia e foram aqui explicitados, se a Internet não oferece credibilidade, qual a garantia de que o jornalista tradicional a ofereça? "Credibilidade", inclusive, é um termo que exige forte cautela por ser imediatamente associado a "verdade", conceito que ignora a existência de outros pontos de vista. Carrière completa, acerca de verdade e credibilidade:

O que a Internet nos fornece é na realidade uma informação bruta, sem nenhum discernimento, ou quase isso, sem controle das fontes nem hierarquização. Ora, todos nós precisamos não apenas verificar, como dar sentido, isto é, organizar, colocar seu saber num momento de seu discurso. Mas segundo que critérios? Nossos livros de história, como dissemos, foram frequentemente escritos a partir de preferências nacionais, influências às vezes passageiras, escolhas ideológicas que se apresentavam aqui e ali. Nenhuma história da Revolução Francesa é inocente. ("...") (CARRIÈRE; ECO, 2010, p. 71).

O que se extrai como síntese conclusiva é a oralidade sendo retomada. Cashmore (1998) nos relata que a fixação da oralidade foi obtida através da escrita, mas tanto seu alcance territorial quanto a quantidade dos seus receptores potenciais, os alfabetizados, foram ampliados somente com o advento da imprensa. Dessa forma, a oralidade está presente nas origens da escrita e, portanto, nas suas funções mais essenciais. Se a imprensa surgiu e ampliou o número de alfabetizados, em contrapartida, aos poucos eliminou a dimensão dialógica que se era possível alcançar somente através da palavra falada, gerando relações mitológicas de credibilidade, verdade e isenção jornalísticas. Com o advento da Internet e a decorrente possibilidade de comunicação todos-todos em uma rede sem centro político, ideológico ou financeiro, são criadas as condições para que todos tenham voz (embora todos se limite, ainda, a todos os usuários de Internet e não a todos os indivíduos do mundo). Ter voz significa poder falar, ser ouvido e interpretado. As relações de credibilidade se estabelecem a partir daí, existindo regras semelhantes para a comunicação oral interpessoal e on-line. Por exemplo, é improvável crer em uma história qualquer quando ela é contada por um estranho, mas a construção de uma relação próxima faz com que se conheça o emissor, compreenda suas motivações e possa nele acreditar. A contestação é parte integrante do processo. Ou, se eu souber que várias outras pessoas também ouvem este emissor, posso estar mais inclinado a com ele concordar. Assim por diante, a construção de credibilidades é um processo dialógico e contínuo onde a dimensão individual daquele que interpreta é de notável importância, conforme nos indica o excerto: "Com a Internet, que nos dá tudo que nos condena, como você acaba de dizer, a operar uma filtragem não mais pela mediação da cultura, mas da nossa própria cabeça, corremos o risco de dispor agora de seis bilhões de enciclopédias. O que impedirá qualquer consenso" (CARRIÈRE; ECO, 2010, p. 72).

Se o fornecimento de informações e a construção da credibilidade deixam de ser potencialidades

exclusivas ao jornalismo, no que consiste o atributo que o define? Que papéis assume diante do contexto da geração espontânea de conteúdo? Como a atividade jornalística seguirá justificando sua existência se as funções que desempenha são igualmente exercíveis por mecanismos automatizados, como motores de busca e sistemas de votos? A partir de uma constatação que se destina à educação, tem-se uma consistente argumentação:

"O professor chegava lá na sala de aula e fazia uma transmissão do seu conhecimento. Ele era dono do conhecimento e você fazia um download do que ele te trazia e na prova ele fazia um teste de memória para ver se você tinha decorado o que ele tinha te trazido. Hoje, se o professor achar que é proprietário do conhecimento ele está fora do mundo. A informação está totalmente disponível e nós vamos ter que encontrar esse discernimento em rede. O conhecimento vai ser produzido desse relacionamento do professor com seus alunos, que é a tarefa do professor desde tempos imemoriais: ser um produtor de insights, de fricções de mentes e corações" (TAS, 2009, p. 236).

Jornalismo como produtor de insights é um conceito de profundidade muito maior que o mero fornecimento do acesso à informação crível. Embora tenha sido historicamente importante, o modelo da credibilidade se torna inválido diante do acesso universalizado às fontes referenciais e representa o sistema broadcast em relação às potencialidades dialógicas presentes na web. Ademais, quando os usuários de internet obtiveram o empoderamento de ferramentas de produção e distribuição de textos (em suas diversas naturezas, conforme definido), a atividade jornalística passou a poder, efetivamente, ser desempenhada por todo cidadão. Qualquer um, com uma facilidade nunca antes vista, é capaz de alterar o diagnóstico de guerras e crises políticas. O jornalismo se tornou, sim, atividade de todos, o que não impele na diferenciação daqueles que o fazem como atividade remunerada, o que não acarreta necessariamente em mais ou menos ética, compromisso e real desempenho da atividade, portanto.

8. Considerações Finais

Por se tratar do meu primeiro projeto acadêmico, esta Iniciação Científica apresenta traços marcantes da inexperiência. A primeira dificuldade dela decorrente foi em relacionar o tempo de realização e a profundidade aplicável às pesquisas. Creio ter sido ambicioso na escolha do objeto e das propostas, talvez até a própria verve pela aprovação tenha contribuído para elevar as promessas. Realizá-la juntamente aos deveres relacionados às disciplinas regulares e à opção pelo envolvimento com diversas outras atividades consistiu em um intenso e contínuo desafio. Como consequência, considero o aprofundamento efetivado aquém do pretendido. O excesso de atividades para se desenvolver e a opção pelo cumprimento rígido de todas as etapas definidas resultou em desenvolvimentos muitas vezes superficiais.

A primeira falha identificada diz respeito à coesão entre as realizações pretendidas. Em uma avaliação posterior, nota-se que as etapas assumiram modelos de avaliação e ação não relacionados e que seriam suficientemente complexos para gerarem pesquisas específicas. Da mesma forma, o excesso de realizações propositivas consistiu em um empecilho. Vale notar que o próprio título da pesquisa é assertivo. Sendo um graduando sem experiências científicas prévias, minha compreensão dos tópicos não é suficiente para embasar um número tão alto de comparações, análises, identificações e reconhecimentos.

Também é sensível a nulidade da minha experiência prévia com o jornalismo. Não havendo o estudado anteriormente, dado que o curso de Comunicação Social – Hab. em Midialogia não o aborda especificamente, não possuía bagagem argumentativa suficiente para a produção científica. As consequências podem variar do deslumbre com conceitos básicos à conclusão de sentidos comuns ou inverdades superadas.

No entanto, ressalto que o objetivo principal tenha sido alcançado e que a experiência adquirida é de extremo valor para realizações acadêmicas futuras. O contato com o orientador, o professor Hermes Renato Hildebrand, trouxe um grande aprendizado tanto no âmbito da temática abordada quanto em relação à elaboração de produtos acadêmicos. A partir da pesquisa efetuada, prevejo o surgimento de novas oportunidades, como participação em congressos e eventos.

Destaco também, como um dos principais resultados não pretendidos, a percepção de um modelo de análise bastante aplicável a estas e muitas outras questões midiáticas, o da convergência que se efetiva por via dos fluxos de capital. Pude ter a noção de que o tema cultura digital é de extrema complexidade, embora seja aparentemente tratado com sensível deslumbre diante das inovações tecnológicas. Creio ter adquirido forte bagagem argumentativa para combater o senso comum sobressalente nas ocasiões e eventos de que participar. Também confesso, por fim, ter adquirido inquietações suficientes para se gerar novas pesquisas,

onde, diante das experiências adquiridas, certamente pretendo obter melhores desempenhos.

9. Encaminhamentos

Nenhum artigo referente a tópicos abordados pela pesquisa foi publicado durante este período. A alta carga de disciplinas regulares do curso de graduação e a opção por um amplo envolvimento com grupos e atividades diversas impediu a concentração de esforços neste sentido.

No entanto, dois artigos escritos por mim e que abordam outros temas foram encaminhados e serão brevemente mencionados. São eles: “O Pictorialismo de Robert Demachy”, na Revista On-line FotoGrafia, 5a Edição (<http://www.revistafotografia.com.br/foto-grafia-5/>), seção Artigos Científicos; e “Uma introdução ao estudo acadêmico do Cinema Hollywoodiano Contemporâneo”, em coautoria com Mariana Gomes de Lacerda, apresentado no “Enecom Pará 2011: Comunicação e Movimentos Sociais” (<http://enecompara2011.blogspot.com/>), seção Simpecos.

10. Referências

AQUINO, M. C. Os blogs na web 2.0: representação e recuperação coletivas da informação. In: AMARAL, A.; MONTARDO, S.; RECUERO, R. (org.). Blogs.com: Estudos sobre Blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

BAITELLO JUNIOR, Norval. O animal que parou os relógios: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. 2. ed. São Paulo: Annablume, 1999. 126p.

BAUMAN, Z. Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2004. 190p.

BRAMBILLA, A. Jornalismo colaborativo. SILVA, G. R. (org.). Novos jornalistas: para entender o jornalismo hoje. Pontocom, 2010. Disponível em: <<http://paraentenderojornalismohoje.blogspot.com>>.

BRAMBILLA, A. Jornalismo. In: BRAMBILLA, A (org.). Para entender as mídias sociais. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com>>.

BRASIL, U. 'Eletrônicos duram 10 anos; livros, 5 séculos', diz Umberto Eco. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 13 de mar. de 2010. Disponível em: <http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=505745>. Acesso em 29 de jul. de 2011.

BUCCI, E. Eugênio Bucci, jornalista. In: COHN, S; SAVAZONI, R. (org.). Cultura digital.br. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2009. 309 p.

BUCCI, E. Que jornalismo se ensina na escola?. Observatório da Imprensa. Jul. de 2010, ed. 592. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/que-jornalismo-se-ensina-na-escola>>. Acesso em: 29 de jul. de 2011.

CARRIÈRE, J. C; ECO, U. Não contem com o fim do livro. Rio de Janeiro: Editora Record, 2010. 269p.

CARVALHO, L. Coberturas participativas. In: BRAMBILLA, A (org.). Para entender as mídias sociais. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com>>. Acesso em: 29 de jul. de 2011.

CASHMORE, E. ...e a televisão se fez! São Paulo: Summus, 1998. 254p.

CAVELLUCCI, L.; VALENTE, J. Preferências de Aprendizagem: Enriquecendo o aprender na escola. Gestão Escolar e Tecnologias, PUC-SP, 2004.

COELHO, T. O que é ação cultural. São Paulo: Editora Brasiliense, 2006. (Coleção primeiros passos; 216). 96p.

CREATIVE COMMONS. The Power of Open. Estados Unidos: Creative Commons, 2011. 46 p.

CRUCIANELLI, S. Ferramentas Digitais para Jornalistas. Argentina: Knight Center for Journalism in the Americas, 2010.

DOMINGUES, J. A. O paradigma mediológico: Debray depois de McLuhan. Portugal: LabCom, 2010.

ESCOBAR, J. L. Blogs como nova categoria de webjornalismo. In: AMARAL, A.; MONTARDO, S.; RECUERO, R. (org.). Blogs.com: Estudos sobre Blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

ESTEVES, B. Bernardo Esteves, editor da Ciência Hoje Online. In: COHN, S; SAVAZONI, R. (org.). Cultura digital.br. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. 309 p.

FREIRE, J. Muitos mundos, uma voz. Brasil: João Lúcio Bellard Freire, 2006. 122p.

GITELMAN, "Introduction: Media as Historical Subjects", in Always Already New: Media History and the Data of Culture. MIT Press, 2003.

HIRSCH, T. Rio favela tweets create overnight celebrity. BBC News. 29 de nov. de 2010. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/news/world-latin-america-11862593>>. Acesso em: 29 de jul. de 2011.

JENKINS, H. Cultura da Convergência. 2a Ed. São Paulo: Aleph, 2009. 427p.

LEMONS, R. Ronaldo Lemos, Creative Commons. In: COHN, S; SAVAZONI, R. (org.). Cultura digital.br. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. 309 p.

LEVY, P. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999. 260p. (Coleção TRANS).

LEVY, P. Inteligência coletiva. Washington: Organización Panamericana de la Salud, 2004. Disponível em: <<http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org>>. Acesso em: 29 de jul. de 2011.

LIMA, V. A. Mídia: teoria e política. 2. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001. 368p.

MCLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix: 1964. 407 p.

PALACIOS, M. Marcos Palacios, sociólogo da comunicação. In: COHN, S; SAVAZONI, R. (org.). Cultura digital.br. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. 309 p.

PENIDO, P. Redes Sociais e Jornalismo. In: SILVA, G. R. (org.). Novos jornalistas: para entender o jornalismo hoje. Pontocom, 2010. Disponível em: <<http://paraentenderojornalismohoje.blogspot.com>>. Acesso em: 29 de jul. de 2011.

PIOTET, D.; PISANI, F. Como a web transforma o mundo: a alquimia das multidões. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010. 304 p.

PRADO, M. Webjornalismo. Rio de Janeiro: LTC, 2011. 241p.

RAMOS, J. M. O. Cinema, televisão e publicidade: cultura popular de massa no Brasil anos 70-80. São Paulo: Annablume, 2004. 261p.

REDAÇÃO OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. Modelo de notícias pagas em discussão. Observatório da Imprensa. 16 de mar. de 2010. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=581MON003>>. Acesso em: 5 de abr. de 2010.

SERRA, J. P. A transmissão da informação e os novos mediadores. In: FIDALGO, A; SERRA, P. (org.). Jornalismo Online. Portugal: Universidade da Beira Interior, 2003. 216p.

SERRA, J. P. Internet e interactividade. In: CAMILO, E (org.). Internet e Comunicação Promocional. Portugal: Universidade da Beira Interior, 2004. 289p.

SILVEIRA, S. A. Convergência digital, diversidade cultural e esfera pública. In: PRETTO, N. D. L; SILVEIRA, S. A. (org.). Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.

SCHWINGEL, C.; ZANOTTI, C. A. (org.). Produção e colaboração no Jornalismo Digital. Florianópolis: Editora Insular, 2010. 239p.

SOLHA, H. L. Notas sobre a mídia e a sociedade brasileira. In: SEL, S. La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías. 1a ed. Buenos Aires : Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO, 2009. 240 p.

SOLHA, H. L. Conferência Nacional de Comunicação: da Liberdade de Expressão à Censura Mediática. SEL, S. Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. 1a ed. Buenos Aires: Consejo, 2010. 336 p.

TAS, M. Marcelo Tas, apresentador. In: COHN, S; SAVAZONI, R. (org.). Cultura digital.br. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. 309 p.

THE PEW RESEARCH CENTER'S PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM. *State of the News Media*

2010. Disponível em: <<http://www.stateofthemedias.org/2010/>>. Acesso em: 29 de jul. de 2011.

THE PEW RESEARCH CENTER'S PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM. *State of the News Media 2011*. Disponível em: <<http://www.stateofthemedias.org/2011/>>. Acesso em: 29 de jul. de 2011.

UNESCO. *Many voices, one world*: Communication and Society Today and Tomorrow, Towards a new more just and more efficient world information and communication order. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 1980. 318p.

WILLIAMS, R. *Television*: Technology and Cultural Form. Nova York: Schocken Books, 1975.

11. Continuidade

De acordo com propostas de realização presentes no projeto de pesquisa, a Iniciação Científica foi plenamente concluída. No entanto, dada a fertilidade e atualidade do tema abordado, da mesma forma que a amplitude de suas implicações, impede-se que sejam esgotadas ou supridas os pontos de debate.

Sendo assim, um novo espectro de possibilidades acadêmicas emerge, sendo cada ponto aqui abordado suficientemente complexo para gerar uma pesquisa específica. Há, portanto, decorrências de maior ou menor imediatismo e probabilidade. Por exemplo, é certo que, a partir dos resultados, sejam elaborados artigos científicos e apresentações em congressos. Mas é igualmente possível que também ocorram novas pesquisas, como uma outra iniciação científica ou até mesmo mestrado, sobre especificamente este tema ou algum dos pontos por ele tangenciados.

Pessoalmente, a pesquisa despertou um forte interesse por Jornalismo, tanto em seu âmbito científico como profissional. O curso de Comunicação Social - Hab. em Midialogia não possui qualquer enfoque direto na área, mas, por outro lado, propicia uma compreensão muito mais abrangente sobre o contexto da convergência midiática, o que torna possível ao graduado transitar com mais facilidade por entre as práticas profissionais e acadêmicas.

Também em decorrência da pesquisa, obtive um enriquecedor envolvimento com grupos e atividades diversas, dos quais pretendo seguir participando. Em muitos deles, desempenhei, justamente, papéis relativos a Internet e cultura digital, havendo participado da produção de alguns sites e blogs colaborativos que atualmente se encontram em funcionamento.

Ainda em relação a consequências pessoais, dos meses de setembro de 2010 a fevereiro de 2011, farei um intercâmbio estudantil à Universidad Complutense de Madrid, onde cursarei disciplinas, justamente, do curso de Jornalismo. Sendo assim, a aprovação pelo programa PIBIC e o consequente desenvolvimento da pesquisa exercem radical influência sobre meus interesses, minhas atividades e, certamente, meu futuro profissional e acadêmico.

12. Outras Atividades

Em seus estudos sobre educação e tecnologias, Cavellucci e Valente (2004) abordam o que definem como “preferências de aprendizagem”. Segundo propõem, não é novidade que as pessoas “(...) não são iguais, não aprendem da mesma maneira e não fazem as coisas segundo um mesmo padrão (...)”, havendo, portanto, individuais facilidades e dificuldades durante os processos de aquisição do conhecimento. No meu caso pessoal, ficou claro no decorrer desta pesquisa que eventos, palestras, contato com profissionais e estudiosos e envolvimento com atividades diversas são extremamente enriquecedores. Mesmo o saber científico sendo tradicionalmente literário e, portanto, havendo a impossibilidade de referenciar tais experiências, elas consumiram grande parte de meus esforços de aprendizagem e, dessa forma, devem ser mencionadas com algum destaque.

Eventos

Notadamente uma das melhores formas de aquisição de interesse e rápido aprendizado. Busquei máxima participação em todos aqueles que se relacionavam, de alguma forma, com os tópicos aqui abordados. Destacam-se, dessa forma, os seguintes: Musimid (<http://www.musimid.mus.br/>), ou “Música de/para: 6º Encontro de Música e Mídia”, realizado na ECA-USP; duas ocasiões em que participei da programação dos “Debates sobre a indústria cultural no século 21”, no Teatro Aliança Francesa de São Paulo, com Nestor Canclini e Venício Lima; m-Todos, sobre “Tendências e Oportunidades da Mobilidade Digital”, realizado na própria universidade, na sede da ADUNICAMP; Campus Party Brasil 4 (<http://www.campus-party.com.br/>), no Centro de

Convenções Imigrantes, em São Paulo; Fórum 2010 da Cultura Digital Brasileira (<http://culturadigital.br/forum2010/>), sobre “A Rede das Redes”, na Cinemateca Brasileira, em São Paulo; TechTalks (<http://blog.esfera.mobi/>), em duas ocasiões, sobre Crowdfunding e Drupal, na Casa da Cultura Digital, em São Paulo; Social Media Week São Paulo (<http://socialmediaweek.org/saopaulo/>), na FAAP; Social Media Brasil (<http://mediaeducation.com.br/socialmediabrasil/>), na Fecomércio, em São Paulo; Fórum Internacional do Software Livre 12 (<http://softwarelivre.org/fisl12>), na PUC-RS e onde atuei como voluntário da Equipe de Comunicação; dentre outros.

Coletivos

Com a intenção de adquirir um saber prático e aplicado na área em que estava pesquisando, dediquei-me a participar de grupos e coletivos que, de alguma forma, tratassem dos temas abordados. Como resultado, obtive também muitos contatos e influências que, por terem notadamente alterado os rumos da pesquisa, implicam na necessária menção destes grupos, dentre os quais destaco os seguintes:

“Ô, Xavante!” (<http://xavante.art.br>): coletivo de produção e veiculação de conteúdos informativos e artísticos, criado e gerido por alunos do Instituto de Artes da Unicamp. Destaca-se dentre todas as outras atividades, já que seus principais focos de atuação são o jornalismo impresso e um blog coletivo. É possível afirmar que em apenas um semestre de existência, o grupo pôde vivenciar todas as turbulências enfrentadas pelo Jornalismo mundial. Envolvi-me, sobretudo, com o desenvolvimento e planejamento das diversas atuações na web, como o Mural (<http://muralxavante.tumblr.com>), a Curadoria X (<http://curadoriax.tumblr.com>) e o Xavantevê (<http://youtube.com/xavanteve>).

Canalia (<http://canalia.tv.br>): trata-se de um grupo de estudos teóricos e aplicados sobre o audiovisual na web. Dessa forma, desenvolve atividades múltiplas, como a produção de vídeos e vinhetas, a gestão e o acompanhamento de outros coletivos de produção audiovisual periódica e a construção de um acervo de obras audiovisuais produzidas pelos alunos do Instituto de Artes, origem dos seus criadores. Participei, novamente, do planejamento, gestão e desenvolvimento da plataforma web e também de decisões institucionais e administrativas.

Feia12 (<http://feia.art.br>): o Festival do Instituto de artes é anualmente realizado e se encontra na décima segunda edição. As atividades nele apresentadas compreendem shows, mostras audiovisuais e de artes plásticas, espetáculos cênicos e corporais, debates e mesas redondas, dentre outras. Participei como membro das comissões de gestão administrativa, divulgação e imprensa e desenvolvimento da plataforma web, adquirindo experiências de naturezas e amplitudes diversas com a produção cultural, tópico que muito me interessa.

Streameiros (<http://streameiros.wikidot.com>): fui um de seus fundadores e muito participei de cada uma de suas atuações. Trata-se, segundo a definição do próprio site, de “um grupo de estudos teóricos e aplicados da veiculação de imagens e sons via streaming on-line. Formado no Instituto de Artes da Unicamp, aberto à participação de todos e com ânsia de romper os limites da universidade”. Novamente, envolvi-me também com a gestão e o desenvolvimento de suas plataformas na web, onde podem ser verificados alguns registros dos acontecimentos transmitidos.

Ajuntaê (<http://coletivoajuntae.blogspot.com>): ponto de Campinas da rede Circuito Fora do Eixo, o coletivo organiza e desenvolve atividades diversas, desde apresentações musicais e exposições de artes integradas a ações sobre transparência pública, festivais e mostras audiovisuais. Mais uma vez, o contato com produção cultural me propiciou o acesso a muitas dimensões práticas que desconhecia. O diálogo com a web ocorreu através do acompanhamento do complexo sistema de comunicação para gestão à distância da rede, da atuação, embora embrionária, com a frente Fora do Eixo Software Livre (FESL) e da produção de textos para o blog institucional, com funções informativas e de relações públicas.

Laboratório Hacker Campinas (<http://lhc.net.br>): trata-se do que se denomina “hackerspace” ou “hacker clube”, que consiste em um espaço aberto de convivência para estimular a livre troca de saberes relativos a tecnologias. Participei das suas primeiras reuniões, sem ter tido condições de prosseguir atuando até a sua fundação. Sendo assim, é um coletivo em que tenho a intenção de enfocar minhas atividades futuras.

Disciplinas

Durante os dois semestres de realização da pesquisa, cursei apenas disciplinas regulares do curso de Comunicação Social - Hab. em Midialogia. Pude notar forte coesão entre todas elas, já que muitas aprendizagens foram trazidas à pesquisa. Destaco a contribuição de algumas delas: Tópicos Especiais em Midialogia VII (CS035), ministrada por Hélio Solha e enfocada nas teorias da comunicação, propiciou uma

melhor compreensão de McLuhan (1964) através de Domingues (2010); Multimídia (CS403), oferecida pelo orientador da pesquisa, trouxe às aulas discussões de extrema pertinência e possibilitou o planejamento de um projeto que, justamente, sistematiza a manutenção de dados e informações; Educação e Tecnologia (CS405), por José Armando Valente, onde as mesmas questões tratadas pela pesquisa foram abordadas segundo a perspectiva da educação; Web/Internet (CS503), disciplina também oferecida pelo orientador da Iniciação Científica e que permitiu o trabalho com planejamento e desenvolvimento de produtos para a Internet; Tópicos Especiais em Midialogia IX (CS037), por Hélio Solha, onde foi trabalhada a compreensão dos problemas globais da mídia convergente sob a perspectiva dos fluxos de capital; História Social da Cultura (CS502), ministrada por Iara Lis Schiavinatto, disciplina de extrema importância e que permitiu, dentre outras reflexões, profundas discussões sobre a relação entre imaginários, televisão e política.

13. Apoio

Destaco o apoio da Media Education que, através de Alexandre Formagio, concedeu-me uma cortesia para participar do evento Social Media Brasil 2011 (<http://mediaeducation.com.br/socialmediabrasil/>) e da Network Eventos que, por via de Soraia Pereira, concedeu-me também uma participação cortesia no evento Wireless São Paulo (<http://www.networkeventos.com.br/site/evento.php?evento=166&lg=pt>). Por fim, menciono a participação e colaboração de toda a comunidade do Software Livre, sobretudo dos desenvolvedores e usuários das ferramentas e serviços utilizados durante a pesquisa, dentre os quais se destacam: Ubuntu, Firefox, Wordpress, Drupal, Lyx e Latex.

14. Agradecimentos

Agradeço ao programa SAE/PIBIC pela concessão da bolsa de Iniciação Científica e pela extrema eficiência na solução de dúvidas e problemas; à Gabi Amaral, pelo amor, compreensão, acompanhamento e revisão de cada uma das etapas; aos meus pais, pelo contínuo e incomparável suporte familiar em cada dificuldade encontrada; ao Capi Etheriel, por ter alterado profundamente as bases das minhas metas e compreensões; ao Circuito Fora do Eixo e à Casa de Cultura Digital, por terem sido grandes incentivadores à atuação social por via das tecnologias; ao coletivo “Ô, Xavante!”, pela oportunidade de debater e aprofundar a prática dos saberes trabalhados aqui; e ao Victor Negri, à Vanessa Oliveira e à Vanessa Myho, pelo companheirismo mútuo durante todas as radicais mudanças que vivenciamos em conjunto.



Este trabalho é licenciado sob Creative Commons Atribuição 3.0 Unported ([CC BY 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/))