

ANTÓNIO FIDALGO, PAULO SERRA (ORGS.)

INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO ONLINE  
VOLUME I

# JORNALISMO ONLINE

UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR  
COVILHÃ - PORTUGAL



# Índice

<b>Introdução</b>	
<i>por</i> António Fidalgo	1
<b>Apresentação</b>	
<i>por</i> António Fidalgo e Paulo Serra	7
<b>A transmissão da informação e os novos mediadores</b>	
<i>por</i> Joaquim Paulo Serra	13
<b>Sintaxe e semântica das notícias online. Para um jornalismo assente em base de dados</b>	
<i>por</i> António Fidalgo	49
<b>Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web</b>	
<i>por</i> João Canavilhas	63
<b>Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate</b>	
<i>por</i> Marcos Palácios	75
<b>O online nas fronteiras do jornalismo: uma reflexão a partir do tabloidismo.net de Matt Drudge</b>	
<i>por</i> Joaquim Paulo Serra	91
<b>Jornalistas e público: novas funções no ambiente online</b>	
<i>por</i> Elisabete Barbosa	109
<b>O jornalista multimédia do século XXI</b>	
<i>por</i> Anabela Gradim	117
<b>Convergência e tecnologias em comunicação</b>	
<i>por</i> Manuel José Damásio	135

<b>Jornalismo online (e) os géneros e a convergência</b> <i>por Paulo Bastos</i>	<b>149</b>
<b>Jornalismo na rede: arquivo, acesso, tempo, estatística e memória</b> <i>por Luís Nogueira</i>	<b>159</b>
<b>O ensino do jornalismo no e para o século XX</b> <i>por António Fidalgo</i>	<b>179</b>
<b>O jornalismo na era Slashdot</b> <i>por Catarina Moura</i>	<b>189</b>
<b>Slashdot, comunidade de palavra</b> <i>por Luís Nogueira</i>	<b>199</b>

# Introdução

António Fidalgo

Universidade da Beira Interior.

E-mail: [fidalgo@ubi.pt](mailto:fidalgo@ubi.pt)

A comunicação online está a revolucionar o modo como damos e recebemos a informação e como comunicamos uns com os outros. Poder-se-ia pura e simplesmente constatar o facto, aceitá-lo como uma alteração decorrente das novas tecnologias da informação e comunicação e, sem questioná-lo mais, assumi-lo como uma premissa adquirida. Contudo, o sentido da ciência está em questionar e problematizar aquilo que nos é dado como facto e compreendê-lo à luz das suas razões, perspectivas e consequências.

No **LabCom** – Laboratório de Comunicação Online da Universidade da Beira Interior<sup>1</sup> um grupo de investigadores tem vindo a dedicar-se ao estudo e experimentação das novas formas de comunicação. Iniciativas concretas como a *BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*<sup>2</sup>, uma das principais referências da comunidade lusófona nas diversas áreas disciplinares dos estudos sobre a comunicação, o jornal online *Urbi et Orbi*<sup>3</sup>, que semanalmente vem sendo publicado desde Fevereiro de 2000, a *TubiWeb*<sup>4</sup>, televisão online que trabalha sobre uma base de dados, o jornal *Akademia*<sup>5</sup>, um experimento de jornalismo de fonte aberta, e ainda outras iniciativas de que a página web do **LabCom** é o portal, têm sido levadas a cabo sempre em estreita colaboração com informáticos e designers. Mas a par dessas realizações tem havido uma reflexão sobre as múltiplas vertentes da informação e da comunicação online. A colectânea de textos que agora se junta em suporte de papel, mas que na sua maioria já se encontram disponíveis online, traduz o labor teórico que tem vindo a ser feito. Especial

---

<sup>1</sup>[www.labcom.ubi.pt](http://www.labcom.ubi.pt).

<sup>2</sup>[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt).

<sup>3</sup>[www.urbi.ubi.pt](http://www.urbi.ubi.pt).

<sup>4</sup>[www.tubi.ubi.pt](http://www.tubi.ubi.pt).

<sup>5</sup>[www.akademia.ubi.pt](http://www.akademia.ubi.pt).

referência na investigação feita cabe ao *Projecto Akademia – Sistemas de Informação e Novas Formas de Jornalismo Online*, que desde Setembro de 2000 tem vindo a ser financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia.

## O projecto *Akademia*

Os novos meios copiam as formas dos meios anteriores. Sucedeu anteriormente com a rádio e a televisão e sucede hoje com a Internet. As formas de apresentação dos conteúdos são uma cópia dos meios tradicionais. Os jornais online são uma mera “versão” dos jornais impressos, as rádios online em pouco se distinguem das rádios hertzianas e mesmo as televisões na *net* copiam as televisões analógicas.

Mas também não é menos certo que os novos meios acabam por romper com os modelos anteriores e dão origem a novos tipos de conteúdo e respectiva apresentação. A frase mais célebre de Marshall McLuhan “o meio é a mensagem” é justamente a intelecção clara de que novos meios de comunicação obrigam a novas formas de comunicação.

Ora uma das características específicas da comunicação na Internet é a convergência de texto, som e vídeo, que traduz como que uma “migração” dos meios tradicionais, até aqui separados, para o “espaço comum” – informativo, comunicacional – que é a Internet; esta aparece, assim, mais do que como um novo meio, como um verdadeiro meta-meio, um meio de todos os meios.

No que se refere especificamente ao jornalismo – e com o advento do jornalismo online – a transformação mais saliente que a Internet parece acarretar é a simbiose entre jornais e bases de dados. O hipertexto e as bases de dados online, interactivas, estabelecem contactos entre jornais e sistemas de informação. Uma notícia num jornal online pode reenviar, mediante um *link*, o leitor para uma enciclopédia, ou uma notícia pode ser dada no contexto de outras notícias, seleccionadas por uma pesquisa numa base de dados. Até agora o arquivo de um jornal era de algum modo um arquivo inerte, arquivo que só o jornal do dia podia de certa maneira ressuscitar também por um dia. Ora o online e o hipertexto permitem o acesso

aos jornais do arquivo como se de jornais do próprio dia se tratassem. Há aqui uma nova esfera do jornalismo, a ligação ao arquivo, possibilitada pelo online.

Tendo em conta os pressupostos referidos, o Projecto Akademia visou explorar novas formas do jornalismo online com base nas novas tecnologias da informação, nomeadamente em dois pontos:

- i) convergência de texto, som e imagem em movimento (vídeo);
- ii) simbiose entre jornalismo e sistemas de informação (bases de dados).

Tratou-se de um projecto interdisciplinar nos campos da comunicação (jornalismo e audiovisual), informática (redes, bases de dados, *streaming*) e gestão da informação. Foi um projecto inovador pela metodologia e objectivos que se procuraram atingir.

É previsível que a introdução do vídeo nos jornais online modifique radicalmente a forma da escrita e a apresentação das notícias. A evolução das capacidades de armazenamento dos servidores e de largura de banda permite antever que haverá a colocação de vídeo-clips onde hoje se encontram fotografias. Desde logo o jornalismo online obriga a um novo tipo de escrita, na medida em que tem de corresponder necessariamente à lógica do hipertexto e respectiva interactividade. Há que ter em conta as diferentes possibilidades de *layout* que uma página impressa do jornal permite (colunas, caixas, tipos de letra, inserção de fotografias, etc.) e que permite o *layout* online (tabelas, *frames*, animação de texto, etc.).

Por outro lado, a inserção de vídeo num jornal online, e o consequente acompanhamento de som, não levanta questões apenas ao nível de texto, mas também ao nível da produção e da edição do vídeo. Introduzindo som e imagem em movimento (vídeo) no jornalismo, levanta-se a pergunta sobre analogias, diferenças e convergência com a informação televisiva online (interactiva).

Investigou-se também a ligação entre a informação jornalística e a informação assente em base de dados. A primeira caracterizada enquanto uma informação de acontecimentos extraordinários surpreendentes, mas também muito particularizada, de fenómenos isolados, e lacunar. A segunda enquanto informação sistemática, abrangente, tão completa quanto possível em que o que interessa não é a novidade, mas sim o número, a quantidade, a homogenei-

dade, a média estatística.

O hipertexto e as bases de dados online, interactivas, estabelecem contactos entre jornais e sistemas de informação. Daqui surge a ideia de integrar todas as notícias numa base de dados, organizada por múltiplas entradas, datas, secções do jornal, lugares, intervenientes, tipos de factos noticiados, etc. O arquivo de um jornal não seria mais um todo informe, sucessivo, mas um conjunto organizado, que possibilitaria a simbiose da notícia de hoje com os dados do passado.

Dadas as possibilidades informáticas das universidades e as suas necessidades em termos de informação, a metodologia do projecto passou por criar um jornal universitário, o *Akademia*, que, utilizando a largura de banda disponível no campus universitário, constituiu o novo meio de comunicação, em termos de meios, conteúdos e formatos. A informação que existe hoje nas universidades é uma informação dispersa, descoordenada; facto revelador de que não há ainda uma verdadeira filosofia de informação, profissional, no mundo académico português. Contudo, é importante que também as universidades saibam aproveitar a rede como uma forma privilegiada de veicular informação a todos os que nela trabalham, ensinam e estudam.

Conjugar a informação jornalística com a informação institucional, juntá-la num mesmo órgão, é a melhor forma de combinar nos destinatários o interesse e a curiosidade às exigências profissionais de estar informado. Por outro lado, esse órgão poderá vir a constituir um fórum de opinião e de debate na própria academia.

## A estrutura da obra

As alterações que se verificam no conjunto de uma sociedade são também alterações nas suas formas de comunicação e, reciprocamente, as alterações nas formas de comunicação de uma sociedade são, também, alterações no conjunto dessa sociedade. Apesar de centradas na informação jornalística as investigações feitas não poderiam deixar de contemplar toda uma série de questões conexas.

Assim, a obra *Informação e Comunicação Online* apresenta-se dividida em três volumes: o primeiro, intitulado *Jornalismo On-*



*line*, é primeiro num duplo sentido: porque o jornalismo online representa a temática central do projecto, mas também porque o jornalismo online é a temática que serve de ponto de partida para outras temáticas, tratadas nos dois volumes seguintes. Neste volume procura-se, especificamente, responder a questões como as seguintes: o que se entende por jornalismo online? Quais as suas principais características? O jornalismo online ainda é jornalismo, ou é já uma outra coisa? Quais as principais alterações introduzidas pelo jornalismo online em relação ao jornalismo tradicional?<sup>6</sup>

O segundo volume, *Internet e Comunicação Promocional*, coloca um outro género de questões, relativas à “aplicação” da comunicação online a um domínio concreto da comunicação, a chamada comunicação corporativa ou institucional: que modalidades assume e pode vir a assumir a promoção electrónica das instituições, em particular das universidades? A que princípios, formais e materiais, deve obedecer o sítio de uma instituição? Quais os valores comunicacionais que estão em jogo na promoção electrónica de uma instituição? Em que reside a novidade comunicacional da comunicação online?

O terceiro volume, *Mundo Online da Vida e Cidadania*, é constituído por dois capítulos. No primeiro, intitulado “Novos media e cidadania”, discute-se a questão do jornalismo online do ponto de vista da cidadania, entendida aqui no sentido da participação política – dando a este termo um sentido amplo – dos cidadãos na vida pública. O que aqui está em jogo são questões como estas: representam, os novos meios, uma potenciação da “esfera pública”? Ou representam, pelo contrário, um enfraquecimento dessa mesma “esfera”? Que novas modalidades de participação permitem os novos meios? Até que ponto são eles a sede de novas formas de opressão e de controlo? Qual a sua relação com a “ideologia da comunicação” que hoje se generaliza nas sociedades ocidentais? O segundo capítulo, “O mundo online da vida”, procura apreender algumas das principais alterações que as novas formas de comu-

---

<sup>6</sup>O carácter sumário da apresentação de cada um dos capítulos que fazemos neste prefácio deriva do facto de que, sendo cada capítulo precedido de uma apresentação própria, mais pormenorizada, o princípio da economia impõe-nos evitar as repetições e as redundâncias.

nicação têm vindo a introduzir no nosso “mundo da vida” – nos modos como trabalhamos e repousamos, habitamos o espaço mas também o corpo, figuramos o real, construimos a memória, imaginamos o futuro. Nestes modos conjuga-se, claramente, aquilo a que Platão chamaria a dialéctica entre o Mesmo e o Outro, isto é: em última análise, é sempre a partir do “mundo da vida” que situamos o e nos situamos no online, é sempre ao “mundo da vida” que regressamos para nele integrarmos o online.

# Apresentação

António Fidalgo e Paulo Serra

Universidade da Beira Interior.

E-mails: [fidalgo@ubi.pt](mailto:fidalgo@ubi.pt)

[pserra@alpha2.ubi.pt](mailto:pserra@alpha2.ubi.pt)

A afirmação – hoje trivial – de que o Homem é um ser histórico não significa apenas que tudo o que o Homem produz é efémero mas também, e sobretudo, que isso que ele produz está condenado a cristalizar, a solidificar-se e, assim, a constituir-se como o maior obstáculo à própria historicidade do humano; como se, em cada momento histórico, o criado não pudesse deixar de voltar-se contra o seu próprio criador. A principal implicação de uma tal duplicidade é a de que a passagem da cultura a uma nova estação envolve sempre, como condição necessária, a luta contra o existente e a possibilidade da sua superação.

Tais duplicidade e condição exprimem-se, na linguagem corrente, e não só, através da utilização do qualificativo “pós” – como por exemplo na expressão, hoje tão em voga, de “pós-moderno”. Ora, o desenvolvimento da Internet tem feito surgir, a propósito do *jornalismo online* ou *web jornalismo*, para nos referirmos apenas a duas das designações mais generalizadas da realidade emergente, este topos do “pós”. Os textos insertos neste volume procuram, precisamente, analisar e discutir quatro das facetas mais relevantes dessa nova realidade: o possível carácter outro deste jornalismo, as novas modalidades da relação entre informação e jornalismo que ele implica, a convergência de géneros a que ele aparentemente conduz, e, finalmente, a sua mobilização de discursos e linguagens alternativos.

## Um jornalismo outro

A comunicação online, simbiose de comunicação interpessoal (*email* e *messenger*) e social (jornais, rádios, televisões e portais), altera profundamente a forma como hoje em dia se produz e se obtém a

informação jornalística. A actualização permanente das notícias, a interactividade, a difusão *urbi et orbi*, em toda a parte e em qualquer tempo, a disponibilização online dos arquivos da informação jornalística, organizados em bases de dados, obrigam a repensar as formas do jornalismo tradicional e a investigar outros tipos de jornalismo – e, nomeadamente, o jornalismo a que se tem vindo a chamar *jornalismo online* ou *web jornalismo*, entendendo-se por tal não o mero *shovelware*, a mera transposição para formato electrónico do conteúdo dos jornais tradicionais, mas um jornalismo produzido especificamente na e para a Internet.

Que alterações introduz, um tal jornalismo, na forma como os jornalistas têm vindo, desde a segunda metade do século XIX, a exercer a sua actividade? E nas relações dos jornalistas com as fontes? E com os poderes políticos e económicos? Representa um tal jornalismo a libertação dos padrões do jornalismo *mainstream* ou, pelo contrário, uma reorganização – ou mesmo um acréscimo – da sua submissão a tais padrões? Quais as novas implicações, em termos técnicos e tecnológicos, de um jornalismo feito na e para a web? Mais especificamente, o que caracteriza e distingue um jornalismo assente em base de dados? Qual a relação que nele existe entre a sintaxe das notícias e o seu grau de resolução semântica? Visto do lado dos seus destinatários, um tal jornalismo leva a uma melhoria na informação que lhes é oferecida? Permite-lhes ter uma voz na forma como se produz essa informação, levando-os, no limite, a serem também “jornalistas”? São estas, fundamentalmente, as interrogações a que procuram responder os textos “A transmissão da informação e os novos media-dores”, de Paulo Serra, “Sintaxe e semântica das notícias online. Para um jornalismo assente em base de dados” de António Fidalgo e “Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web”, de João Canavilhas.

## Informação e Jornalismo

Uma questão ainda mais radical do que as anteriores – e, de certo modo, prévia a elas – é a de sabermos se o jornalismo online é ainda jornalismo ou se, pelo contrário, ele não é já o anúncio de uma forma de informação que, querendo ainda continuar a considerar-

-se como “jornalística”, já nada tem a ver, de facto, com o jornalismo. O jornalismo tem sido visto, praticamente desde os seus inícios longínquos no século XVII, como a forma de pesquisar, verificar, organizar e divulgar, junto de todos e cada um dos cidadãos, a informação comunitariamente relevante, aquilo a que Schudson chama “conhecimento público”. Ora, com a Internet e a www, esse papel de mensageiro e de mediador do jornalismo tem vindo a tornar-se cada vez mais problemático. Procurando superar o dilema entre a perspectiva “apocalíptica” dos que vêem a Internet como fim do jornalismo, e a perspectiva “integrada” dos que nela vêem apenas um novo meio de prolongar o jornalismo tradicional, tem vindo a ganhar importância crescente a perspectiva dos que vêem na Internet a via para um “novo jornalismo”, um “jornalismo informado” que pode, por um lado, deixar de ser a mera caixa de ressonância dos poderes e dos saberes oficiais e oficiosos e, por outro lado, escapar à transformação generalizada da informação em mercadoria e espectáculo. Uma tal perspectiva não pode, pela sua própria finalidade – a superação do dilema –, deixar de envolver um equilíbrio por vezes muito instável. É como uma navegação no seio dessa instabilidade que devem ser lidos, precisamente, os textos “Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate”, de Marcos Palácios, “O online nas fronteiras do jornalismo: uma reflexão a partir do tabloidismo.net de Matt Drudge”, de Paulo Serra e “Jornalistas e público: novas funções no ambiente on-line”, de Elisabete Barbosa.

## Os géneros e a convergência

Está o *on-line* a alterar os géneros clássicos do jornalismo? O novo *medium* potencia ou não novas configurações nas tradicionais formas de apresentar informação? Qual o destino dos géneros num meio – o digital – marcado precisamente pela convergência de meios? O p2p e a sua inconfundível promessa de participação não será, também, o início da degenerescência dos géneros, da fusão informação-opinião, do primado do entretenimento e do *fait-divers*? Amálgama, *blurring* de estilos, colonização da informação por formas que lhe são estranhas, ou pelo contrário, maior interactividade,

participação, e um refinamento do controle semântico dos factos? Ou ambos? Esta não é a primeira vez que apressadamente se escrevem obituários ao monopólio jornalístico da produção e distribuição de notícias. O futuro infirmará ou não o óbito. Os textos “O jornalista multimédia do século XXI”, de Anabela Gradim, “Convergência e tecnologias em comunicação”, de Manuel José Damásio, e “Jornalismo online (e) os géneros e a convergência”, de Paulo Bastos, reflectem, justamente, sobre a provocação das formas, a confusão dos géneros, a contrafacção de notícias, as pressões do mercado, dos meios, e de uma cada vez mais difundida ideologia da não especificidade das profissões jornalísticas, e de que forma esses factores se poderão traduzir no futuro em novos modos de produzir e apresentar a informação.

### **Outros discursos, novas linguagens**

Se é certo que a Internet promoveu a fusão dos elementos constituintes (imagem, texto, som) dos diversos suportes comunicacionais (televisão, rádio, imprensa), pode verificar-se simultaneamente que essa integração redesenhou a importância, a hierarquia e o papel de cada um – antes de mais pelas peculiaridades técnicas e funcionais que lhe são próprias. Este cenário mediático que progressivamente vem depurando formas, conteúdos, ferramentas e linguagens, com natural incidência no modo de produzir, apresentar, organizar e pesquisar informação, veio requerer de cada leitor/ouvinte/espectador novos modos de traçar percursos na exploração das enormes bases de dados e de contextualizar os diversos contributos com que vai compondo as suas perspectivas e referências da realidade. Esta exigência de novos procedimentos por parte do receptor é uma resposta aos (e uma consequência dos) desafios que lhe são lançados pelos órgãos de informação, os quais procuram, por um lado, responder aos estrangimentos e especificidades do novo suporte e, por outro, aperfeiçoar o uso das ferramentas e vantagens que o distinguem. É no cruzamento entre o legado de hábitos e comportamentos adquiridos, as fórmulas herdadas e as potencialidades originais (bases de dados, hiperligações, motores de busca, interactividade, imediaticidade) próprias do novo meio que se joga o pre-

---

sente e o futuro do jornalismo, dos seus géneros, das suas formas de atenção e leitura, do seu design, da sua sintaxe, das suas narrativas e tipologias – um processo de que os textos “Jornalismo na rede: arquivo, acesso, tempo, estatística e memória”, de Luís Nogueira, “O ensino do jornalismo no e para o século XXI”, de António Fidalgo, “O jornalismo na era Slashdot”, de Catarina Moura e “Slashdot, comunidade de palavra”, de Luís Nogueira, procuram oferecer uma demonstração cabal.





# A transmissão da informação e os novos mediadores

Joaquim Paulo Serra  
Universidade da Beira Interior.  
E-mail: pserra@alpha2.ubi.pt

*“A chave de um regime não reside nem na constituição, nem no número de câmaras, nem no modo de eleição, nem na polícia. A chave de um regime reside na informação.” – Alfred Sauvy<sup>1</sup>*

Se o mestre e o enciclopedista aparecem como as figuras típicas, que não exclusivas, da mediação da informação entre os Antigos e os Modernos, o jornalista aparece como a figura típica, mais uma vez não exclusiva, dessa mesma mediação na sociedade contemporânea. A nossa tese, a este respeito é a de que, numa sociedade em que a informação se tornou cada vez mais complexa e especializada, confinando os cidadãos a “círculos informativos” cada vez mais restritos, colocando a sociedade perante o risco da fragmentação absoluta e, no limite, da sua própria destruição - lembremos, a este respeito, a posição de Tocqueville acerca da importância dos jornais na democracia americana –, coube ao jornalista assumir o papel que o enciclopedista traçara para si próprio nos alvares da Modernidade mas que o desenvolvimento das ciências e das tecnologias tornaria, a breve trecho, totalmente impossível: o da selecção, organização e transmissão de uma informação mais ou menos geral, acessível a todos e a todos dirigida. O problema é, no entanto, e para recorreremos a categorias postas em circulação pelos autores da *Encyclopédie*, o de saber se é possível tornar acessível, a todos, uma informação destinada a “conservar o memorável” e a “instruir” e, simultaneamente, a contribuir para o cumprimento das exigências de transparência da coisa pública e de participação política que são as exigências básicas da democracia e do político.

---

<sup>1</sup>Citado em Francis Balle, *Et si la presse n’existait pas...*, Paris, JCLattès, 1987, p. 61.

A história do jornalismo mostra que, aí 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 comunitaria-mente relevante, uma informação orientada para o “acontecimento” mais ou menos efémero, destinada a alimentar a curiosidade evanescente dos leitores e visando essencialmente divertir e agradar. Uma situação que, a acreditarmos no diagnóstico feito actualmente por autores como Furio Colombo<sup>2</sup>, Tom Koch<sup>3</sup>, Serge Halimi<sup>4</sup>, Umberto Eco<sup>5</sup> ou David Mindich<sup>6</sup> – repetindo, aliás, em grande medida o diagnóstico/prognóstico que Norbert Wiener fazia já em meados do século passado – atingiu hoje a sua “perfeição” suprema com a transformação generalizada da informação jornalística em espectáculo e entretenimento<sup>7</sup> e a sua subordinação total ao poder político e, sobretudo, ao dinheiro.<sup>8</sup>

Um dos efeitos fundamentais desta situação é a transformação cada vez mais evidente da própria política em publicidade e em espectáculo, num conjunto de “pseudo-acontecimentos” mais ou menos encenados visando cativar as audiências, e de que o mote parece ser o velho “se não podes mudá-los, junta-te a eles”, isto é, aos subprodutos mediáticos de sucesso. Ao transformar-se em

---

<sup>2</sup>Cf. Furio Colombo, *Conhecer o Jornalismo Hoje. Como se faz a Informação*, Lisboa, Presença, 1998.

<sup>3</sup>Cf. Tom Koch, *The Message is the Medium*, Westport, Connecticut, London, Praeger, 1996; idem, *The News as Myth. Fact and Context in Journalism*, New York, Greenwood Press, 1990.

<sup>4</sup>Cf. Serge Halimi, *Les Nouveaux Chiens de Garde*, Paris, Raison d’Agir, 2000.

<sup>5</sup>Cf. Umberto Eco, “Sobre a imprensa”, in *Cinco Escritos Morais*, Oeiras, Difel, 1998, p. 55-88.

<sup>6</sup>Cf. David T. Z. Mindich, *Just the facts. How “objectivity” came to define American Journalism*, New York, New York University Press, 1998.

<sup>7</sup>Uma confusão de que a conhecida expressão *infotainment* procura dar conta.

<sup>8</sup>Aqui, e para utilizarmos uma expressão cara ao marxismo na sua versão mais ortodoxa, diríamos que o económico “é determinante em última instância” – na medida em que, um pouco por todo o lado, aquilo a que ainda se chama “o político” não passa ou de um prolongamento ou de uma dependência do económico. Ou então do mediático – que tende a ser, por sua vez, e cada vez mais, um prolongamento ou uma dependência do económico.

publicidade e espectáculo, a política tende, por um lado, a deslocar as diferenças e os conflitos do plano do essencial – os programas, os problemas, as alternativas – para o do acessório – a retórica, a imagem, a oportunidade –, e, por outro lado, a convergir para um centro cada vez mais “dialogante” e “consensual” em que, como diria Hegel, já só resta pintar cinzento sobre cinzento; ou seja, e para o dizermos de forma sumária, a anular-se como política. No entanto, não deixa de ser um facto – e um argumento dos que defendem a chamada “política-espectáculo” – que a informação formativa e comunitariamente relevante não interessa à generalidade dos cidadãos, mais interessados na informação que diverte, que excita, que distrai, mas apenas a uma minoria mais esclarecida que, ela sim, se preocupa com a comunidade a que pertence.

Há alguma saída para esta aporia que coloca, de um lado, uma informação formativa e comunitariamente relevante mas que não é “interessante” e, do outro, uma informação que diverte e distrai mas que não interessa? Se há, ela não parece situar-se, ou não parece situar-se predominantemente, nem do lado dos políticos, que intentam conquistar, por todos os meios ao seu alcance, uma atenção mediática que sabem ser o bem mais precioso e mais escasso, nem do lado da audiência, que tende a conceder a sua atenção aos subprodutos mediáticos que a divertem, excitam e distraem. A saída só poderia residir, quanto a nós, no meio, no mediador entre o político e o cidadão – isto é, no jornalista. O que levanta, desde logo, duas outras questões essenciais:

i) Não representa isso conceder, ao jornalista, um papel para o qual ele não está nem ética nem tecnicamente preparado?

ii) Não representa isso atribuir, ao jornalista, um poder – o “quarto poder” – que, e ao contrário dos outros três poderes, não é objecto de uma legitimação pelas instâncias sociais e/ou políticas apropriadas?

Estas são não apenas boas questões, mas as questões essenciais acerca do papel do jornalista no mundo contemporâneo. No que se segue procuraremos, num primeiro momento, encontrar algumas respostas, se não boas, pelo menos plausíveis, para as questões anteriores; num segundo momento, tematizar aquilo a que, parafraseando a conhecida expressão de Schutz, chamaremos um “jornalismo

bem informado” e a que Tom Koch chama um “novo jornalismo” – um jornalismo opinativo, empenhado, de carácter marcadamente cívico e político; num terceiro e último momento, especular acerca do possível papel da Internet e da Web e, mais particularmente, do que se tem vindo a chamar “jornalismo online”, na teoria e na prática de tal “jornalismo bem informado”.

## O jornalismo em questão

Naquele que será um dos primeiros textos teóricos sobre o tema, a *Encyclopédie*, mais especificamente Diderot, exprime, em relação aos “jornais” e aos “jornalistas”, uma posição que pode ser considerada, no mínimo, como ambivalente. Por um lado, marca-se claramente, quer quanto aos objectivos, quer quanto ao alcance temporal, quer ainda quanto aos seus destinatários potenciais, a distinção entre uma enciclopédia e os jornais; assim, se a primeira visa a “instrução geral e permanente da espécie humana”, já os segundos visam a “satisfação momentânea da curiosidade de alguns ociosos”.<sup>9</sup> Mas, por outro lado, não se descarta a possibilidade de que, apesar de não ser um criador, o jornalista, desde que movido pelo intuito de contribuir para o “progresso do espírito humano” e o “amor da verdade” e dotado dos “talentos necessários”, possa exercer uma função de divulgação e de juízo crítico e, assim, de “instrução” em relação às obras literárias, científicas e artísticas que vão sendo publicadas, sobretudo no estrangeiro.<sup>10</sup> Se é certo que aquilo que os enciclopedistas caracterizam como “jornalismo” já há muito não corresponde, minimamente, àquilo que hoje se considera como tal – ou corresponderá, tão só, à ínfima parte do

<sup>9</sup>Cf. Diderot, “Encyclopédie”, in *Encyclopédie ou Dictionnaire Raisonné des Sciences, des Arts et des Métiers*, Vol. 14 (Tomo 5 do original), Milão, Paris, Franco Maria Ricci, 1977, p. E, 121.

<sup>10</sup>Cf. Diderot, “Journaliste”, in *Encyclopédie ou Dictionnaire Raisonné des Sciences, des Arts et des Métiers*, Vol. 15 (Tomo 6 do original), Milão, Paris, Franco Maria Ricci, 1978, p. I, 79. Como principais “talentos” do jornalista, Diderot aponta o *conhecimento* acerca daquilo sobre o qual escreve, a *equidade*, que consiste em não elogiar o medíocre e desvalorizar o excelente, a *seriedade*, que deriva de que a finalidade do jornalista é “analisar e instruir”, não “fazer rir” e a *isenção* em relação aos interesses do livreiro e do escritor. Cf. *ibidem*.

jornalismo “cultural” de certos órgãos de informação especializados ou de secções específicas dos órgãos de informação generalistas –, não é menos certo que o papel formativo que lhe é aqui atribuído é, ainda hoje, visto como um papel essencial. Por seu lado, na sua *Da Democracia na América*, Tocqueville atribui aos jornais não só um papel político, de vigilância do poder e de suporte da existência de partidos e movimentos políticos, como também um papel social, de suporte da sociabilidade e da associação dos indivíduos num espaço deslocalizado, e que se revelam, um e outro, fundamentais para a existência das sociedades democráticas modernas.<sup>11</sup> A questão que se coloca é então a seguinte: podemos atribuir, ao jornalismo como hoje o conhecemos – e que é o jornalismo que se afirma, como “indústria” e como actividade profissional específicas, pelos finais do século XIX – esse triplo papel formativo, político e social que é tradicionalmente visto como devendo ser o seu? Ou a transição de um jornalismo “cultural” e “político-social” a um jornalismo “noticioso” e “objectivo” representou, pelo contrário, a alienação definitiva de qualquer interesse formativo, político e social – ou, pelo menos a sua subordinação a outro tipo de interesses?

O rol de acusações que, nos tempos mais recentes, tem vindo a ser dirigido ao jornalismo e aos jornalistas obriga a, pelo menos para já, responder negativamente à questão colocada. Com efeito, as relações mais ou menos íntimas que muitos jornalistas mantêm com o poder político, o económico e o mediático têm levado recentemente certos autores a reeditar, por outras palavras, o diagnóstico/prognóstico de Wiener segundo o qual a “informação comunitariamente disponível” estaria cada vez mais reduzida e subordinada aos interesses do “poder” e do “dinheiro”<sup>12</sup> – realçando, por um lado, a subordinação do jornalismo e dos jornalistas ao poder e, por outro lado, a colonização da informação “séria”, “crítica”, “formativa” pelo mundo do espectáculo e do entretenimento. Assim, e para nos referirmos apenas a algumas das obras mais recentes

<sup>11</sup>Cf. Alexis de Tocqueville, “De la démocratie en Amérique”, in *Oeuvres*, Vol. II, Paris, Gallimard, 1992, especialmente p. 209, 215, 625, 626, 628 e 629.

<sup>12</sup>Cf. Norbert Wiener, *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine*, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 1965, p. 161-162.

sobre o tema – não tendo, portanto, qualquer intuito de sistematização –, Furio Colombo procede ao diagnóstico de um “jornalismo [americano e italiano] apanhado entre o mundo do espectáculo e o uso da informação ‘recebida’, disponibilizada, por razões que lhe são próprias, por várias fontes de poder” – configurando “uma Disneylândia das notícias” cujos diversos elementos e factores “pertencem cada vez mais ao mundo do espectáculo, escravo dos gostos e dos humores do público”<sup>13</sup>; Tom Koch procura aduzir “casos” tendentes a mostrar que o suposto “quarto poder” norte-americano não tem sido, até agora, senão a mera caixa de ressonância da “primeira burocracia”<sup>14</sup>; numa obra de tom marcadamente panfletário e que imita, também nesse aspecto, a obra inspiradora de Paul Nizan, Serge Halimi denuncia os jornalistas franceses como “os novos cães de guarda”<sup>15</sup>; Umberto Eco vê os jornalistas italianos como fautores de uma “informação” que, em virtude daquilo a que chama o “efeito-televisão”, se transformou “de janela aberta sobre o mundo” num mero “espelho” – da própria televisão mas também do poder político que se dá a ver nessa televisão – cada vez mais narcísico e

---

<sup>13</sup>Furio Colombo, *op. cit.*, p. 24. Sobre esta matéria, cf. todo o capítulo I, p. 11-24, subordinado ao mote “Desde as suas origens, o jornalismo tem sido ameaçado e assediado por quatro adversários: a escassez das fontes, a força do poder, o risco de censura, o estado de espírito da opinião pública.” (p. 11). Refira-se ainda que Colombo vê, na fusão *Time-Warner*, em meados dos anos 80, o momento simbólico fundamental da fusão entre informação e espectáculo.

<sup>14</sup>Como diz Tom Koch, “o que algumas vezes é chamado o ‘Quarto Poder’ foi sempre a primeira burocracia, o *medium* através do qual todos os outros [funcionários governamentais e especialistas oficiais] promulgaram anúncios e, por conseguinte, impuseram a sua lei”. Tom Koch, *The Message is the Medium*, p. 17.

<sup>15</sup>Cf. Serge Halimi, *op. cit.*. Os títulos dos capítulos do livro de Halimi são, por si sós, instrutivos acerca da forma devastadora como o autor vê o jornalismo francês: “um jornalismo de reverência” – ao poder político, nomeadamente ao dos palácios de Matignon e do Eliseu; “prudência face ao dinheiro” – dos grandes grupos económico-financeiros que controlam a maioria dos órgãos de comunicação; “jornalismo de mercado” – que celebra a inevitabilidade do “pensamento único” e do liberalismo selvagem; “um universo de conivências” – dos trinta ou quarenta mediocratas, muitos deles ditos “de esquerda”, que repartem entre si a “feira das vaidades” das publicações e das citações ditas “culturais”.

auto-referencial<sup>16</sup>; David Mindich caracteriza a situação do jornalismo americano nos anos 90 do século XX referindo-se ao “assalto do jornalismo sério pelo mundo do entretenimento” e à “hollywodização das notícias” que transformam “os jornalistas sérios em *entertainers*”.<sup>17</sup>

Pode argumentar-se, no entanto, que este tipo de diagnósticos tende a esquecer pelo menos dois aspectos essenciais. O primeiro é que as caracterizações do jornalismo e dos jornalistas que aí são feitas são demasiado radicais, tanto pela sua amplitude – abarcando todo o jornalismo e todos os jornalistas – quanto pela sua profundidade – os jornalistas são totalmente subservientes em relação aos diversos poderes instituídos; de tal modo que o que elas pintam é, algo contraditoriamente, o quadro de um “jornalismo negro” que nunca existiu. O segundo aspecto é que as relações dos jornalistas com os poderes económicos, políticos e mediáticos não podem ser vistas de forma tão unilateral, colocando de um lado os que comandam, os detentores do poder, e, do outro, os que são comandados, os jornalistas; até porque, como sabemos, na prática concreta da vida as coisas são bem mais complicadas, havendo vários tipos e níveis de poder e uma multiplicidade de “micropoderes”, como lhes chamava Foucault, que fazem com que nem sempre aquilo que pareça ser o seja efectivamente – de tal modo que também os jornalistas têm os seus poderes e contrapoderes, as suas estratégias de resistência e mesmo de ataque aos outros tipos e níveis de poder.

Ambos os argumentos anteriores são válidos – só que não se referem propriamente àquilo a que, desde os finais do século XIX, se tem vindo a chamar jornalismo, no sentido de jornalismo “noticioso” e “objectivo”, mas antes a formas de jornalismo que podemos qualificar como “cívico” ou “público” e que, precisamente, o primeiro tipo de jornalismo tende a desclassificar como não-jornalismo. Impõe-se, deste modo, esclarecer quais os mecanismos que fazem com que a subordinação do jornalismo “noticioso” e “objectivo” à facticidade dos poderes político, económico, mediático e das audiências, longe de ser um mero “acidente”, seja intrínseca à própria natureza de tal jornalismo.

<sup>16</sup>Cf. Umberto Eco, “Sobre a imprensa”, *op.cit.*, p. 77.

<sup>17</sup>Cf. David T. Z. Mindich, *op. cit.*, p. 139-140.

## A concepção canónica do jornalismo

Como dizem os manuais de jornalismo, a função essencial do jornal, ou, mais genericamente, de qualquer “órgão de informação”, é a de “informar os seus leitores”, constituindo a distração e o entretenimento funções meramente acessórias.<sup>18</sup> Decorrem, daqui, pelo menos duas consequências fundamentais: uma, a de que a coisa mais importante do jornal são as notícias, definíveis como “factos actuais de interesse geral”<sup>19</sup>, não os jornalistas que as dão – e que devem, idealmente, “apagar-se” perante a própria notícia; a outra, a de que o interesse de informar não pode subordinar-se a qualquer outro tipo de interesses, sejam económicos, políticos, ideológicos ou outros. Esta primazia dada às notícias e ao interesse de informar não obsta, no entanto, a que o jornal e os jornalistas não possam ter e divulgar as suas opiniões próprias, as suas apreciações dos factos, baseadas “em impressões subjectivas”; mas essas opiniões têm de ser sempre identificadas como tal e distinguidas claramente das notícias dos “factos”, mesmo quando, como acontece no editorial, os seus autores não são identificados.<sup>20</sup>

É a nível desta distinção entre “factos e “opiniões” que costuma colocar-se a questão da objectividade como cerne da deontologia jornalística. Tal como na ciência, que o jornalismo assumiu claramente como modelo, a objectividade não significa, contemporaneamente, e ao contrário do que o pretendeu o positivismo oitocentista, que as nossas descrições sejam uma “cópia” ou um “espelho” dos factos – mas tão só que, mantendo-se invariáveis as condições de investigação desses factos, diferentes sujeitos chegarão

---

<sup>18</sup>Anabela Gradim, *Manual de Jornalismo*, Covilhã, Universidade da Beira Interior, Série Estudos em Comunicação, 2000, p. 17.

<sup>19</sup>Esta definição do manual de Anabela Gradim retoma a do clássico de Ricardo Cardet, que define notícia como “um facto actual com interesse geral”. Ricardo Cardet, *Manual de Jornalismo*, Lisboa, Caminho, 1988, p. 38. No entanto, e como faz notar Miquel Alsina, talvez fosse mais correcto – até para compreender a questão da “objectividade”, que discutiremos adiante – dizer-se que “a notícia não é um facto, mas mais propriamente a narração de um facto”. Miquel Rodrigo Alsina, *La Construcción de la Noticia*, Barcelona, Paidós, 1996, p. 182.

<sup>20</sup>Anabela Gradim, *op. cit.*, p. 17-19.



às mesmas conclusões; o que significa, também, assumir que, sendo a notícia sempre uma construção “metonímica” que envolve, necessariamente, elementos decorrentes da subjectividade do jornalista, da ética da profissão, das regras da organização jornalística, da própria cultura em que todos se encontram imersos, a “objectividade”, mesmo na acepção “fraca” que actualmente é dada a este termo, é um ideal normativo e, portanto, sempre mais ou menos inalcançável. É precisamente para garantir esta objectividade, por muito “fraca” que ela seja, que o jornalista procura orientar o seu trabalho no sentido da resposta às questões essenciais “quem?”, “o quê?”, “quando?”, “onde?”, “porquê?”, correspondentes aos cinco Ws das escolas de jornalismo anglo-saxónicas, e “como?”.

No entanto, e ao contrário do que acontece em ciência, em que o cientista deve partir da observação pessoal e directa dos factos, da experiência “em primeira mão” – ainda que essa observação pessoal e directa seja sempre mediada por instrumentos e teorias e não seja, portanto “imediata” no sentido de um acesso a um “em si” –, na maioria das vezes o jornalista não contacta directamente com os factos, mas com informações sobre os factos fornecidas pelas fontes, entendendo por tal “qualquer entidade detentora de dados que sejam susceptíveis de gerar uma notícia”<sup>21</sup>, seja ela “interna”, compreendendo os próprios jornalistas, o arquivo do jornal, as delegações e os correspondentes, seja ela “externa”, incluindo as agências noticiosas e os outros órgãos de informação, as entidades oficiais, as organizações não governamentais, os contactos do jornalista e o público em geral; pelo que poderia até dizer-se que o jornalista “noticia” informações, e não propriamente factos – ao que acresce que as fontes podem ser já, elas próprias, fontes secundárias, isto é, portadoras de informações não sobre os factos mas sobre informações. A questão da selecção e da avaliação das fontes torna-se, portanto, crucial para a prática desta teoria do jornalismo. Nesta matéria, a regra é a de que, para ser “boa”, uma fonte deve ser não só “competente e qualificada” como, idealmente, “desinteressada” em relação à matéria a noticiar. Sendo que, na prática, esta última característica é impossível, na medida em que qualquer fonte defende, consciente ou inconscientemente, determi-

---

<sup>21</sup> *Ibidem*, p. 102.

nado tipo de “interesses”, o jornalista tem que tentar aperceber-se de quais são esses interesses, sob pena de ser manipulado pela fonte – deve, como se diz, constituir uma “topologia das fontes” –, o que faz crescer a importância da confirmação e contrastação das fontes, sobretudo quando o tema a noticiar é de natureza polémica.<sup>22</sup>

Como nem todas as “notícias” podem ser “dadas” – mas apenas aquelas que, como diz o *New York Times*, “são dignas de ser impressas”<sup>23</sup> –, impõe-se, previamente à sua organização e apresentação, a tarefa da sua selecção, mais premente ainda num mundo caracterizado pelo “excesso de informação”<sup>24</sup>; daí poder-se, finalmente, resumir a função do jornal dizendo que ela é a de “seleccionar e produzir notícias, transmitindo-as de forma fidedigna e objectiva”.<sup>25</sup> A questão que se coloca é, então, a de saber mediante que critérios de relevância ou “valores notícia”, como também se diz, tal selecção é feita. A definição de notícia que vimos acima – como “facto actual de interesse geral” – aponta, desde logo, para a actualidade e o interesse geral como os critérios fundamentais que tornam relevante uma notícia em vez de outra. Mas a actualidade e o interesse geral não são os únicos critérios da relevância noticiosa. Com efeito, já num texto de 1936, Walter Benjamin<sup>26</sup> apontava como fazendo parte desses critérios, para além da actualidade, a proximidade do facto em relação ao leitor, a verificabilidade dos factos a noticiar, a transparência ou compreensibilidade do facto pelo leitor, a plausibilidade ou verosimilhança do facto e a objectividade ou ausência de confusão entre o facto e as opiniões e os juízos de valor. Ora, esta caracterização de Benjamin, que podemos aceitar como mais ou menos exacta para a época em que foi feita, bem como em relação ao *medium* a propósito do qual foi formulada – os jornais, e mais particularmente os grandes jornais como o *Figaro*, que Benjamin cita explicitamente –, carece hoje de ser actualizada em função dos elementos que alteraram substancialmente o contexto em que e a

---

<sup>22</sup>Cf. *ibidem*, p. 102-109.

<sup>23</sup>*All the News that's Fit to Print*.

<sup>24</sup>Cf. Anabela Gradim, *op. cit.*, p. 26-27.

<sup>25</sup>*Ibidem*, p. 27.

<sup>26</sup>Cf., para o que se segue, Walter Benjamin, “O narrador”, in *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*, Lisboa, Relógio d'Água, 1992, p. 34-37.

partir de que pensa Benjamin. Referimo-nos, mais especificamente, aos dois fenómenos seguintes, nitidamente interligados:

i) A integração da generalidade dos *media* em grandes grupos económicos que têm como objectivo principal o lucro – e, acessoriamente, a tomada ou o domínio do poder político – e para os quais, em princípio, é tão “importante” informar como, por exemplo, distribuir produtos alimentares, desde que uma e outra sejam actividades rentáveis;

ii) A concorrência extrema que existe não só entre os *media* de um mesmo tipo, por exemplo os jornais, como entre os *media* dos diversos tipos, jornais, rádios, televisões, etc., uns e outros cada vez mais segmentados, especializados e com estratégias de captação de audiências cada vez mais agressivas. Daí que tenham de ser e costumem ser acrescentados, à caracterização de Benjamin, critérios como a novidade, a importância<sup>27</sup>, a polémica, a emoção, a agressividade<sup>28</sup> e as repercussões.<sup>29</sup>

O que desta forma os manuais de jornalismo nos apresentam – e é essa precisamente a função de um livro que, como dizem os dicionários, deve não só ser “manuseável” como conter “as noções essenciais de uma ciência ou arte” – é aquilo a que chamaremos a concepção canónica ou tradicional do jornalismo, e que é hoje aceite como mais ou menos “natural” e “evidente”. No entanto, tal naturalidade e evidência merecem ser questionadas pelo menos em relação a dois aspectos que consideramos essenciais e que se repercutem um no outro: i) A subordinação da “objectividade jornalística” aos “valores notícia”; ii) A dependência dessa mesma “objectividade” relativamente às “fontes”.

---

<sup>27</sup>No sentido de um facto se referir a “pessoas importantes”.

<sup>28</sup>No sentido em que noticiar um determinado facto equivale a afrontar determinados poderes ou interesses estabelecidos; é também nesse sentido que se fala, por vezes, de um “jornalismo agressivo”.

<sup>29</sup>Do facto noticiado na vida dos leitores. Cf., sobre esta mesma matéria: Manuel Piedrahita, *Periodismo Moderno*, Madrid, Editorial Paraninfo, 1993, p. 32-33, que apresenta como critérios a proximidade, a importância, a polémica, a estranheza, a emoção, as repercussões e a agressividade; Mar de Fontcuberta, *La Noticia*, Barcelona, Paidós, 1996, p. 16, que apresenta como critérios a actualidade, a novidade, a veracidade, a periodicidade e o interesse público.

## Objectividade jornalística, valores notícia e fontes de informação

Como decorre da exposição sumária que fizemos da concepção canónica do jornalismo – centrámo-nos, propositadamente, nas questões da objectividade, das fontes e dos valores notícia –, os manuais de jornalismo reconhecem que a concepção positivista e naturalista do jornalismo foi, de há muito, posta de parte. Eles assumem, nesse aspecto, os contributos de teorias como as do *newsmaking* que, sem chegarem ao extremo de afirmar, como Daniel Boorstin, que a maior parte dos acontecimentos jornalísticos são “pseudo-acontecimentos”<sup>30</sup>, têm vindo a revelar, de forma clara, que a elaboração das “notícias” envolve sempre um conjunto de aspectos – como a pirâmide invertida, a ênfase na resposta às perguntas sobre o quê, o quem, o quando, o onde e mesmo o porquê e o como, as selecções, as exclusões, as acentuações de um ou outro aspecto do acontecimento, etc. – que permitem afirmar que “a notícia, criando o acontecimento, constrói a realidade”.<sup>31</sup> A concepção positivista e naturalista é, desta forma, substituída por uma concepção construtivista de acordo com a qual, no limite, o jornalista “cria”, ou pelo menos constrói os próprios “factos” ou “acontecimentos”. A “objectividade jornalística” é, neste contexto, mais a resultante de uma validação intersubjectiva que mobiliza o conjunto de jornalistas de um órgão de informação, os vários órgãos de informação e os próprios destinatários do que uma imagem fiel dos factos – antes de mais porque, como já dissemos, salvo raríssimas excepções, os “fac-

<sup>30</sup>Como diz Daniel Boorstin, citando a frase de Benjamin Harris relativa ao primeiro jornal a publicar em Boston, em 25 de Setembro de 1690, “a missão de fabricar a actualidade pertencia outrora inteiramente a Deus – ou ao Diabo; a missão do jornalista limitava-se a ‘Narrar os Factos notáveis que puderam chegar ao nosso Conhecimento’ [*Narrer les Faicts notables qui ont pu parvenir à notre Connoissance*]”. Daniel Boorstin, *L’Image*, Paris, Union Générale d’Éditeurs, 1971, p. 27.

<sup>31</sup>Nelson Traquina, “As notícias”, in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Vega, 1993, p. 168. Como resume o autor, estes procedimentos têm a ver quer com os jornalistas, com as “formas literárias” e as “narrativas” mediante as quais eles constróem o acontecimento, quer com as organizações e os constrangimentos que elas não deixam de impor. *Ibidem*, p. 176.

tos” chegam ao jornalista já filtradas pelas fontes, de tal modo que, mais do que transmitir ou relatar factos, o que faz é transmitir ou relatar informações, “factos” em segunda ou mesmo em terceira mão. Mas esta “deficiência” de objectividade não é uma deficiência do jornalismo – ela não é sequer uma “deficiência”. Queremos com isto dizer que, filosoficamente falando, todos os “factos”, por mais “objectivos” que sejam, são mais ou menos “criados” ou “construídos”: pelos códigos culturais de que somos portadores, a começar por esse código primário que é a linguagem, pelas crenças que professamos, incluindo essas crenças “racionais” que são as teorias científicas e as doutrinas filosóficas, pelas tecnologias e instrumentos que utilizamos, pelas verdades práctico-utilitárias que partilhamos com os outros membros de uma comunidade, pelos métodos de investigação que mobilizamos, quiçá mesmo, e a aceitarmos a tese de Kant, por determinadas formas *a priori*.

O jornalismo não é, nesse aspecto, mais “criador” ou “construtivo” que as outras “formas simbólicas”, e nomeadamente essa “forma simbólica” que se tem assumido, no Ocidente, como o paradigma de todas as restantes – a ciência. Com efeito, se alguma coisa demonstraram os avanços mais recentes da ciência contemporânea, nomeadamente no domínio da Física, é precisamente o seu carácter de construção.<sup>32</sup> Como o disse, há muito, a obra admirável e seminal de Ernst Cassirer – que vê, aliás, a sua própria obra como um aprofundamento da “revolução copernicana” de Kant –, as “grandes funções espirituais” da humanidade, a linguagem, o conhecimento, o mito, a arte, a religião, em suma, toda a cultura são formadoras e não reprodutoras; não exprimem “passivamente a pura presença dos fenómenos”, mas conferem-lhe “uma certa significação, um valor particular de idealidade”; nelas o mundo não é “o simples reflexo de um dado empírico”, mas sim “produzido pela função correspondente segundo um princípio original”. Todas essas “funções espirituais” engendram, assim, as suas “configurações simbólicas” que, tendo a sua origem na mesma “função simbólica” original, constituem no entanto diferentes formas de constituir ou dar sentido à realidade; pelo que “convém portanto ver nelas não

---

<sup>32</sup>Cf., sobre esta temática, Werner Heisenberg, *Diálogos sobre Física Atómica*, Lisboa, Verbo, 1975.

as diferentes maneiras de [a realidade] se revelar ao espírito, mas antes as diversas vias que o espírito segue no seu processo de objectivação, quer dizer, na sua revelação a si próprio”.<sup>33</sup> Ou, em termos mais “hermenêuticos”: se da frase de Sócrates no *Íon* platónico segundo a qual os poetas são *hermenes eisin tôn theon*, “mensageiros dos deuses” (534 e), se pode deduzir “claramente”, como pretende Heidegger, que “o hermenêutico não quer dizer primariamente interpretar mas significa, antes disso, trazer mensagem e notícia”<sup>34</sup>, então essa frase de Heidegger pode ser lida também no sentido inverso, isto é, de que “trazer mensagem e notícia” – e não necessariamente “dos deuses” – é, desde logo, “interpretar”; e que, conseqüentemente, nenhum mensageiro pode deixar de assumir o papel de “intérprete”. Não é, portanto, por aí, pela impossibilidade de atingir “os factos tais como eles são”, os “factos em si”, que resulta de não existirem tais “factos” – que a questão da objectividade é uma verdadeira questão. A objectividade torna-se contudo uma verdadeira questão quando a interrogamos, por um lado, a propósito dos “valores notícia” que constituem o fundo ou o campo a partir dos quais se exerce – já que aquilo a que se chama a “objectividade jornalística”, no sentido da descrição neutra, imparcial, não opinativa dos “factos”, é sempre posterior à delimitação de tal fundo ou campo – e, por outro lado, acerca das “fontes” a partir das quais constrói as suas “notícias”.

<sup>33</sup>Ernst Cassirer, *La Philosophie des Formes Symboliques*, Vol. 1 (*Le Langage*), Paris, Les Éditions de Minuit, 1991, p. 18-19. Uma afirmação que Miquel Alsina praticamente parafraseia, quando afirma: “Se bem que se parta, neste livro, da notícia como realidade social construída, ela não é mais do que uma das realidades que nós, indivíduos, construímos quotidianamente. Pode discutir-se a importância ou relevância das distintas realidades socialmente construídas. Mas não há que cair a falácia da unidade da realidade social.” Miquel Rodrigo Alsina, *op. cit.*, p. 34.

<sup>34</sup>Martin Heidegger, “De un diálogo del habla”, in *De Camino al Habla*, Barcelona, Ediciones del Serbal-Guitard, 1987, p. 111.

### Objectividade jornalística e valores notícia

“Publicaremos tudo, sempre que seja verdade e vendável.”<sup>35</sup> O que torna problemática esta afirmação de um defensor confesso do jornalismo “amarelo” não é nem a “verdade” nem o “vendável”, mas o *e* que estabelece a conjunção de ambas as realidades. O que significa, com efeito, uma verdade que pode ser vendida? Que é vendável por ser verdadeira ou, inversamente, que é verdadeira por ser vendável? Como é possível perspectivar, a partir desta conjunção, a questão da “objectividade jornalística”? A resposta a estas questões aponta, necessariamente, para uma reflexão acerca dos chamados “valores notícia”<sup>36</sup> que suportam a teoria e a prática jornalísticas.

Como afirma John Hartley, os “valores notícia” “não são nem naturais nem neutrais, antes formando um código sócio-cultural que vê o mundo de uma maneira muito particular”<sup>37</sup> – como o parece confirmar, aliás, um mínimo de perspectiva histórica.<sup>38</sup> Com efeito, é hoje mais ou menos aceite que a “objectividade” como cerne da deontologia do jornalismo e o próprio conceito canónico de jornalismo, tal como acima foi apresentado, se desenvolve entre 1830 e 1890, isto é, coetaneamente com o surgimento e a afirmação da *penny press*, do jornalismo como “indústria cultural”.<sup>39</sup> A coetaneidade é aqui mais do que uma mera coincidência, indiciando antes uma verdadeira dependência recíproca. Com efeito, para que o jornal, enquanto produto industrial, seja rentável, exige-se que possa dirigir-se a todos os potenciais consumidores e anunciantes – *It shines for all*, como dizia o lema do *New York Sun* fundado em 1833 por Benjamin Day –, independentemente das suas preferências culturais, das suas opiniões político-partidárias ou dos seus interesses comerciais; o que só é possível, precisamente, centrando-se nas

<sup>35</sup>Ex-director do ex-jornal espanhol ABB, citado em Miquel Rodrigo Alsina, *op. cit.*, p. 18.

<sup>36</sup>Ou *news values*.

<sup>37</sup>John Hartley, *Understanding News*, London, Routledge, 1990, p. 80.

<sup>38</sup>Cf., para o que se segue: David T. Z. Mindich, *op. cit.*; João Carlos Correia, *Jornalismo e Espaço Público*, Covilhã, Universidade da Beira Interior, Série Estudos em Comunicação, 1998, especialmente o capítulo III, p. 85-119.

<sup>39</sup>Cf. David T. Z. Mindich, *ibidem*, p.10 e passim.

“notícias”, nos “factos de interesse geral”, que urge tratar de um modo descomprometido, apartidário, factual, equilibrado e verter na forma da pirâmide invertida.<sup>40</sup> Marca-se, assim, o fim do jornalismo dito “de opinião”, seja o jornalismo de índole “cultural” propugnado pelos homens da *Encyclopédie*, seja o jornalismo de índole associativa e político-partidária, nomeadamente o defensor dos ideais das revoluções americana e francesa, referido por Tocqueville.<sup>41</sup>

Mas – e esta é pelo menos a conclusão lógica dos donos dos *penny papers* – se o “factual” e “noticioso” é o que faz vender jornais, então tudo o que faz vender jornais é “factual” e “noticioso”. Deste modo, o actual, o interessante, o próximo, o verificável, o compreensível, o plausível, o não valorativo, o novo e o surpreendente, o referente às pessoas importantes, o polémico, o emocional, o agressivo, o que pode ter repercussões – em suma, os “valores notícia” que, como vimos, orientam ainda hoje o jornalismo – passam a determinar o que é “factual” ou “noticioso”. Em consequência, as respostas às seis perguntas jornalísticas passam a assumir, em geral – as excepções justificam-se sobretudo pela interferência dos “valores notícia” uns nos outros ou pela sua sobreposição –, uma forma assaz especial: “Quem?” passa a querer

<sup>40</sup>Tudo aspectos que, como mostra Mindich ao longo da obra citada, têm vindo a ser utilizados para caracterizar a “objectividade” jornalística.

<sup>41</sup>Obviamente que, nesta progressiva afirmação da “objectividade”, há que tomar em linha de conta também factores como: o positivismo que, como “ideologia” mais ou menos universal, marca toda a segunda metade do século XIX e, portanto, também o mundo dos jornais; a Guerra da Secessão e a censura à imprensa e o controlo dos “factos” que ela implica – particularmente “surpreendente”, como ele próprio a classifica, é a conclusão de Mindich de que os exemplos mais remotos da pirâmide invertida terão sido escritos por Edwin Stanton, Secretário da Guerra de Lincoln e censor-mor da imprensa (cf. David Mindich, *op. cit.*, p. 66.); a pouca fiabilidade do telégrafo, que leva a concentrar os esforços de redacção da notícia no *lead*; o aparecimento e desenvolvimento das agências noticiosas, que pretendem transmitir aos jornais seus clientes apenas os “factos”, deixando para esses mesmo jornais a tarefa de opinar sobre eles. Tudo isto tendo como pano de fundo o crescimento da actividade comercial, o desenvolvimento das tecnologias da impressão e da fabricação do papel, a melhoria das condições de vida e o aparecimento de uma classe média, as aspirações igualitaristas, a educação pública de massa, etc.



dizer as pessoas importantes, isto é, dotadas de um certo estatuto económico, político social e/ou mediático mais ou menos proeminente; “O quê?”, o homem que morde o cão mas também o cão que morde o homem importante ou o cão importante que morde o homem; “Quando?”, o passado mais ou menos imediato ou o passado mais antigo que se reflecte no passado imedia-to; “Onde?”, os locais espacial, cultural, afectiva e/ou mediaticamente próximos do destinatário potencial; “Como?” e “Porquê?”, as causas mais ou menos “próximas”, no duplo sentido de imediatas e compreensíveis por todos.<sup>42</sup> A distância entre o sensacional e o sensacionalista vai tornar-se, a partir dos finais do século XIX, cada vez mais ténue; prova disso mesmo é que os *penny papers*, acusados pelos jornais anteriores de serem “sensacionalistas”, vão eles próprios acusar os *yellow papers* desse mesmo pecado e, mais tarde, os jornais a rádio e todos os outros *media* a televisão.

Esta preponderância dos “valores notícia” – deste tipo de “valores notícia” – na actividade jornalística produz efeitos fundamentais na forma como é definida e praticada a “objectividade”. Voltando ao paralelo entre ciência e jornalismo, podemos dizer que enquanto para o cientista ser “objectivo” significa observar os “factos” a partir de critérios fornecidos pelo método científico – por aquilo a que, por analogia, poderíamos chamar os “valores fenómeno”, e em que se incluem critérios como a observação e a medição instrumentais, a matematização e a formulação de leis –, para o jornalista ser “objectivo” significa observar os “factos” a partir dos critérios fornecidos pelos “valores notícia”; já que, e como dizíamos atrás, não há “objectividade” em abstracto. Os “valores notícia” funcionam, assim, como a grelha de leitura que, de forma concertada, o leitor, o anunciante e o dono do jornal impõem ao jornalista, deixando-lhe um espaço de manobra cada vez mais reduzido; o jornalista – e, não por acaso, o sentido crescente do jornalismo como profissão emerge também pelos finais do século XIX – passa a ser visto e a ver-se a si próprio como um “comunicador profissional”, como um produtor de informação cuja característica distintiva em relação a escritores, novelistas, académicos e outros produtores de informação é a de que

<sup>42</sup>Cf. Tom Koch, *The News as Myth. Fact and Context in Journalism*, p. 37-74.

“a mensagem que ele produz não tem relação necessária com os seus próprios pensamentos e percepções”.<sup>43</sup> Deste modo, a grande vantagem dos *penny papers*, a saber, a sua independência em relação aos poderes políticos e partidários, não acarreta, senão de forma aparente, uma maior “independência” dos jornalistas que os produzem, acarretando antes a sua dependência funcional e ideológica em relação a “poderes” fácticos de um outro tipo.

Mas, se assim é, então a questão essencial da “objectividade” não reside, como dizíamos, em noticiar mais ou menos “objectivamente” – pondo entre parêntesis as suas “opiniões” e “preferências” – aquilo que se selecciona, mas antes na selecção daquilo que se noticia; a evidência da “objectividade” na descrição dos “factos” seleccionados apenas oculta a ausência da “objectividade” na selecção dos factos a noticiar. Dito de outro modo: ao exercer-se sobre um fundo ou campo delimitado *a priori* – e delimitado, em última análise, em função dos “valores notícia” –, e não sobre a totalidade do “real” possível, a “objectividade” *a posteriori* não pode deixar de excluir, de tomar partido, de se negar a si mesma como “objectividade”. Assim, e por mais paradoxal que tal pareça, ser “objectivo” é a forma mais perfeita de o não ser.

Decorrem, daqui, algumas consequências importantes. A primeira é a de que a única diferença – que contudo, como vimos, os defensores da “objectividade jornalística” consideram essencial – entre a “notícia” e a “opinião” é que, ao mesmo tempo que a notícia é uma opinião implícita, na medida em que pressupõe a selecção de certos factos e o tratamento desses factos de uma certa maneira, a opinião é uma notícia implícita, não apenas no sentido em que qualquer opinião se baseia, mais ou menos directamente, em determinadas notícias como no sentido em que o acto de alguém emitir uma opinião nos *media* é, desde logo, uma notícia.<sup>44</sup> A se-

<sup>43</sup>David Mindich, *op. cit.*, p. 46. A expressão “comunicador profissional” pertence a James Carey, aqui citado por Mindich.

<sup>44</sup>Não admira assim que Gaye Tuchman confesse, num dos seus estudos, que a questão acerca da diferença entre a “notícia objectiva” e a “notícia de análise” foi “a mais difícil de todas as questões postas aos inquiridos durante os dois anos de pesquisa”. Gaye Tuchman, “A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas”, Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, p. 85.

gunda consequência é a de que a formulação inicial da teoria do *gatekeeper*, feita por David Manning White, deve ser estendida do nível já derivado da sala de redacção que filtra as notícias, e nomeadamente as que provêm das agências noticiosas, ao nível, mais *primário*, da produção inicial das próprias notícias, nomeadamente pelas agências noticiosas, isto é, à selecção e à definição dos factos que serão notícia e da forma como o serão. É logo nesse nível e nesse momento que verdadeiramente as notícias se transformam numa “janela para o mundo” e numa “grelha” que “delineia o mundo”<sup>45</sup>, e a informação em en-formação e mesmo de-formação. É aí que, como dizíamos, a “objectividade” – a naturalidade, a neutralidade e a evidência – das notícias tem de ser questionada, para chegarmos à conclusão de que, ao serem produzidas por um certo tipo de instituições, a partir de certos critérios de relevância, visando determinados objectivos, elas nos dão acesso não ao mundo “real” mas apenas a “um mundo possível”.<sup>46</sup>

Uma das conclusões fundamentais que podemos retirar do que dissemos até aqui é a de que a crítica que hoje se faz à transformação generalizada da informação em espectáculo e em entretenimento, longe de ser um mero “epifenómeno” é, pelo contrário, um fenómeno profundo que já se encontra, desde o princípio, ínsito na subordinação do jornalismo “noticioso” aos “valores notícia” que definiu para si próprio. Este processo em que, ao mesmo tempo que a informação se torna espectacular, o espectáculo se torna “informativo”, que já está presente na *penny press* e no *yellow journalism*, ganha um impulso decisivo com a fotografia e atinge o seu ponto máximo com a televisão – cujo “ver” aparece como a verdadeira realização da metonímia sensorial e cognitiva de que já falava Aristóteles.

<sup>45</sup>Cf. Gaye Tuchman, *Making News. A Study in the Construction of Reality*, New York, Free Press, 1978, p. 12.

<sup>46</sup>Daí a definição proposta por Miquel Alsina: “Notícia é a representação social da realidade quotidiana produzida institucionalmente que se manifesta na construção de um mundo possível.” Miquel Rodrigo Alsina, *op. cit.*, p. 185.

### Objectividade jornalística e fontes de informação

A “objectividade” torna-se também questão quando analisada ao nível das fontes em que se baseia a informação jornalística. Como mostra Tom Koch<sup>47</sup> a partir de vários “casos” concretos do jornalismo americano mais ou menos recente, incluindo o chamado “jornalismo de investigação”, de que a “investigação” do caso Watergate costuma ser apresentada como paradigma, aquilo a que se chama a “narração objectiva dos factos” não passa, na maior parte dos casos, de uma “atribuição de citações” dos próceres do poder e do saber, dos funcionários e dos especialistas, dos burocratas e dos tecnocratas – dando, ao jornalismo, um carácter verdadeiramente oficioso.<sup>48</sup> Ser “objectivo” significa, em tal contexto, citar da forma mais “imparcial” e “completa” possível o que os outros – as “fontes” dotadas de “autoridade” ou “peso” suficientes – disseram, abdicando o jornalista da sua própria voz. Daí precisamente que ao “mito” da objectividade jornalística, tal como atrás o caracterizámos, corresponda um outro “mito”: “o mito social de uma democracia que funciona, efectiva e progressiva, na qual cada membro é salvaguardado pela vigilância de uma burocracia potente e onnisciente”.<sup>49</sup> Neste processo, o jornalista esquece fácil e convenientemente o “porquê?” e o “como?” dos factos – ou, pelo menos, reduz imensamente o seu alcance – para se limitar a uns “quem?”, “o quê?”, “quando?” e “onde?” mais ou menos imediatos e desligados do contexto sócio-político. Produz-se, assim, uma imagem tranquilizadora da sociedade, de acordo com a qual os burocratas e os tecnocratas velam pelo bem-estar e pela segurança de todos e cada um dos cidadãos, corrigindo de forma eficaz as eventuais “anomalias” e “disfunções”, e os jornalistas, por sua vez, vigiam

<sup>47</sup>Cf. Tom Koch, *The News as Myth. Fact and Context in Journalism*.

<sup>48</sup>“Durante décadas, os estudos acerca do conteúdo das notícias mostraram que entre 70 a 90 por cento de todas as histórias noticiosas são baseadas nos enunciados de funcionários governamentais ou especialistas oficiais. (...) A maior parte dos repórteres permanece hoje o que sempre foi: condutas transportando dados, em grande medida não considerados nem examinados, da secretária dos funcionários e dos especialistas oficiais para os olhos e os ouvidos do público.” Tom Koch, *The Message is the Medium*, p. 17.

<sup>49</sup>*Ibidem*, p. 175.

atentamente a actividade de uns e outros, denunciando tudo o que há para denunciar – desde que informados pelas “fontes autorizadas”, isto é, os mesmos burocratas e tecnocratas cujos abusos supostamente têm de denunciar. Instaure-se, assim, uma verdadeira circularidade e cumplicidade entre o poder e o jornalismo, de tal forma que, ao mesmo tempo que a voz do primeiro ecoa no segundo – “mensageiro do poder” seria uma boa expressão para designar este tipo de jornalismo – o segundo legitima a existência do primeiro.<sup>50</sup> Que a objectividade se constitua como um “ritual estratégico”, mobilizado pelos jornalistas com o intuito de se colocarem ao abrigo das críticas e dos ataques das forças estranhas à profissão<sup>51</sup> não é, em tal contexto, senão o sintoma de tal cumplicidade – aquilo a que Nietzsche chamaria, provavelmente, um assomo de “má consciência”.

### O carácter político da “objectividade jornalística”

O que ressalta da análise feita acerca da relação entre a “objectividade jornalística” e, por um lado, os “valores notícia” que a determinam e, por outro lado, o tipo de fontes que a suportam é, claramente, o carácter político dessa mesma “objectividade”.

De facto, ao pôr em jogo os “valores notícia” que põe em jogo, subordinados aos poderes e interesses económicos e, assim, dotados de uma natureza necessariamente “informecial”, isto é, informativa e comercial, o jornalismo consegue produzir uma informação que atrai, que seduz, que chama a atenção, que excita a natural curiosidade de cada um; e esse é, queiramos ou não, o seu objectivo primário, na medida em que, se a informação não é procurada pelos seus destinatários, ela nem sequer “existe”. No entanto, simulta-

---

<sup>50</sup>Como diz Koch, “no final, os jornalistas funcionam precisamente como um instrumento de legitimação para os profissionais e os funcionários que são a fonte atributiva dos *media*”. *Ibidem*, p. 110. Para acrescentar, noutro passo, que “a parceria entre notícias e governo é, em última análise, de legitimação mútua”. *Ibidem*, p. 178.

<sup>51</sup>Cf. Gaye Tuchman, “A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas”, *op. cit.*, p. 74-90.

neamente, essa informação não pode deixar de dar uma realidade parcial, uma visão parcial da realidade, que exclui tudo o que não cabe nos “valores notícia”, e nomeadamente: o que não é “interessante”, por exemplo um relatório económico, um debate político, uma descoberta científica, uma crítica literária; o que não é “compreensível”, ou seja, apreensível de forma imediata, se necessário pelos meros títulos ou no máximo pelos *leads*, antes exigindo leitura morosa e reflectida; o que é “valorativo”, implicando tomada de posição e opinião pessoal; o que não se refere às “pessoas importantes”, mas antes ao cidadão comum, ao trabalhador, ao estudante, à dona de casa; o que não é “polémico”, “emocional” e “agressivo”, envolvendo antes um conjunto de argumentos e de discussões mais ou menos racionais e frios. Ora, ao apresentar uma visão parcial – no duplo sentido de sectorial e de comprometida –, da realidade como “objectiva” e “imparcial”, válida para todos e, como tal, passível de gerar o consenso, o jornalismo passa a assumir uma função a que John Hartley chama “ideológica”<sup>52</sup> e Tom Koch chama “mítica”<sup>53</sup> e que se traduz, no fundo, pela reprodução e legitimação da sociedade existente, com as suas divisões de classes e a sua distribuição desigual dos poderes.<sup>54</sup> Note-se, no entanto,

<sup>52</sup>Na linha de Louis Althusser, Hartley defende que as “organizações noticiosas” são “aparelhos ideológicos do estado” que têm como objectivo criar um “assentimento” generalizado que permita a “hegemonia” da classe dominante – o que é conseguido mediante a apresentação de uma visão dos “factos” susceptível de ser aceite por todos como “natural”. Daí a sua reivindicação da “autonomia” e da “objectividade” que, distinguindo as “notícias” da mera propaganda, as tornam verdadeiramente eficazes. Cf. John Hartley, *op. cit.*, p. 56-62.

<sup>53</sup>Koch entende o “mito” no sentido barthiano de inflexão, caracterizando o “mito da objectividade jornalística” como a concepção segundo a qual “o repórter é um investigador imparcial, um representante do ‘quarto poder’ procurando uma descrição, sem medo ou favor, de acontecimentos do domínio público. Nesse mito o jornalista pode questionar e questionará todos os responsáveis aos níveis marginais e oficiais, equilibrando de forma imparcial a informação relativa ao tema a ser descrito.” Tom Koch, *The News as Myth. Fact and Context in Journalism*, p. 104.

<sup>54</sup>Ou, como observa Furio Colombo, “a notícia é um produto e, instintivamente, não se afigura útil aos produtores lançar no mercado algo que é discutível ou não é popular, que não é da preferência da cultura dominante”. Furio Colombo, *op. cit.*, p. 65.

que isto não exclui aquela que, paradoxalmente, aparece hoje em dia como uma das melhores formas de produção do consenso: a encenação mediática do “conflito” entre uma posição/tese e a sua antítese, na medida em que tal encenação permite, por um lado, situar o destinatário no lugar “equidistante” da síntese, do poder arbitral – o que equivale, no fundo, a ser “objectivo” e “imparcial”, isto é, a não tomar posição – e, por outro lado, reduzir uma realidade múltipla, em que existem seguramente mais do que duas teses antagónicas, a uma realidade maniqueísta e bipolar, desclasificando tudo o que não se situa dentro do “conflito” como “desviante” ou “irracional” e produzindo, assim a sua exclusão do debate.<sup>55</sup> A própria forma como a audiência é visada pela informação jornalística – como um conjunto de pessoas dotadas de “senso comum”, como uma massa de cidadãos “médios” que pode, diz-se, “compreender” facilmente os “factos” que lhe são apresentados e da forma como o são – reforça o carácter consensual do jornalismo e, assim, o seu carácter “ideológico” ou “mítico”.

## O conceito de um novo jornalismo

O caso “Ida Wells” – designemos, assim, a luta travada pela jornalista e activista Ida B. Wells, nos anos 1890, em plena época da reivindicação da “objectividade” pelos jornalistas, contra os linchamentos de negros e a “objectividade” da cobertura de tais linchamentos pela imprensa branca, nomeadamente pelo *New York Times*<sup>56</sup> – ao mesmo tempo que mostra como a “objectividade” pode ser tudo menos objectiva, permite-nos perspectivar um novo tipo de jornalismo, alternativo ao jornalismo “noticioso” e mais ou menos “oficioso”. Comparando a forma como o *New York Times* e Ida Wells viam a questão, afirma Mindich que “onde o *New York Times* via a questão do linchamento como um delicado acto de equilíbrio [entre as posições das partes envolvidas, isto é, os negros

---

<sup>55</sup> Este processo torna-se hoje particularmente evidente na forma como é dada a informação política, cuja orientação para o “centro” acompanha, neste aspecto, a informação jornalística – e isto apesar da imensa gritaria com que, por vezes, se quer fazer supor o contrário.

<sup>56</sup> Cf. David Mindich, *op. cit.*, todo o capítulo 5, p. 113-137.

linchados e os brancos linchadores], Wells via assassinos brancos a atacar negros inocentes”.<sup>57</sup> O que isto significa é, desde logo, que a “objectividade” era exercida, por parte do *New York Times*, no contexto dos estereótipos implícitos da cultura norte-americana, partilhados mesmo por alguns afro-americanos mais instruídos, e em consequência dos quais, apesar de se discordar dos processos bárbaros utilizados, particularmente dos linchamentos pelo espancamento e/ou pela força, era tacitamente aceite que os negros eram “culpados”. As “notícias” dos “factos” limitavam-se, assim, a confirmar e a reforçar a cultura e o poder dominantes – daí o seu carácter “ideológico” ou “mítico”. À “objectividade” do *New York Times* contrapõe Ida Wells fundamentalmente duas coisas, ambas vistas hoje como partes integrantes do chamado jornalismo “público” ou “cívico” – de que a activista americana poderá ser considerada, portanto, como um dos primeiros grandes representantes:

i) A investigação a partir de fontes alternativas às fontes “oficiais” ou “oficiosas” que representam os diversos poderes estabelecidos, intentando descobrir as explicações ou interpretações por detrás dos “factos” – no caso em apreço, Wells procura ouvir testemunhas negras, verificar pessoalmente certas partes dos relatos, perceber as motivações dos diversos intervenientes, etc., o que lhe permite chegar à conclusão de que, por detrás da violência branca, se escondem motivos económicos e concorrenciais que põem, de um lado, os trabalhadores e os comerciantes brancos e, do outro, os trabalhadores e os poucos comerciantes negros;

ii) A procura de um comprometimento à acção por parte dos cidadãos aos quais se dirige, configurando, assim, um verdadeiro jornalismo-acção.<sup>58</sup> É certo que, como o fizeram os jornalistas seus contemporâneos, se pode acusar o jornalismo posto em prática por Ida Wells de já nada ter a ver com “jornalismo” – uma acusação que, de acordo com os cânones da “objectividade”, até está correcta –, de que representaria mesmo uma espécie de “retrocesso” em direcção ao antigo jornalismo político e partidário – o que já é

<sup>57</sup> *Ibidem*, p. 124. “Inocentes” significa, neste contexto, que não tinham sido julgados e condenados por qualquer tribunal.

<sup>58</sup> Cf. *ibidem*, p. 135.



uma acusação injusta, na medida em que o que estava em causa, no jornalismo de Ida Wells, era uma causa “humanitária”, de “direitos humanos”, e não propriamente político-partidária. Mas pode-se também, com Tom Koch, falar aqui de um jornalismo de um novo tipo, de um “novo jornalismo”. Em que é que este “novo jornalismo” se distingue do “antigo”? Podemos apontar pelo menos as seguintes características distintivas deste “novo jornalismo”<sup>59</sup>:

**i) Explicativo:** explica o “facto” situando-o no contexto económico, social, político a que pertence, olhando-o como exemplo de uma regularidade que, ela sim, deve ser investigada, dando, assim, a ênfase que merecem às perguntas “como?” e “porquê?” que o jornalismo “objectivo” e “noticioso” reduz à sua expressão mínima;

**ii) Investigativo:** investiga os “factos” de forma independente e autónoma, procurando, seleccionando e analisando as suas próprias “fontes”, ultrapassando a fase da mera citação dos burocratas e tecnocratas, dos funcionários e especialistas da “primeira burocracia”;

**iii) Opinativo:** opina acerca das questões em discussão na sociedade a que pertence, procurando iluminar os “factos” a partir das suas posições e opiniões, em vez de as ocultar sob a capa de uma “objectividade” que, como vimos, de facto não existe;

**iv) Cívico:** toma por guia o interesse público, comunitário, recusando defender interesses meramente egoístas e/ou de grupo.

Ora, há que dizê-lo, este “novo jornalismo” já existe e, em certa medida, nunca deixou de existir, ainda que como excepção e não como regra – daí, como referimos atrás, o carácter demasiado radical da crítica dos críticos do jornalismo contemporâneo: ligado, como refere Hartley, a determinadas comunidades, movimentos e acções; no seio de instituições que não têm fins lucrativos, mas por exemplo de ensino e/ou investigação, de assistência, de defesa de interesses profissionais e/ou corporativos, etc.; em certos sectores dos *media*, nomeadamente dos escritos, por exemplo nalguns dos jornais ditos “de referência”. É certo que os exemplares empresariais

---

<sup>59</sup>Tomamos aqui como referência os seguintes textos, já mencionados em notas anteriores: John Hartley, *Understanding News*; Tom Koch, *The News as Myth. Fact and Context in Journalism*; Tom Koch, *The Message is the Medium*.

de tal jornalismo constituem verdadeiras “ilhas” que se encontram, hoje, cada vez mais pressionadas pelos interesses económicos – cuja consecução passa pelo aumento das audiências, do volume da publicidade, das taxas de lucro – dos grupos empresariais a que, na sua maioria, já pertencem, configurando uma situação em que o equilíbrio se revela cada vez mais frágil. Não cremos, portanto, que o factor decisivo para esta evolução dos *media* seja aquilo a que Eco chama o “efeito-televisão” – o efeito de uma televisão que forçaria os outros *media* a imitar a sua informação superficial, sensacionalista, publicitária e espectacular. Digamos antes que ela soube levar, à perfeição extrema – ou à degradação extrema, segundo a perspectiva –, aquela que foi, desde o seu início, a natureza do jornalismo “noticioso”.

### O jornalismo online

É neste contexto que convém introduzir a questão da Web ou, se preferirmos, a questão do chamado “jornalismo online” – entendendo por tal não o mero *shovelware*, a mera transposição, para formato electrónico, das versões impressas dos jornais, mas o jornalismo produzido especificamente na e para a Web, e a que também se tem vindo a chamar “ciberjornalismo”, “webjornalismo” ou “jornalismo na Internet”.<sup>60</sup> Mais particularmente, interessa perguntar em que medida é que pode ou não, tal tipo de jornalismo, favorecer a extensão e/ou consolidação do carácter “cívico” e “público” do jornalismo.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Apesar das distinções mais ou menos bizantinas que por vezes se procuram fazer, a diferença das designações não é, quanto a nós, essencial para a determinação da substância da coisa. Para uma descrição da experimentação levada a efeito no domínio deste tipo de jornalismo, no âmbito do projecto “Akademia: Sistemas de informação e novas formas de jornalismo online”, cf. António Fidalgo, *O ensino do jornalismo no e para o século XXI*, 2001, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>.

<sup>61</sup> De facto, esta pergunta tem vindo a ser antecedida de uma outra: a de saber se há efectivamente *um* jornalismo *online* – isto é, se o que assim se chama é uma nova forma de jornalismo, de tal modo que novos meios implicam novas formas; ou se ele é, pelo contrário, o jornalismo de sempre só que transposto para um novo meio. Raciocinando por mera analogia seríamos tentados a dizer que, tal

Em termos da sua relação com o jornalismo, a Web pode ser vista pelo menos a quatro níveis – sendo que os dois primeiros se referem mais à produção e os segundos à recepção da informação – que introduzem, simultaneamente, quatro importantes diferenças do jornalismo *online* relativamente ao jornalismo tradicional<sup>62</sup>:

i) Como fonte de informação: ao colocar, potencialmente, toda a informação ao seu alcance, a Web permite que o jornalista tenha acesso às mesmas fontes de informação especializada e estratégica a que têm acesso os funcionários e os especialistas, podendo assim deixar de ser a mera caixa de ressonância da “primeira burocracia”; para além disso, e mediante a inserção das hiperligações adequadas na sua notícia ou no seu artigo, o jornalista pode permitir ao próprio receptor, ao cidadão em geral, o acesso às e a verificação das fontes em que se baseia, podendo o jornalismo ganhar, assim, uma credibilidade acrescida.

ii) Como meio de publicação: a publicação das notícias na Web apresenta as seguintes características fundamentais: a) A ausência, pelo menos teórica, de limites de espaço ou de tempo de uma notícia ou de um artigo – com o que o jornalismo pode deixar de

---

como na passagem do jornal para a rádio e desta para a televisão não houve a invenção de novas formas de jornalismo – de formas radicalmente diferentes, entenda-se –, mas tão só a adaptação do “velho” jornalismo ao formato dos novos meios, também na passagem do jornal, da rádio e da televisão para a Web se verificará um fenómeno do mesmo tipo; ou seja, o jornalismo online não será mais do que a adaptação do “velho” jornalismo ao novo meio que é a Internet. Isto parece o máximo que, no momento, sem entrarmos no domínio da mera especulação, se pode responder a tal pergunta.

<sup>62</sup>Cf., para o que se segue: Melinda McAdams, “Inventing an online newspaper”, *Interpersonal Computing and Technology: An Electronic Journal for the 21st Century*, July, 1995, Volume 3, Number 3, p. 64-90, Published by the Center for Teaching and Technology, Academic Computer Center, Georgetown University, Washington, DC 20057, versão textual disponível em <http://jan.ucc.nau.edu/~ipct-j/1995/n3/mcadams.txt>. A autora analisa a sua experiência, na qualidade de *content developer*, na construção de uma versão *online*, não coincidente com a versão impressa, do *The Washington Post*; Bruno Giussani, “A New Media Tells Different Stories”, *First Monday*, 1997, disponível em [http://www.firstmonday.dk/issues/issue2\\_4/giussani/](http://www.firstmonday.dk/issues/issue2_4/giussani/); Mark Deuze, “The WebCommunicators: Issues in Research into Online Journalism and Journalists”, *First Monday*, 1998, disponível em <http://www.firstmonday.dk/issues/issue3.12/deuze/>.

ser aquilo que alguns referem como sendo a mera “arte” de preencher os espaços e/ou os tempos deixados vazios pela publicidade; b) O carácter integrado ou “multimédia” das notícias e dos artigos que, mediante um sistema de ligações hipertextuais, podem comportar, para além do texto e em conjugação com ele fotografias, sons, vídeos, etc., fazendo-se esbater a distinção entre os vários tipos de informação mediática e dando origem a uma espécie de “jornalismo holístico” ou “total” – o que implicará, necessariamente, a constituição de equipas jornalísticas não só multidisciplinares, como até aqui, mas também multi-capacitadas em produção de texto, de fotografia, de som, de vídeo, de cinema, etc.; c) A consideração de uma audiência “artificial” – já que, e dado o facto de a pesquisa de informação na Web assentar basicamente na actividade dos motores de busca, assente por sua vez na actividade de *web crawlers*, a informação produzida deve ter em conta os parâmetros de actuação desses programas específicos, sem o que não ganhará a visibilidade e a “existência” que é o objectivo primeiro de quem produz a informação. As características a) e b) permitem perspectivar um jornalismo que, como refere Tom Koch, se não limita às “notícias” e aos “factos” mais ou menos pontuais, isolados em termos de espaço e de tempo, para os situar no contexto ou regularidade a que pertencem, respondendo assim cabalmente ao “como?” e ao “porquê?” que o jornalismo “noticioso” e “objectivo” tende, de forma subtil, a pôr total ou parcialmente de parte. Que essa contextualização possa realizar-se, de forma automática, a partir da própria sintaxe das bases de dados, é uma das hipóteses centrais e mais interessantes do conceito de um “jornalismo assente em base de dados” que se encontra actualmente a ser desenvolvido pelo *Labcom - Laboratório de Comunicação e Conteúdos Online* da Universidade da Beira Interior no âmbito do “Projecto Akademia: Sistemas de informação e novas formas de jornalismo online”.<sup>63</sup>

iii) Como espaço de interactividade: ao universalizar, pelo menos potencialmente, mecanismos já existentes nos outros *media* como o “correio do leitor”, o “fórum radiofónico”, a “participação do telespectador” e o próprio “provedor do leitor” – em suma, a participação do receptor na crítica da informação recebida e na própria

<sup>63</sup>Cf. <http://www.akademia.ubi.pt>.

produção de informação –, a Web permite perspectivar um jornalismo em que, de certo modo, se esbate e se anula mesmo a distinção entre jornalista e leitor, entre produtor e receptor da informação. Neste novo contexto, o jornalista é visto essencialmente como um “mediador”, um “facilitador de discussões”, um “animador” e um “organizador” da recolha da informação e da sua utilização pela comunidade.<sup>64</sup>

iv) Como *medium* personalizado: a navegação hipertextual, ao permitir que cada receptor faça o seu próprio “percurso”, transforma uma informação que, à partida, se dirige a uma audiência potencialmente universal – toda a informação para todos –, em informação que é recebida e apropriada de forma individualizada. O que implica, também, esquecer a necessidade de segmentação das audiências, da produção de uma informação  $x$  para uma audiência  $y$ , na medida em que essa segmentação é, pela própria natureza do *medium*, automaticamente transferida do momento da produção para o momento da recepção; ou seja, agora é o *medium*, e o tipo de recepção que ele permite, que é segmentador, não a informação propriamente dita.<sup>65</sup>

As “possibilidades” que, a cada um destes níveis, são oferecidas pela Web, só agora parecem justificar plenamente afirmações como a de que “pela primeira vez na história humana temos à nossa disposição a capacidade de comunicar simultaneamente com milhões dos nossos semelhantes, de fornecer o entretenimento, a instrução e a visão alargada dos problemas e acontecimentos nacionais” – produzida num discurso feito em 1924, pelo Secretário de Estado Americano do Comércio Herbert Hoover, em relação à Rádio.<sup>66</sup> Aliás,

---

<sup>64</sup>Como observa Bruno Giussani: “O jornal deixa de ser um produto. Torna-se um lugar. Um lugar onde pessoas da comunidade se detêm, contactam entre si e regressam para construir um futuro comum.” Bruno Giussani, *op. cit.*.

<sup>65</sup>Esta característica do jornalismo online poderia, senão resolver, pelo menos atenuar o problema do carácter cada vez mais complexo e especializado da informação no mundo actual, e que situa jornalistas e cidadãos perante o seguinte dilema: ou um jornalismo super-especializado, que aprofunda os temas mas não atinge os cidadãos em geral; ou um jornalismo não especializado que atinge todos mas se fica pelas “notícias do quotidiano” mais ou menos banais. Cf. Furio Colombo, *op. cit.*, p. 173-177 e passim.

<sup>66</sup>Citado em Matthew Doull, “Journalism into the twenty-first century”, in

uma reflexão elementar sobre o caso da Rádio, que passou de uma fase inicial “radioamadora”, em que não havia controlo da utilização das ondas, para uma fase em que tal utilização passou a ser cada vez mais controlada e a actividade radialista assumiu uma feição cada vez mais comercial, equiparando-se, assim, ao que já acontecia com os jornais, levará, certamente, a mitigar o utopismo digital de muitos dos discursos recentes acerca da relação entre jornalismo e Internet. Como parece ser, precisamente, o caso de Tom Koch quando vê na Internet o *medium* que permitirá não só que todos os cidadãos tenham acesso à informação pública relevante e aos meios de comunicação, possibilitando pela primeira vez uma autêntica *vox populi*, um sistema de “notícias dos cidadãos”, como também que o jornalismo deixe de ser uma mera “coleção de citações” de funcionários e de especialistas, o mero eco da “primeira burocracia”, para passar a ser o “quarto poder” que nunca foi.<sup>67</sup> O que equivaleria, em última análise, a acabar com o próprio jornalismo – que teria, por assim dizer, uma “morte feliz”, consumando-se na sua própria anulação – ao transformar cada um dos cidadãos em “jornalista”.<sup>68</sup> Estranhamente, ou talvez não, estas perspectivas mais utópicas sobre o jornalismo *online* e a sua capacidade de fazer de cada cidadão um “jornalista”, de anular no fundo a distinção entre o “mensageiro” e o “destinatário”, acabam por coincidir, em grande medida, com as perspectivas daquilo a que se tem vindo a chamar o “tabloidismo.net” de Matt Drudge, que se reivindica do jornalismo “popular” da *penny press*, tendo em Horace Greely, do *New York Tribune*, um dos seus heróis preferidos.<sup>69</sup> E àqueles – por exem-

---

Michael Bromley, Tom O'Malley (org.), *A Journalism Reader*, London, Routledge, 1997, p. 274.

<sup>67</sup>Cf. Tom Koch, *The Message is the Medium*, p. 6-12 e passim. É claro que, como reconhece Koch, antes do *online* e da Internet já o jornalista poderia ter acesso a toda essa informação – só que as exigências em termos de tempo e de espaço para a sua recolha tornavam-na incompatível com a urgência da publicação da notícia.

<sup>68</sup>“Os jornalistas já não são a única conduta que temos para o mundo mais vasto. Os dados são oferecidos através de muitas vias, das quais o velho jornal ou o jornal de notícias é apenas uma delas. À medida que os instrumentos e recursos do *medium* electrónico crescem em poder e sofisticação, novas potencialidades crescem para todos nós.” *Ibidem*, p. 32.

<sup>69</sup>Afirma Drudge, naquele que pode ser considerado o seu verdadeiro “ma-

plo os jornalistas do *National Press Club* americano ou de outras associações profissionais com preocupações mais ou menos deontológicas –, que defendem a necessidade de instituir, na Internet, uma “função de edição” ou uma “função de *gatekeeping*”, Drudge contrapõe simplesmente a necessidade de um exercício pleno da “liberdade de informação”: de todos, para todos, sobre tudo. Ainda que este “tudo” se refira, na maior parte das “notícias” dadas<sup>70</sup> por Drudge, ao escândalo mais ou menos privado, ao boato mais ou menos anónimo, à calúnia mais ou menos torpe.

Apesar do seu cinismo evidente, a posição de Drudge tem pelo menos a vantagem de nos chamar a atenção para o facto de que aquelas que à primeira vista parecem ser as grandes vantagens da Web – um acesso ilimitado à informação, uma democratização total da publicação, uma interactividade fácil e imediata e uma recepção individualizada da informação – acabam, também, por se tornarem as suas maiores desvantagens. Assim:

i) A Web como fonte de informação: como distinguir, no oceano de informação que vai sendo produzido e lançado, para não dizermos despejado, na Rede, a que é fiável e credível da que não o é? A opinião “informada” da opinião “deformada”? A verdade da manipulação? O mesmo é dizer que, na Web, o problema jornalístico da selecção e avaliação das fontes se torna ainda mais complexo do que fora da Web – na medida em que as possibilidades de travestir a informação, de a falsificar, de a manipular são infinitamente mais potentes. Resta, obviamente, sempre uma solução: a de se-

---

nifesto”: “Qualquer cidadão pode ser um repórter, pode tomar esse poder na sua mão. A diferença entre a Internet, por um lado, e a televisão e a rádio, as revistas e os jornais, por outro, é a comunicação nos dois sentidos. A Net dá voz tanto a um viciado em computadores como eu, como a um CEO ou a um orador da *House*. Tornamo-nos todos iguais.” Para acrescentar, adiante: “Antevejo um futuro em que haverá 300 milhões de repórteres, em que qualquer um, a partir de qualquer lugar, poderá reportar por qualquer razão. É a liberdade de participação realizada de forma absoluta.” Matt Drudge, *Anyone With A Modem Can Report On The World*, Address Before the National Press Club, June 2, 1998, disponível em <http://www.frontpagemag.com/archives/drudge/drudge.htm>; cf. também *The Drudge Report*, disponível em <http://www.drudgereport.com/>.

<sup>70</sup>Literalmente “dadas”, a acreditarmos no próprio Drudge, que nunca esclarece cabalmente a questão do financiamento do seu *Report*.

leccionar fontes que correspondam a instituições, organizações e indivíduos conhecidos prévia e exteriormente à Web, sejam ou não oficiais. Mas, desta forma, arriscamo-nos a voltar aos tradicionais problemas do jornalismo tradicional, precisamente denunciados por Koch.<sup>71</sup>

ii) A Web como meio de publicação: a democratização que, nesta matéria, é oferecida pela Web é contrariada, de forma dialéctica, pela impossibilidade de aqueles que navegam ou pesquisam na Web acederem a toda a informação disponível, de tal modo que, também aqui, “muitos são os chamados mas poucos os escolhidos”. Isto é: se é certo que todos têm o “direito” de publicar, não é menos certo que só alguns, muito poucos, terão o “direito” de ser lidos – a Web é, neste aspecto, comparável a uma televisão com um bilião de diferentes canais, tantos quantas as *homepages*. Tenderão a ser lidos os que forem portadores de um prestígio, uma autoridade e uma qualidade que não são, em geral, acessíveis ao cidadão comum, mas apenas a instituições ou organizações como universidades, institutos de investigação, órgãos de informação, empresas de serviços, etc., dotadas dos recursos humanos, técnicos e financeiros apropriados e que, na maior parte dos casos, até granjearam esse prestígio, essa autoridade e essa qualidade antes da entrada na Web, transportando para aí um nome de marca que já existia – como o demonstram os próprios critérios de relevância dos motores de busca, particularmente do *Google*.

iii) A Web como espaço de interactividade: é certo que, e ao contrário do que acontece nos outros *media*, na Web qualquer receptor pode, sem limites de espaço ou de tempo, através do correio electrónico, dar a conhecer aos produtores da informação, nomeadamente aos jornalistas, a sua posição sobre a forma, o conteúdo e as implicações de uma determinada notícia, e participar em fóruns de discussão ou de conversação, ajudando assim a construir uma

---

<sup>71</sup> Acerca da questão da avaliação das “notícias” e da informação em geral na Web, cf. Jan E. Alexander, Marsha Ann Tate, *Checklist for a News Web Page*, July 1996 (last revised July 2000), disponível em <http://www2.widener.edu/Wolfgram-Memorial-Library/webevaluation/news.htm>. São os seguintes os critérios de avaliação propostos pelos autores: autoria ou fonte, fiabilidade ou precisão, actualidade e cobertura.



“comunidade de leitores” mais ou menos interveniente e em que, de certa forma, se anula a própria distinção entre os que produzem e os que recebem informação e, simultaneamente, entre “notícia” e “opinião”. No entanto, a “perfeição” do próprio processo redundaria, a certa altura, na sua imperfeição, para não dizermos na sua impossibilidade: de facto, quem quer ou pode ler uma “notícia” que envolve centenas ou mesmo milhares de opiniões e de palavras que, a partir de certa altura, não podem deixar de ser repetitivas e redundantes? E que equipa jornalística pode, a partir de certo volume, responder a todas as questões e observações provenientes dos receptores? Duas das grandes vantagens do jornalismo tradicional residem, precisamente, por um lado, na exigência de uma economia da palavra, da imagem, do som – que permita ao receptor apreender o máximo de informação no mínimo de tempo e de espaço e, por outro lado, na demarcação clara entre quem produz e quem recebe a informação, ainda que possibilitando mecanismos de “interacção” como os atrás mencionados.

iv) A Web como *medium* personalizado: o que se costuma chamar um “acesso personalizado à informação” não passa, na maior parte dos casos, ou da escolha mais ou menos aleatória de um determinado percurso hipertextual, dando origem a uma navegação mais ou menos errática e nomádica ou, então, de um percurso que segue um itinerário definido previamente à Web, e em função de critérios também eles definidos exterior e previamente à rede, que é aqui mais um consequente do que um antecedente.

## Novo jornalismo, velhos problemas

O que o anterior quer dizer no fundo é que, contrariamente à ideia de que a Web dispensaria toda e qualquer mediação humana em relação à informação – e, nomeadamente, a mediação desse mediador por excelência das sociedades modernas que é o jornalista –, ela reforça mesmo a necessidade dessa mediação. Com efeito, e como já sublinhámos noutros locais deste trabalho, enquanto “cidadãos [que procuram estar] bem informados”, o que procuramos na Web, como em qualquer outro *medium*, não é informação em geral, mas informação relevante, credível e contextualizada, isto é, informação

que nos permita alargar o nosso “stock de conhecimentos” teórico-práticos, em que possamos confiar e a que possamos atribuir um determinado sentido.<sup>72</sup> Daí não ser surpreendente que, como refere Jane B. Singer, os sítios mais populares e mais utilizados da Web incluam muitos dos produzidos por *media* “tradicionais” como a *CNN*, o *USAToday* ou o *Wall Street Journal*, ou seja, aqueles cuja “identidade de marca” os utilizadores já conhecem “e em que, pelo menos em certa medida, confiam”.<sup>73</sup>

Dando portanto como adquirido que, não só de facto como de direito, se pode falar de um jornalismo *online*, há no entanto um conjunto de problemas que o “velho jornalismo” teve há muito de resolver – ainda que mais mal do que bem, na nossa opinião – e que o primeiro deve também resolver:

i) O problema do pessoal: sob pena de se reduzir a um mero portal ou a um mero hipermercado de “conteúdos” – e se negar, assim, como jornalístico –, o “jornal *online*”, chamemos-lhe assim, não pode limitar-se à pesquisa, selecção e organização da informação já disponível na Web, seja em sítios oficiais ou oficiosos seja em sítios não oficiais e/ou individuais, mas deve ele próprio produzir a sua própria informação a partir de e sobre o mundo real, organizá-la e colocá-la *online*. Para isso, e como já referimos, o jornalismo *online* exige equipas não só multidisciplinares como multi-capacitadas, integrando competências e profissionais tanto da área estrita do jornalismo – repórteres, comentadores, fotógrafos, etc. – como da área da informática e das novas tecnologias – especialistas em *design* web e multimédia, em bases de dados, em sistemas de informação, etc.. O que nos conduz, de forma imediata, ao problema conexo dos custos.

ii) O problema dos custos: se é certo que, e ao contrário do que acontece com o “velho” jornalismo, o jornalismo *online* acarreta custos praticamente nulos do lado da distribuição, não é me-

---

<sup>72</sup>Como diz Matthew Doull em relação a este último aspecto, “num mundo de informação superabundante, o maior luxo é um ponto de vista. Dito de outra forma, o contexto é mais importante do que o conteúdo.” Matthew Doull, “Journalism into the twenty-first century”, *op. cit.*, p. 275.

<sup>73</sup>Jane B. Singer, “Online Journalists: Foundations for Research into Their Changing Roles”, *JCMC* 4 (1) September 1998, disponível em <http://jcmc.huji.ac.il/vol4/issue1/singer.html>.

nos certo que os custos aumentam consideravelmente do lado da produção – tanto em termos dos equipamentos cada vez mais sofisticados como em termos do pessoal cada vez mais qualificado que ela exige. Ora, os problemas do pessoal e dos custos conduzem-nos, inevitavelmente, ao problema crucial do financiamento.

iii) O problema do financiamento: como sabemos, a independência, pelo menos putativa, dos jornais de papel em relação aos poderes políticos e económicos – e, simultaneamente, a existência de uma voz própria e, ao mesmo tempo, de um poder próprio – só foi possível a partir do momento em que eles puderam assegurar o seu próprio financiamento, fosse através da venda de exemplares fosse, de modo mais significativo, através da venda de espaço publicitário. Ora, seja devido às deficientes condições técnicas que ainda caracterizam a Internet, seja devido à ainda fraca penetração da Web no mercado mediático, sobretudo quando comparada com a dos jornais impressos ou da televisão, a audiência da Web e dos jornais *online* é, por enquanto, demasiado reduzida para garantir uma receita publicitária que assegure o financiamento daqueles. Mesmo recusando um jornalismo que tenha por objectivo primário o lucro, é óbvio que qualquer jornal – e as pessoas que o fazem – só consegue sobreviver assegurando um mínimo de financiamento. Sem esse financiamento, o jornalismo *online* permanece, na sua maior parte, dependente do financiamento quer de instituições como as Universidades e, mais particularmente, os seus departamentos de comunicação e jornalismo, apostados na investigação e experimentação de novos *media*, quer das organizações mediáticas tradicionais que, a título experimental, vão também produzindo jornalismo *online*. O jornalismo *online* aparece, assim, pelo menos por enquanto, mais como um projecto com algumas hipóteses de futuro do que como uma realidade com direito a existência própria. Refira-se, aliás, que no momento em que escrevemos a palavra de ordem nos jornais *online* e na Web em geral é, como se diz, de *downsizing*, de despedimento de pessoal e de redução de custos, sobrevivendo ou sobrevivendo melhor os jornais *online* ligados a organizações mediáticas tradicionais e implantadas, de há muito, no não *online*.<sup>74</sup>

<sup>74</sup>Cf. “Web Special: Media Layoff Tracker”, *Columbia Journalism Review*, May/June 2001, disponível em <http://www.cjr.org>, e as ligações para diversos

Ora, estes três problemas, que se reduzem, em última análise, ao terceiro, ao do financiamento, conduzem-nos obrigatoriamente a perguntar se, e ao contrário das expectativas mais ou menos “iluministas” de um Tom Koch, o jornalismo *online*, o “novo jornalismo” em geral, mesmo podendo libertar-se da sua subordinação às fontes da “primeira burocracia”, poderá efectivamente libertar-se da sua subordinação aos “valores notícia” – e à lógica comercial/capitalista que os orienta – que caracterizou, desde o seu início, aquilo a que hoje chamamos “jornalismo”. Se, no fundo, a alternativa não será entre um jornalismo realmente independente mas que não tem condições de sobrevivência económica, e um jornalismo “independente” que sobrevive – e sobre-vive por vezes demasiado bem, a acreditarmos no livro de Serge Halimi referido neste capítulo – ignorando deliberadamente as suas reais dependências. A ser assim, a verificar-se, também no *online*, a opção por um jornalismo “objectivo” e “noticioso”, ele tornar-se-á, a curto prazo, mais um objecto sujeito aos valores e à lógica do “mercado da atenção”, colocando de lado, definitivamente, todas as suas pretensões a um jornalismo “cívico” ou “público. Como aconteceu com os jornais, com a rádio e com a própria televisão. O *tabloidismo.net* de Matt Drudge é, quiçá, o primeiro grande anúncio dessa transformação.

---

sítios que abordam o tema, nomeadamente o *Layoffs.com: A Media Watch Report on the Internet News Industry*, disponível em <http://www.pbs.org/newshour/media/dotcom/index.html>. Alguns dos relatórios e dos especialistas consultados nestes documentos chegam mesmo a falar em “colapso” do jornalismo *online* e das *dotcom* em geral.

# Sintaxe e semântica das notícias online. Para um jornalismo assente em base de dados

António Fidalgo  
Universidade da Beira Interior.  
E-mail: fidalgo@ubi.pt

## As notícias como objectos classificáveis ou dados

Independentemente das diversas teorias sobre as notícias, se meros espelhos da realidade como pretendia o positivismo do século XIX, se construtos moldados por convenções, instituições e rotinas, como pretendem concepções mais recentes, as notícias podem ser consideradas objectos, perfeitamente passíveis de serem classificados como outros objectos e entrarem na categoria de dados a organizar em bases de dados. Tome-se um jornal de referência como objecto de análise. Embora composto por notícias, artigos de opinião, cartoons, publicidade, classificados, e outras informações de cariz diverso, não suscita dúvida que as notícias constituem o seu núcleo. Ora estas já se encontram de algum modo organizadas, nomeadamente por secções, páginas ou cadernos. Habitualmente temos uma secção de política nacional, outra de política internacional, uma de economia, outra de desporto, uma de educação ou ciência, e ainda outras.

A organização de um jornal constitui indubitavelmente um objecto de estudo para uma sintaxe das notícias enquanto unidades de significação jornalísticas. Um diário de referência hoje em Portugal, como o *Diário de Notícias* ou o *Público*, divide-se em cerca de 12 a 15 secções, como aliás é bem patente nas respectivas versões on-line. As notícias aparecem divididas e organizadas por grupos temáticos definidos com maior ou menor precisão. Cada notícia aparece, por conseguinte, classificada dentro do jornal. E de tal maneira é assim, que um leitor pode perfeitamente cingir-se (principalmente numa leitura on-line) apenas a uma área temática do jornal.

Normalmente a disposição das partes de um jornal diário é de

colocar nas primeiras páginas as secções de política e de sociedade de âmbito nacional e, no fim, as secções dedicadas ao desporto e à economia. O leitor habitual sabe onde encontrar as notícias que são do seu interesse, ou melhor, as respectivas áreas noticiosas.

Há um certo rigor e necessidade na divisão de um jornal na medida em que se estabelece um código com os leitores quanto à organização do jornal. Mesmo que num determinado dia abundassem as notícias de determinada área e minguassem as de outra, nem por isso, em regra, uma secção duplicaria o seu espaço à custa da outra. O número de notícias de uma secção é limitado e obedece a um número que não sofre muitas variações.

Mas estas relações sintagmáticas entre as partes de um jornal do dia são criadas pelo hábito das edições anteriores do mesmo jornal, que constituem como que relações paradigmáticas em sentido saussureano. A secção de desporto da edição do dia liga-se por associação à secção dos dias anteriores e, de algum modo, em perspectiva às dos dias seguintes.

À partida verifica-se que as notícias, além de serem classificadas como notícias do dia, são também classificadas por temas, da política e cultura à economia e desporto.

## **Jornalismo on-line e bases de dados**

É compreensível que a organização de um jornal impresso apenas possa orientar-se por pouco mais do que uma classificação temática das notícias, embora as secções ou cadernos locais sigam uma classificação de localidade e não tanto de temática. Contudo, nada obsta a que um jornal on-line se possa dividir e organizar num muitíssimo maior número de classificações que o jornal impresso. É um facto que as versões on-line dos jornais são apenas uma cópia das versões impressas, e mesmo os jornais unicamente digitais, seguem o figurino tradicional dos jornais de papel. Contudo, o novo meio, a Internet, torna possível que a configuração do jornal se altere radicalmente consoante o desejo do leitor.

Numa notícia entram pessoas, tempos, locais, acontecimentos, ligações a eventos passados e a expectativas de consequências futuras. Ora cada uma destas componentes da notícia pode perfeita-

mente servir para a classificar num mesmo grupo com notícias que poderiam apenas ter em comum essa única característica. Num jornal impresso podem perfeitamente surgir notícias ocorridas num mesmo país estrangeiro, mas que são agrupadas consoante a divisão habitual do jornal, as notícias de desporto na secção de desporto e as de economia nas da respectiva secção, todavia nunca numa secção relativa a esse país.

Qualquer elemento da notícia, desde a fonte e jornalista até ao destaque dado às notícias ou ao corpo de letra em que surge, pode ser uma característica da notícia, e como tal uma classificação que permite a constituição de relações com outras notícias. Voltarei à frente a este tema, nomeadamente de que a pesquisa numa base de dados pode ser feita não somente quanto a conteúdos, mas também quanto às formas dadas a esses conteúdos.

As possibilidades existem de um novo jornalismo electrónico em que a organização do jornal se faz, desfaz e refaz de acordo com os critérios de consulta do leitor. O que se passa no entanto é que a larga maioria dos jornais on-line ainda não funciona sobre base de dados. E aqui há que não confundir de modo algum hipertexto com bases de dados. O que simplifica os jornais on-line são as relações hipertextuais que permitem consultas rápidas e cómodas de matérias associadas com a notícia em causa. Porém, aqui as relações ou links estão previamente estabelecidos, são estáticos. Numa base de dados, ao contrário, apenas se cria o tipo de relação deixando em aberto quais os correlatos dessas relações. No hipertexto temos ligações de página a página, na base de dados temos relações de campos, podendo cada campo comportar um número aberto de páginas.<sup>1</sup>

A grande diferença entre um jornal on-line feito apenas em html é que de certo modo ele é um produto único, ainda que recorrendo a *templates*, ao passo que um jornal assente em base de dados é sempre o resultado de uma determinada pesquisa (*query*) dependente do conjunto de notícias inseridas e da estrutura da base de dados.

---

<sup>1</sup>Para alguém que saiba um pouco de hipertexto e de bases de dados on-line verificará facilmente, consultando a barra de endereços, isto é, através da forma como se transita de url para url dentro do mesmo jornal, se se trata de um jornal feito só em html ou se corre sobre uma base de dados.

Aqui mantém-se necessariamente a organização imposta pela base de dados, enquanto no caso do html a estrutura pode ser alterada de modo arbitrário.

## A revitalização do passado

O que foi dito tornar-se-á mais claro e ganhará uma nova dimensão introduzindo a noção de arquivo on-line da colecção.<sup>2</sup>

As edições anteriores de um jornal constituem a sua colecção. Nas versões de papel o arquivo dessa colecção está habitualmente disponível em bibliotecas ou em coleccionadores, além de, é óbvio, na sede do jornal. Nas versões on-line existe a possibilidade de manter on-line os números anteriores do jornal, todo o arquivo da colecção.<sup>3</sup> O custo dessa manutenção é mínimo, directamente proporcional à tremenda diminuição dos custos de unidades de armazenamento digitais, nomeadamente discos duros.

Contudo essa disponibilidade on-line é estática. Cada edição vale por si e constitui uma unidade própria, não inviabilizando isso todavia que se estabeleçam links com páginas de edições anteriores. O arquivo fica organizado apenas pela data das edições. Encontrar uma notícia de uma edição anterior pode revelar-se difícil, no caso de não se saber a data da edição do jornal que continha a dita notícia. A dificuldade pode ser superada com a ajuda de um motor de busca, contudo o resultado dessa busca não constitui uma unidade jornalística, antes se limita a uma capacidade informática aplicada a um conjunto de dados.

A proposta da revitalização do arquivo das colecções dos jornais

---

<sup>2</sup>Distingo entre arquivo do jornal e arquivo da colecção do jornal. O último é constituído pela colecção dos números publicados do jornal, o primeiro é muito mais vasto e inclui todo o material, texto, fotográfico, etc., publicado ou não, que fornece o fundamento histórico do jornal. No arquivo de um jornal podem existir múltiplas fotos de um evento noticiado, mas dessas fotos apenas uma ou poucas (as publicadas) pertencerão ao arquivo da colecção. Esta distinção é válida para os todos os jornais.

<sup>3</sup>Um exemplo é o semanário on-line Urbi et Orbi, *www.urbi.ubi.pt*, do curso de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, que mantém on-line todos os números anteriores, desde o seu primeiro número de 7 de Fevereiro de 2000.



on-line mediante uma base de dados é muito mais que a facilidade de pesquisa de notícias passadas. Se considerarmos todas as edições de um jornal como elementos de uma base de dados, então poderemos conceber uma edição, tanto as passadas como a actual, de um jornal como o resultado de uma pesquisa feita por datas. A edição actual de um jornal será o resultado da pesquisa feita pela data mais recente. É claro que, para que as notícias recentes não apareçam num aglomerado sem sentido, o resultado dessa pesquisa deverá obedecer a condicionais de organização temática, podendo perfeitamente, porém, a ordem desta organização ser estabelecida pelo leitor. A data será apenas um de entre outros possíveis critérios de determinação e organização da unidade de um jornal. A consequência será inevitavelmente o desaparecimento da figura de edição fixa. Uma edição será sempre o resultado, gerado automaticamente, por uma pesquisa na base de dados através de determinada data.

Estando as notícias anteriores acessíveis on-line a aparência primeira de um jornal deixa de ser a de uma edição fixa para se tornar na ponta de um iceberg em que o que jaz submerso pode ser sempre trazido à superfície. Claro que a actualidade é sempre o primeiro critério na configuração standard ou privilegiada da sintaxe de um jornal, mas essa sintaxe pode ser alterada consoante as associações profundas que as suas partes evocam. O que num jornal impresso poderia figurar como uma notícia menor, de página interior, pode revelar-se no fim de uma cadeia de notícias como uma notícia de primeira página. O que se pressupõe aqui é que a informática é capaz de estabelecer os elos de uma cadeia de acontecimentos cujo nexos passaria despercebido à vista, ou melhor, a uma memória desarmada. O passado condiciona e determina o presente na justa proporção em que pode ser recuperado e, de novo, presente à atenção. Dito isto, parece inquestionável que a manutenção on-line do arquivo da colecção, organizado em base de dados, incide directamente sobre a estrutura de um jornal on-line.

### **Uma nova sintaxe das notícias**

Um jornal on-line demarca-se desde logo dos jornais impressos, mesmo do seu eventual original impresso, na medida em que não se

organiza numa sucessão contínua de páginas, mas antes em níveis de profundidade (hipertexto) relativos à página inicial, considerada como superfície. Num jornal impresso temos na primeira página as notícias de destaque, por vezes em jeito de simples índice, outras vezes incluindo leads mais ou menos longos. Não são indicadas contudo, em regra geral, as secções temáticas. O jornal on-line, ao contrário, além de ter logo na página de acesso o índice das notícias de destaque, traz também os links para essas secções. Existem jornais on-line, sobretudo os que são exclusivos do novo meio, isto é, sem uma versão impressa, que se caracterizam por logo na página inicial de acesso terem um índice de todas as notícias, agrupando as notícias também por temas, política, economia, desporto, etc., mas listando simultaneamente todos os títulos das notícias das diferentes secções. Enquanto num jornal impresso todas as notícias de primeira página são *eo ipso* de algum modo destacadas, num jornal on-line isso não acontece. Neste caso os destaques são feitos pelo aparecimento no topo da página, por um corpo de letra maior, e, eventualmente, pela junção de uma fotografia. Como a primeira página pode ter, mediante *scrolling*, um comprimento extremamente variável, têm destaque as notícias que aparecem logo no topo da página, as que saltam á vista, ainda antes de qualquer gesto de interactividade por parte do leitor.

A sucessão do folhear do jornal impresso é substituída pelo saltar entre as diferentes secções do jornal, indo da primeira página directamente para uma notícia, regressar à primeira página e saltar para uma temática, verificar quais os artigos que contém, saltar de imediato para uma outra temática, independentemente da ordem em que as temáticas aparecem na primeira página ou nos topos e fundos de cada página temática, para não falar já nas páginas que, divididas em dois ou mais *frames*, mantêm sempre o *frame* com as ligações às diferentes temáticas.

Há claramente uma tendência nos jornais on-line para dar num relance, de uma forma rápida e clara, o conjunto de notícias, como que procurando condensar todo o jornal numa primeira página. A segunda tendência é facultar o acesso imediato (um único clique de rato) às notícias que, listadas na página inicial, suscitam o interesse do leitor. Tem-se assim um quadro de simultaneidade – e

a simultaneidade das notícias é uma das características do jornalismo escrito face ao radiofónico ou televisivo – superior nos jornais on-line que nos impressos. Dito de outra forma, a sincronia do on-line é mais exacta que a do papel. Num jornal on-line não há as notícias de última hora como sucede nos jornais tradicionais, que por vezes contradizem notícias dadas na mesma edição do jornal. Tal sincronia na apresentação das notícias permite uma melhor verificação da coerência das notícias. O princípio da não contradição que se aplica a cada artigo estende-se no on-line mais facilmente a toda a edição do jornal. As contradições saltam mais à vista numa apresentação síncrona, simultânea, do que numa apresentação mais dilatada no tempo, diacrónica, como, apesar de tudo, existe nos jornais impressos.

Mas a concordância sintáctica que se aplica, e se verifica, melhor nos jornais on-line, automatiza-se com a introdução das bases de dados. É que a concordância das notícias já não depende da atenção de um indivíduo, nomeadamente do director do jornal, que controla o conjunto das notícias, mas resulta da estrutura da base de dados. A máquina sintáctica de Chomski<sup>4</sup> realiza-se desta feita, aplicada aos jornais enquanto estruturas complexas.

Como foi dito atrás, os jornais assentes em base de dados distinguem-se entre os jornais on-line por não terem edições fixas, pelo facto de uma edição ser apenas uma configuração possível gerada pela base de dados. Tal configuração, porém, é automática. Exemplifiquemos como isso acontece num caso muito específico. Se dois jornalistas introduzirem as respectivas notícias na base de dados que estrutura o jornal, as notícias são organizadas no jornal, entre outros critérios, pela data em que cada um insere as notícias. Se ambos estiverem a trabalhar sobre o mesmo assunto, por exemplo, a contagem de votos de uma eleição, não cabe ao director do jornal verificar qual é a notícia mais recente, e, portanto, eventualmente, a mais exacta, mas a própria base de dados coloca automaticamente no topo do jornal a notícia inserida mais tarde, ou mesmo, a notícia com a indicação da recolha de dados mais recente. A solução de apresentação de notícias pode ter aqui diferentes formas: ou as notícias são listadas crescentemente em simultaneidade, indo ocu-

---

<sup>4</sup>Cf. Chomski, Noam, *Estruturas Sintácticas*, Lisboa: Edições 70, 1980.

par as mais recentes o topo da lista, ou então sucessivamente, a mais recente substituindo a anterior, mas contendo em si os links para as anteriores.

É a estrutura da base de dados que determina a forma como as diferentes notícias aparecem conjugadas na apresentação on-line. Existe, por conseguinte, um rigor sintáctico na organização das notícias, que é ao mesmo tempo consequência e tradução da estrutura lógica da base de dados. É justamente este aspecto das bases de dados, a sintaxe rigorosa dos resultados das suas pesquisas, que importa aqui realçar. Se numa língua é fundamental a sua estrutura, a concordância das suas partes, também um jornal depende da concordância das suas diferentes partes.

Deixando de lado a importante componente da eficácia na elaboração do jornal, nomeadamente do trabalho da sua edição, a base de dados é um instrumento de rigor na elaboração de um conjunto ordenado de notícias. O ponto mais fulcral da concordância de um sistema ou conjunto é seguramente o princípio da não contradição, que subjaz à coerência e consistência das partes.

Poder-se-á perguntar como é que a base de dados realizará estes princípios lógico-sintácticos num jornal. Compreender-se-á a função sintáctica da base de dados, através das diferentes funções que assume na feitura do jornal, desde a produção até à edição e apresentação das notícias. Começemos pela produção, redacção e envio das notícias por parte do jornalista. Habitualmente um jornalista redige uma notícia num computador mediante um editor de texto e envia o texto para o chefe de redacção. Partamos do princípio que o faz já com a ajuda dos novos meios de comunicação, como o correio electrónico. Este procedimento é completamente alterado com o uso de base de dados. O jornalista não envia a notícia avulsa para a redacção do jornal, antes é ele que de imediato a insere na base de dados no jornal. Fá-lo via internet, através de uma máscara de inserção de notícias que apresenta vários campos, como, por exemplo, o título, o *lead* e o corpo da notícia. Haverá dados que a base de dados fornecerá automaticamente, em particular a identificação do jornalista, já que acedeu à base de dados com determinado *login* e respectiva *password*, e a data e a hora da inserção da notícia. Evitar-se-ão deste modo as autorias erradas

de notícias. Outros campos poderão ser contemplados, nomeadamente fotografias, secções temáticas a que o jornalista considera que a notícia pertence e, eventualmente, indicação das fontes da notícia (podendo obviamente omitir essa indicação no caso de de-sejar mantê-las em segredo). Depois de introduzida na base de dados, a notícia pode ser submetida a uma análise por parte de um programa informático, que a classifica mais detalhadamente consoante nomes de pessoas, lugares, datas e eventos que nela ocorram. Esta análise depende da “inteligência” do programa, em especial quanto ao pormenor e à pertinência da classificação. Introduzida e classificada a notícia, ela poderia de imediato ser editada (título com determinado tamanho de letra, *lead* colocado a itálico na primeira página, com um link para a página respectiva da notícia) e apresentada no jornal on-line. Poder-se-ão, no entanto, introduzir pontos de segurança, como a verificação e confirmação da notícia por parte da chefia da redacção e da direcção do jornal. Ou então, dotar os redactores de privilégios diferenciados. Um articulista, que escreva um artigo de opinião periodicamente, poderá ter privilégio completo, que seria a introdução do seu texto e automática edição e apresentação.

A coerência sintáctica das notícias, organizadas numa base de dados, não se limita a uma edição, até porque esta estritamente não existe, mas a todas as notícias, presentes e passadas. Uma notícia recente remete, mediante a inclusão dos títulos e respectivos links, para as notícias anteriores que incidam directamente ou indirectamente com o assunto em questão. As regras da sintaxe aplicam-se ao todo da base de dados.

As vantagens dos sistemas de informação, rigor e coerência das diversas informações, estendem-se ao jornalismo. Os jornais obtêm estruturas lógico-sintácticas rigorosas próprias que os demarcam de um jornalismo artesanal, pré-electrónico e de algum modo avulso.

Jornalista e público podem verificar a coerência das notícias, na feitura e na leitura. Um jornalista não mais poderá exercer cabalmente a sua profissão sem o recurso às informações que um arquivo em base de dados lhe oferece. Um leitor não dispensará o *background* informativo de uma notícia.

## Da sintaxe à semântica

A sintaxe rigorosa das notícias é por si uma prova da semântica ou veracidade das notícias. Não será uma prova suficiente, mas será certamente necessária. Se as notícias se contradizem então não poderão ser verdadeiras, simultaneamente e sob o mesmo aspecto. As regras do cálculo proposicional, de conjunção, disjunção e condicionais, aplicam-se obviamente às notícias, encaradas como unidades elementares que se associam para formarem unidades complexas. Qualquer infracção a estas regras implicará uma insuficiência ou inexactidão referencial. Por sua vez, a consistência de um conjunto de notícias é a primeira garantia da sua veracidade.

Com a crescente abundância ou até excesso de informações veiculadas on-line torna-se cada vez mais difícil verificar a veracidade das notícias. A diversidade e a proliferação de fontes e de meios obrigam mesmo a uma confirmação mediante outras fontes e outros meios. Por isso tenta-se conseguir com um tratamento sintáctico das notícias o que não se consegue semanticamente. Em termos semânticos uma notícia tem como garantia da sua veracidade o testemunho do jornalista que teve um conhecimento directo ou próximo do evento noticiado e a credibilidade do órgão em que a notícia é publicada, mas este quadro é cada vez mais raro no mundo do on-line. A profusão de notícias e concomitante diversidade levam a que a sua veracidade seja medida em termos de consistência, tanto com notícias que surgiram anteriormente como com notícias que se lhes seguem. Cada vez mais somos levados a ficar mais na comprovação sintáctica das notícias do que na sua verificação real, isto é, avaliar a sua credibilidade pela consistência revelada com outras notícias.

Além da consistência das notícias temos também a sua completude. No jornalismo tradicional as notícias surgem frequentemente de uma forma avulsa, não sistemática. Contudo, poderá verificar-se que, analisando duas notícias sequenciais sobre um mesmo evento, ou um mesmo conjunto de eventos, falta uma notícia para uma informação completa sobre o sucedido. Ora é também este parâmetro noticioso que um jornalismo on-line assente em base de dados tem muito mais facilidade em cumprir. Mesmo sem uma verificação

semântica, basta ter em conta a sintaxe das notícias para um apuramento não só da consistência das notícias entre si, mas também da sua completude. Ora à completude sintáctica corresponde semanticamente uma maior objectividade das notícias.

### A resolução semântica no on-line

A semântica das notícias on-line retoma a questão da objectividade e da verdade das notícias. As notícias on-line obedecem no fundo e genericamente aos mesmíssimos critérios da verdade jornalística válidos para imprensa, rádio e televisão. Contudo, tal como a notícia televisiva se distingue especificamente da notícia radiofónica pelo facto de introduzir a imagem e, desse modo, incluir novos elementos informativos, as notícias on-line, que podem ser de texto, voz e imagem em movimento, ou seja, notícias multimédia, caracterizam-se justamente pela diversidade informativa. O que importa aqui tratar é, pois, a especificidade do on-line face aos outros meios de comunicação no que à semântica diz respeito.

No acesso às fontes a Internet veio abrir novos horizontes ao trabalho de investigação jornalística, nomeadamente a web e o email.<sup>5</sup> Os casos referenciados da Guerra na Bósnia e do Kosovo,<sup>6</sup> o aparecimento do jornalismo de fonte aberta<sup>7</sup> e a extraordinária multiplicação das fontes, mostram que a recolha de informação se tornou com o on-line muito mais plural e diversa. A confirmação das notícias é mais fácil e rápida do que nunca.

Também aqui a utilização de bases de dados é de crucial importância. Aliás isso acontece já, mesmo que despercebidamente, com a utilização de programas de correio electrónico como o Microsoft Outlook, onde se faz a gestão integrada de contactos, agenda

---

<sup>5</sup>Sobre o tema conferir Paul, Nora M., *Computer Assisted Research. A Guide to Tapping On-line Information*, The Pointer Institute for Media Studies, 1999.

<sup>6</sup>Sobre o tema ver o cap. 4 “Armageddon.com: Home Pages and Refugees” em Hall, Jim, *On-line Journalism. A Critical Primer*, London: Pluto Press, 2001, pp. 94-127.

<sup>7</sup>Cf. os artigos de Luís Nogueira “Slashdot, comunidade de palavra” e de Catarina Moura “O Jornalismo na era Slashdot” em Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt).

e emails sobre uma base de dados. A organização rigorosa de contactos, com uma base de dados com nomes, telefones, moradas, companhias, profissões e outros campos considerados relevantes, é em si fundamental e indispensável a um trabalho rigoroso de investigação jornalística. Um computador portátil, ligado à rede,<sup>8</sup> é hoje um instrumento fundamental para qualquer jornalista apostado em investigar a fundo um tema noticioso. A gestão integrada da lista de contactos, da agenda, de emails e das informações obtidas via web, constitui uma ferramenta decisiva na obtenção, análise e confirmação das notícias.

Quanto à publicitação on-line das notícias sobre bases de dados elas têm várias vantagens na objectividade das notícias, vantagens que subsumirei no conceito de resolução ou de alta resolução semântica.

Primeiro, a pluralidade e a diversidade das fontes dá origem a uma maior riqueza de perspectivas sobre a notícia. Mais do que uma descrição única e extensa de um dado evento, o on-line promove um mosaico informativo de pequenas notícias sobre o tema. As bases de dados permitem agrupar as notícias sobre o mesmo evento, ainda que elaboradas sucessivamente, e oferecê-las simultaneamente ao leitor. Dependendo da importância e do interesse do acontecimento relatado, as notícias aumentarão em número e em detalhe, permitindo desse modo uma visão mais em pormenor do acontecimento. Tal como uma imagem digital aumenta a sua qualidade com o aumento da resolução gráfica, ou seja, com o número de pixels por centímetro quadrado, assim também um determinado evento receberá uma melhor cobertura noticiosa quanto maior for a sua resolução semântica, constituída pela pluralidade e diversidade de notícias sobre o evento.

Segundo, a interactividade que caracteriza o on-line, permitindo aos leitores - incluindo as próprias fontes - , participar no processo informativo, conduz a uma maior densidade semântica. Com efeito, o on-line permite e estimula a participação dos leitores no jornal,

---

<sup>8</sup>Pelo processo de miniaturização dos dispositivos tecnológicos, os portáteis estão a ser substituídos pelos PDAs (no género de Pockets PC), ou por telemóveis com programas sofisticados e integrados de agenda e de gestão de email.



pois que tem a vantagem de incluir as adendas, confirmações, correcções, comentários, respostas (ou os respectivos links) na mesma página web da notícia. Enquanto nos media tradicionais todas as reacções a uma notícia aparecem diferidas no tempo, no on-line as reacções juntam-se à notícia, e podem mesmo ganhar um estatuto superior em termos informativos do que a notícia original. Sobretudo no jornalismo de fonte aberta, tal como levado a efeito no slashdot.org, assiste-se a uma maior resolução semântica das notícias através da participação da comunidade, de tal modo que é essa participação e correspondente grau de resolução semântica que determina a importância ou o destaque da notícia.

A objectividade da notícia ganha no on-line sobre base de dados o sentido assintótico de uma meta a atingir no infinito, onde a aproximação é feita por um aumento da resolução semântica.

## Conclusão

O jornalismo on-line recorrerá necessariamente à tecnologia das bases de dados como especificidade que o distinguirá substancialmente do jornalismo dos meios tradicionais da imprensa, rádio e televisão. Enquanto não enveredar pela tecnologia das bases de dados, apenas será uma cópia dos meios tradicionais. Será essa especificidade que lhe conferirá maior rigor, maior objectividade e melhor cobertura da realidade humana a noticiar.

A expansão à escala mundial, a possibilidade de aumentar indefinidamente o seu tamanho e o acréscimo ilimitado de temáticas abrangidas, a manutenção on-line dos arquivos das colecções, a interactividade, são factores que conduzirão o jornalismo on-line a ser impreterivelmente um jornalismo assente sobre base de dados. A tarefa que fica em aberto é a experimentação e a investigação das novas formas de informação jornalística que os novos meios e as novas tecnologias vêm tornar possível. O jornalismo de fonte aberta é talvez o caso paradigmático de um jornalismo específico sobre bases de dados.



# **Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web**

João Canavilhas

Universidade da Beira Interior.

E-mail: jcanavilhas@crea1.ubi.pt

## **Resumo**

O aparecimento de novos meios de comunicação social introduziu novas rotinas e novas linguagens jornalísticas. O jornalismo escrito, o jornalismo radiofónico e o jornalismo televisivo utilizam linguagens adaptadas às características do respectivo meio. Com o aparecimento da internet verificou-se uma rápida migração dos mass media existentes para o novo meio sem que, no entanto, se tenha verificado qualquer alteração na linguagem. O chamado “jornalismo online” não é mais do que uma simples transposição dos velhos jornais escritos, radiofónicos e televisivos para um novo meio. Mas o jornalismo na web pode ser muito mais do que o actual jornalismo online. Com base na convergência de texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades da internet, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia. Este artigo pretende identificar potencialidades do webjornalismo a partir de uma aproximação às linguagens utilizadas pelos actuais meios: jornal, rádio e televisão.

## **Introdução**

Marshall McLuhan afirmava que o conteúdo de qualquer medium é sempre o antigo medium que foi substituído. A internet não foi excepção. Devido a questões técnicas (baixa velocidade na rede e interfaces textuais) a internet começou por distribuir os conteúdos do meio substituído – o jornal. Só mais tarde a rádio e a televisão aderiram ao novo meio, mas também nestes casos se limitaram a transpor para a internet os conteúdos já disponibilizados no seu suporte natural. Apesar do inquestionável interesse da difusão destes

conteúdos à escala global, é um completo desperdício tentar reduzir o novo meio a um simples canal de distribuição dos conteúdos já existentes. Olhar para o actual jornalismo online é algo semelhante a imaginar a transmissão de um telejornal onde alguém lê simplesmente um jornal frente a uma câmara. Afirmar-se que “a rádio diz, a televisão mostra e o jornal explica” não é mais do que constatar que cada meio tem as suas próprias narrativa e linguagem. E a ser assim, a internet, por força de poder utilizar texto, som e imagem em movimento, terá também uma linguagem própria, baseada nas potencialidades do hipertexto e construída em torno de alguns dos conteúdos utilizados nos meios existentes.

*“De certa forma, o conceito de jornalismo encontra-se relacionado com o suporte técnico e com o meio que permite a difusão das notícias. Daí derivam conceitos como jornalismo impresso, telejornalismo e radiojornalismo.” [Murad, 1999]*

Assim, passo a chamar webjornalismo ao jornalismo que se pode fazer na web. A introdução de diferentes elementos multimédia altera o processo de produção noticiosa e a forma de ler. Perante um obstáculo evidente, o hábito de uma prática de leitura linear, o jornalista tem de encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção que lhe foram impostas pelos meios existentes. O grande desafio feito ao webjornalismo é a procura de uma “linguagem amiga” que imponha a webnotícia, uma notícia mais adaptada às exigências de um público que exige maior rigor e objectividade. Apesar de todas as mudanças provocadas no processo de comunicação, o presente artigo visa apenas analisar as alterações que os conteúdos poderão sofrer graças às potencialidades do meio – a Internet. Pretende-se explorar a integração de elementos multimédia no jornalismo e, por consequência, tentar identificar algumas características de uma nova narrativa jornalística adaptada ao novo meio.

## Texto e Interactividade

### Interactividade

A máxima “nós escrevemos, vocês lêem” pertence ao passado. Numa sociedade com acesso a múltiplas fontes de informação e com um crescente espírito crítico, a possibilidade de interacção directa com o produtor de notícias ou opiniões é um forte trunfo a explorar pelo webjornalismo. Num jornal tradicional o leitor que discorda de uma determinada ideia veiculada pelo jornalista limita-se a enviar uma carta para o jornal e a aguardar a sua publicação numa edição seguinte, tendo habitualmente que invocar a Lei de Imprensa para o conseguir. Por vezes a carta só é publicada dias depois e perde completamente a actualidade. Outras vezes o jornalista não responde, ou fá-lo de forma a encerrar a discussão, fechando a porta a réplicas. No webjornal a relação pode ser imediata e contínua. A própria natureza do meio permite que o webleitor interaja no imediato, mas para isso o jornalista deve assinar a peça com o seu endereço electrónico. Dependendo do tema, as notícias devem incluir um “faça o seu comentário” de forma a poder funcionar como um fórum. No webjornalismo a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria, deve funcionar apenas como o “tiro de partida” para uma discussão com os leitores. Para além da introdução de diferentes pontos de vista enriquecer a notícia, um maior número de comentários corresponde a um maior número de visitas, o que é apreciado pelos leitores. Uma pesquisa realizada pelo *Media Effects Research Laboratory* revela que há uma espécie de “efeito multidão” que conduz os leitores para notícias que registam grande número de visitas. Na experiência realizada, os participantes foram convidados a ler notícias seleccionadas por um editor de notícias de um jornal, por um computador (escolha aleatória) e por outros intervenientes no estudo. Convidados a classificar os conteúdos das notícias analisadas quanto à confiabilidade/credibilidade, os participantes valorizaram em primeiro lugar as notícias seleccionadas pelos outros utilizadores. Shyam Sundar, um dos responsáveis por este estudo, conclui que os leitores acreditam que a um grande número de visitas corresponde uma notícia importante [Sundar e Nass, 1992]. Este dado, revelado pela possi-

bilidade de interactividade, é importante na hora da selecção das notícias. Entre as muitas conclusões do estudo realizado pelo *Media Effects Research Laboratory*, saliente-se igualmente o facto dos leitores considerarem que o recurso à interactividade e a elementos adicionais (vídeo, som, fóruns, etc) alteram para melhor a percepção do utilizador acerca do conteúdo, mesmo que esses elementos não sejam muito usados.

### Texto e Hipertexto

O estudo referido no parágrafo anterior revela ainda que os utilizadores preferem navegar livremente num texto separado em blocos, a seguir obrigatoriamente a leitura de um texto compacto escrito seguindo as regras da pirâmide invertida. A possibilidade de conduzir a sua própria leitura revela uma tendência do utilizador para assumir um papel proactivo na notícia, ainda que apenas por força do estabelecimento da sua própria pirâmide invertida. Este dado é importante, pois, como é sabido, a técnica da pirâmide invertida é a base do jornalismo escrito. No webjornalismo a pirâmide é substituída por um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si. Um primeiro texto introduz o essencial da notícia, estando os restantes blocos de informação disponíveis por hiperligação. Um estudo efectuado por Jacob Nielsen e John Morkes [Nielsen e Morkes, 1997] revela que a esmagadora maioria das pessoas que navegam na internet (79%) não lê as notícias palavra por palavra, limitando-se a fazer uma leitura por varrimento visual (*scan the page*) à procura de palavras ou frases. Estes dados levam Jakob Nielsen a sugerir aos webjornalistas a utilização de “texto esquadrinhável” (*scannable text*), usando para isso algumas regras:

- a) Destacar palavras-chave através de hiperligações ou cores;
- b) Utilização de subtítulos;
- c) Exprimir uma ideia por parágrafo;
- d) Ser conciso;
- e) Usar listas sempre que a notícia o permita.

Desta forma, tenta-se conduzir o leitor num texto que, muitas

vezes, se pode tornar de difícil leitura dada a profusão de elementos multimédia e links que lhe estão associados.

### Leitura não-linear

A integração de elementos multimédia na notícia obriga a uma leitura não-linear que pode levantar algumas dificuldades:

*“Se por um lado a leitura de um texto implica um trabalho específico de imaginação, por outro lado, a percepção das imagens não prescinde da capacidade de elaboração de um discurso.”* [Rodrigues, 1999: 122]

Quer isto dizer que, perante um texto ou imagem, se verifica imediatamente uma associação mental entre os dois campos. Assim, a disponibilização de um complemento informativo permite ao indivíduo recorrer a ele sem que isso provoque alterações no esquema mental de percepção da notícia. Esta estrutura narrativa exige uma maior concentração do utilizador na notícia, mas esse é precisamente o objectivo do webjornalismo: um jornalismo participado por via da interacção entre emissor e receptor.

### Som

A utilização do som consome largura de banda mas, indubitavelmente, acrescenta credibilidade e objectividade à notícia. E se no campo do texto, o webjornalismo vai buscar algumas das características ao jornal impresso, no caso do som é a rádio a fornecer algumas das suas especificidades.

*“A rádio está na posse, não só do maior estímulo que o Homem conhece, a música, a harmonia e o ritmo, como também é capaz de oferecer uma descrição da realidade através de ruídos e com o maior e mais abstracto meio de divulgação de que o Homem é dono: a palavra.”* [Arnheim, 1980: 16]

Neste caso falamos da “palavra dita” e não da “palavra escrita”. A Guerra dos Mundos é um bom exemplo das potencialidades da linguagem radiofónica. A combinação da palavra, do ruído e do silêncio permite criar ambientes e imagens sonoras. O jornal jamais poderia causar um efeito semelhante sobre os leitores e a televisão só com recurso a meios de produção caros consegue obter igual resultado. A base da linguagem radiofónica começou por ser a palavra escrita, herança da imprensa escrita, para se tornar em palavra dita, embora assente numa lógica textual. Mas o jornalismo radiofónico só ganha características próprias quando os enunciados assumem um sentido intertextual e polifónico: a notícia tem a voz do jornalista, mas também a de eventuais intervenientes no conteúdo da notícia que, desta forma, confirmam o texto. Umberto Eco defende que o texto é “uma sucessão de formas significantes que esperam ser preenchidas (...)” [Eco, 1982: 2] Este preenchimento é quase sempre efectuado com outros textos. Pierce chama-lhes os “interpretantes” do primeiro texto. É justamente o que se verifica na linguagem radiofónica. Estes “outros textos” são o chamado RM (registo magnético) ou RD (registo digital), que “interpretam” a palavra dita pelo jornalista. São estes “interpretantes”, sob a forma de sons, que o webjornal pode ir buscar ao jornalismo radiofónico. Mais do que citar, o webjornal pode oferecer o som original do citado, caminhando assim para um jornalismo mais objectivo.

## Vídeo

A imagem colhida no local do acontecimento é outro recurso multimédia passível de ser utilizado na webnotícia. Mais do que a cor da palavra, a verdade da imagem recolhida no local empresta à notícia uma veracidade e objectividade maiores do que a simples descrição do acontecimento. “Uma imagem vale mais que 1000 palavras” e por isso a introdução do vídeo na notícia só enriquece o produto final. No entanto há grandes diferenças entre o papel desempenhado pelo vídeo no jornal televisivo e no webjornal. Na televisão, o texto da notícia (voz-off) deve ser totalmente pleonástico com a imagem. Quer isto dizer que não se deve verificar nenhuma concorrência semântica entre estes dois elementos da informação.



Texto e imagem são um só produto e não têm significado quando separados.

*“Em certas condições de coerência, a imagem tem estrutura de um texto autónomo. A imagem, em geral, pode ser legível e compreensível sem necessidade de uma legenda ou um texto escrito cuja função é contextualizadora. Mas no caso da imagem informativa, é evidente que esta desperta curiosidade e incerteza e, por isso, o espectador/leitor recorre ao comentário verbal.(...) Toda a representação da imagem informativa se constrói em torno de um discurso retórico com as suas próprias regras de funcionamento (mostrar a causa a partir do efeito, mostrar a parte pelo todo, produzir redundância em detrimento da quantidade de informação semântica).”* [Vilches, 1985: 175]

No webjornal, o vídeo não é redundante e empresta um carácter legitimador à informação veiculada no texto. Outra diferença entre o vídeo na TV e na web está relacionada com questões técnicas. “A imagem televisiva é um excelente vector da emoção (a afectividade, a violência, os sentimentos, as sensações) (...)” [Jespers, 1998: 72] No webjornal este “vector de emoção” perde-se em função da dimensão da imagem. O facto de a janela de vídeo ter dimensões reduzidas, devido à pouca largura de banda, faz com que a emoção se dilua, não perdendo, no entanto, o papel legitimador antes referido.

## Conclusão

*“Cada meio fomenta o desenvolvimento de capacidades específicas, mas estas só se aplicam ao próprio meio.”* [Salomon, 1879]

A televisão, tal como a rádio e o jornal, fomentaram no receptor capacidades para a apreensão das suas linguagens. A internet terá de fazer o mesmo. Mas, no caso do jornalismo na web, não basta

juntar à notícia um conjunto de novos elementos multimédia, pois esse acto pode apenas criar redundância e até mesmo ruído.

*“A possibilidade de uma leitura multilinear, transformando os dados espaciais e temporais da produção e da exploração da informação, (...) [permite] saltar de um documento a outro e fazer tanto a leitura linear clássica como um percurso individual.” [Murad, 1999]*

A introdução de novos elementos não-textuais permite ao leitor explorar a notícia de uma forma pessoal, mas obriga o jornalista a produzi-la segundo um guião de navegação análogo ao que é preparado para outro documento multimédia. O jornalista passa a ser um produtor de conteúdos multimédia de cariz jornalístico – webjornalista. Por sua vez, o utilizador do serviço não pode ser identificado apenas como leitor, telespectador ou ouvinte já que a webnotícia integra elementos multimédia, que exige uma “leitura” multilinear. A utilização destes recursos obedece a critérios directamente ligados com o conteúdo informativo e com as características daqueles elementos multimédia. O que se segue são alguns exemplos da sua possível integração na webnotícia.

**Hiperligações** - Utilização em textos extensos, ligando blocos de informação, notícias anteriores em arquivo, bases de dados ou textos externos ao jornal. É recomendável que estas ligações abram em novas janelas de forma a manter o utilizador ligado ao webjornal.

**Vídeo** - Os materiais jornalísticos mais apropriados para acompanhar uma notícia são as declarações de intervenientes ou de especialistas nas matérias em questão. A utilização do vídeo impõe-se em situações de difícil descrição ou que exijam muito texto, como o desporto, por exemplo.

**Flash e 3D** - Utilização em situações como catástrofes ou acidentes, em que não existe o registo vídeo da situação. Recorrendo a imagens de síntese é possível criar e/ou antecipar virtualmente as situações.

**Flash e Gráficos** - Aconselhado para notícias que contêm grandes quantidades de informação associadas a questões técnicas. Notícias de cariz económico, como as relacionadas com a Bolsa, podem tirar grande partido de gráficos.

**Áudio** - Nem sempre é fácil citar nem descrever o estado emocional do entrevistado. Com o recurso a ficheiros áudio é possível transmitir a cor das palavras. O áudio poderá integrar a webnotícia enquanto elemento interpretante.

A incorporação do som na webnotícia permite ainda que a notícia “lida” possa ser disponibilizada numa secção do webjornal exclusivamente dedicada a invisuais. O [www.webjornal.pt/inv](http://www.webjornal.pt/inv) pode ser uma listagem simples das notícias disponíveis. Ao passar o cursor sobre um título, é ouvida a leitura desse mesmo título.

### **Outros elementos**

Para além dos elementos referidos, há ainda outros recursos importantes que podem ser utilizados pelo webjornal, tal como já ocorre em alguns jornais online.

**1) Distribuição.** O webjornal pode enviar para os assinantes (caixa de correio electrónico ou telemóvel) mensagens com os títulos e leads das notícias nas áreas escolhidas pelo utilizador. Este serviço poderá funcionar 24h/dia, acompanhando as actualizações do webjornal.

**2) Personalização.** Através de cookies ou de escolhas feitas pelo utilizador na hora da assinatura do serviço, o webjornal pode transformar-se num informativo pessoal que embora disponibilize a informação mais importante a cada momento, garanta uma primeira página onde se destaquem as áreas de interesse do utilizador.

**3) Periodicidade.** O webjornal não deverá ter periodicidade. A actualização é constante e os destaques de primeira página estão em constante mutação. Se os acontecimentos não têm periodicidade,

dade, as notícias também não. Por estar online, o webjornal está acessível à escala global, a utilizadores de diferentes fusos horários e, portanto, não se justifica acorrentar a cadência noticiosa a uma área geográfica específica.

**4) Informações Úteis.** O webjornal poderá disponibilizar informações para os utilizadores, como telefones úteis, classificados, etc.

## Bibliografia

- Arnheim**, Rudolf, *Estética Radiofónica*, Gustavo Gili, Barcelona, 1980.
- Balsebre**, Armand, *El Lenguaje Radiofónico*. Ed. Cátedra, 1996.
- Casetti**, Francesco e **Di Chio**, Federico. *Analisi della televisione*. Bompiani RCS Libri, Bolonia.
- Eco**, Umberto. [1982] “*Beato de Liébana, o apocalipse e o milénio*”, in Cadernos do Norte, nº14, 1997.
- Jespers**, Jean-Jacques, *Jornalismo Televisivo*. Minerva, Coimbra, 1998.
- Landow**, George P., *Hipertext. The convergence of contemporary critical theory and technology*. Jihns Hopkins University Press, 1992.
- Lochard**, Guy e **Solages**, Jean-Claude. *La communication télévisuelle*. Armand Colin, 1998.
- Murad**, Angéle. “*Oportunidades e desafios para o jornalismo na internet*” in Ciberlegenda, nº 2. 1999.
- Nielsen**, Jacob e **Morkes**, John, “*How users read on the web*” in <http://www.zdnet.com/devhead/alertbox/9710a.html>, 1997.
- Outing**, Steve, “*Writing for the web*” in <http://www.useit.com/par/webwriting,s/d>.

**Rodrigues**, Adriano Duarte, *Comunicação e Cultura*. Presença, Lisboa, 1994.

**Salomon**, G., *Interaction of Media, Cognition and Learning*, Jossey-Bass, S. Francisco, 1879.

**Stanford Poynter Institute**. <http://www.poynter.org/eyetrack> 2000.

**Sundar**, S. S. e **Nass**, C., “*Source Effects in Users’ Perception of Online News*” in <http://www.psu.edu/dept/medialab>, Media Effects Research Laboratory, 1996.

**Vilches**, Lorenzo. *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Ed. Paidós, Barcelona, 1984.

**Vilches**, Lorenzo, *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Ed. Paidós, Barcelona, 1999.



# Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate

Marcos Palácios  
Universidade Federal da Bahia.  
E-mail: palacios@ufba.br

## Resumo

Nosso objectivo nesta comunicação é contribuir para a discussão em torno das especificidades do Jornalismo na Web através da apresentação de algumas ideias preliminares relacionadas a uma das características do Jornalismo Online<sup>1</sup>, qual seja a Memória. Partiremos de uma breve descrição do que entendemos serem as características gerais do Jornalismo Online para, em seguida, assinalar possíveis consequências da introdução de recursos de Memória praticamente ilimitados propiciados pelo novo suporte<sup>2</sup> jornalístico representado pelas redes telemáticas.

Ao estudar as características do jornalismo desenvolvido para a Web, Bardoel e Deuze (2000) apontam quatro elementos: Interactividade, Customização de conteúdo, Hipertextualidade e Multimedialidade. Palacios (1999), com a mesma preocupação, estabelece cinco características: *Multimedialidade/Convergência, Interactividade, Hipertextualidade, Personalização e Memória*. Cabe ainda acrescentar a Instantaneidade do Acesso, possibilitando a *Actua-*

---

<sup>1</sup>Há uma discussão academicamente estabelecida (e.g. Canavilhas 1999, Gonçalves Machado 2000) em torno do uso de termos como Jornalismo Online, Jornalismo Digital, Webjornalismo, etc. Nesta comunicação utilizamos indistintamente as expressões *Jornalismo Online*, *Webjornalismo* e *Jornalismo na Web* para denominar a produção jornalística que utiliza como suporte a WWW (World Wide Web) da Internet.

<sup>2</sup>Há igualmente uma discussão academicamente estabelecida quanto à Internet ser ou não um *meio de comunicação de massa* e sobre as especificidades da comunicação na Internet (e.g. Maldonado 1998, Wolton 1999). Nesta comunicação consideramos que a dimensão de produção e consumo de informação jornalística é apenas uma das muitas actividades que têm lugar no sistema/ambiente complexo representado pelas redes telemáticas.

*lização Contínua* do material informativo como mais uma característica do Webjornalismo.

Essas seis características, que serão agora brevemente apresentadas, reflectem as potencialidades oferecidas pela Internet ao jornalismo desenvolvido para a Web. Deixe-se claro, preliminarmente, que tais possibilidades abertas pelas Novas Tecnologias de Comunicação (NTC) não se traduzem, necessariamente, em aspectos efectivamente explorados pelos sites jornalísticos, quer por razões técnicas, de conveniência, adequação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor. Estamos a falar, fundamentalmente, de potenciais que são utilizados, em maior ou menor escala, e de forma diferente, nos sites jornalísticos da Web.

É igualmente importante que se ressalte que não acreditamos existir um formato canónico, nem tampouco “mais avançado” ou “mais apropriado” no jornalismo que hoje se pratica na Web. Diferentes experimentos encontram-se em curso, sugerindo uma multiplicidade de formatos possíveis e complementares, que exploram de modo variado as características das NTC. Se alguma generalização é possível, neste momento, ela possivelmente diria respeito ao facto de que todos esses formatos são ainda altamente incipientes e experimentais, em função do pouco tempo de existência do novo suporte mediático representado pelas redes telemáticas.

Alguns sites jornalísticos apostam na maximização da Actualização Contínua de seu material informativo (como os jornais de portais, a exemplo de *Último Segundo* do portal IG, em <http://www.ig.com.br>, ou o *Terra Notícias* do portal Terra, em <http://www.terra.com.br/noticias/>); outros exploram mais a Multimidialidade e a possibilidade de aprofundamento de assuntos, com a disponibilização de extensos bancos de dados visuais e sonoros<sup>3</sup>; outros ainda ensaiam modelos de tipo P2P, “peer to peer”<sup>4</sup>, enfatizam a dimensão da Interactividade e participação directa. O Crayon (iniciais de Create Your Own Newspaper) é um exemplo de site jornalístico baseado na possibilidade de Personalização, que fun-

<sup>3</sup>A exemplo do *MSNBC*, em <http://www.msnbc.com>, ou a edição online do semanário brasileiro *Veja*, em <http://www.veja.com.br>.

<sup>4</sup>Como por exemplo o *Correspondente*, em <http://www.correspondente.net>.



ciona na Web desde seus primórdios e continua fazendo sucesso (<http://www.crayon.net>).

**Multimedialidade/Convergência** – No contexto do jornalismo *online*, multimedialidade, refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade.

**Interactividade** – Bardoel e Deuze (2000) consideram que a notícia *online* possui a capacidade de fazer com que o leitor/utente sinta-se mais directamente parte do processo jornalístico. Isto pode acontecer de diversas maneiras: pela troca de *e-mails* entre leitores e jornalistas, através da disponibilização da opinião dos leitores, como é feito em sites que abrigam fóruns de discussões, através de *chats* com jornalistas, etc. Machado (1997) ressalta que a interactividade ocorre também no âmbito da própria notícia, ou seja, a navegação pelo hipertexto também pode ser classificada como uma situação interactiva. Adota-se o termo multi-interactivo para designar o conjunto de processos que envolvem a situação do leitor de um jornal na Web. Diante de um computador conectado à Internet e a acessar um produto jornalístico, o Utente estabelece relações: a) com a máquina; b) com a própria publicação, através do hipertexto; e c) com outras pessoas – autor(es) ou outro(s) leitor(es) - através da máquina (Lemos, 1997; Mielniczuk, 1998).

**Hipertextualidade** – Possibilita a interconexão de textos<sup>5</sup> através de *links*<sup>6</sup> (hiperligações). Canavilhas (1999) e Bardoel & Deuze (2000) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar-se (fazer *links*) para “várias pirâmides invertidas da notícia”, bem como para outros textos complementares (fotos, sons, vídeos, animações, etc), outros sites relacionados ao assunto, material de arquivo dos jornais, textos jornalísticos ou não que pos-

<sup>5</sup>Entende-se por “texto” um bloco de informação, que se pode apresentar sob o formato de escrita, som, foto, animação, vídeo, etc.

<sup>6</sup>Sobre Hipertextualidade e o papel do *link* como elemento paratextual no jornalismo *online* vide Mielniczuk & Palacios, 2001.

sam gerar polémica em torno do assunto noticiado, publicidade, etc.

**Customização do Conteúdo/Personalização** – Também denominada individualização, a personalização ou customização<sup>7</sup> consiste na opção oferecida ao Utente para configurar os produtos jornalísticos de acordo com os seus interesses individuais. Há sites noticiosos que permitem a pré-selecção dos assuntos, bem como a sua hierarquização e escolha de formato de apresentação visual (diagramação)<sup>8</sup>. Assim, quando o site é acessado, a página de abertura é carregada na máquina do Utente atendendo a padrões previamente estabelecidos, de sua preferência.

**Memória** – Palácios (1999) argumenta que a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na Web do que em outras mídias. Desta maneira, o volume de informação anteriormente produzida e directamente disponível ao Utente e ao Produtor da notícia é potencialmente muito maior no jornalismo online, o que produz efeitos quanto à produção e recepção da informação jornalística, como veremos adiante.

**Instantaneidade/Actualização Contínua** – A rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de actualização do material nos jornais da Web. Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse<sup>9</sup>.

Estabelecida esta breve descrição de características do Jornalismo Online, podemos agora prosseguir propondo algumas idéias mais directamente relacionadas com a Memória, enquanto elemento

---

<sup>7</sup>Apesar de haver alguma controvérsia quanto ao uso dos termos Personalização e Customização (e.g. Santos 2002), nesta comunicação os dois termos são usados como sinónimos.

<sup>8</sup>Um exemplo é o site da CNN (<http://www.cnn.com>).

<sup>9</sup>As chamadas “Últimas Notícias” (*Breaking News* ou *Latest News*) tornaram-se uma característica de quase todos os jornais mais importantes na Web. Por outro lado, alguns jornais, especialmente aqueles localizados em portais, chegam a estabelecer como sua “marca registrada” a rapidez da actualização, no estilo *fast-food*. Para um estudo de caso, direccionado para o jornal *Último Segundo do Portal IG*, vide Santos (2000).

distintivo da produção e consumo da informação jornalística nas redes telemáticas.

Antes porém, cabem algumas considerações gerais sobre esse elenco de características atribuídas ao Jornalismo Online.

## Rupturas, Continuidades e Potencialização

Preliminarmente, é importante que se estabeleça uma premissa básica que afaste qualquer tentação de se considerar que a Internet, ou outros suportes telemáticos, estejam a se constituir *em oposição* e em um movimento de *superação* dos formatos mediáticos anteriores. Faz-se necessário um aprofundamento da compreensão teórica das Novas Tecnologias de Comunicação (NTC), visando a eliminação da falsa oposição algumas vezes criada entre as chamadas Mídias Tradicionais ou de Massa e as NTC, que tem levado, em alguns casos, a uma visão evolucionista bastante simplista e à afirmação de um certo triunfalismo tecnológico (Palacios, 2001).

Perceber as especificidades dos vários suportes mediáticos não implica colocá-los em contraposição. Parece-nos oportuna, como ponto de partida, a distinção estabelecida por Dominique Wolton (1999:85) entre uma lógica da **oferta**, que caracteriza as mídias tradicionais (rádio, TV, imprensa), que funcionam por emissão de mensagens (o chamado modelo **Um**  $\Leftrightarrow$  **Todos**)<sup>10</sup> e uma lógica de **demanda**, que caracteriza as NTC, que funcionam por disponibilização e acesso (o chamado modelo **Todos**  $\Leftrightarrow$  **Todos**).

As diferentes modalidades midiáticas são vistas por Wolton não como pontos ascendentes numa escala progressiva e evolucionária, mas como complementares. Ele chama a atenção para a espectacular capacidade das NTC no que se refere à oferta de Informação, de disponibilização de Bancos de Dados, mas deixa claro que o crescimento exponencial da massa de Informação não nos leva a

---

<sup>10</sup>Preferimos usar o símbolo de bi-direcionalidade ( $\Leftrightarrow$ ) também para o Modelo Um  $\Leftrightarrow$  Todos, porque, contrariamente a um certo tipo de análise que prevaleceu há até poucas décadas, compartilhamos a idéia de que os processos de Recepção devem ser considerados no Modelo, não havendo, portanto, uma uni-direcionalidade absoluta, muitas vezes claramente associada à passividade, em seu funcionamento.

prescindir de mediadores, mas antes pelo contrário:

*“Comunicação direta, sem mediações, como uma mera performance técnica. Isso apela para sonhos de liberdade individual, mas é ilusório. A Rede pode dar acesso a uma massa de informações, mas ninguém é um cidadão do mundo, querendo saber tudo, sobre tudo, no mundo inteiro. Quanto mais informação há, maior é a necessidade de intermediários – jornalistas, arquivistas, editores, etc – que filtrem, organizem, priorizem. Ninguém quer assumir o papel de editor chefe a cada manhã. A igualdade de acesso à informação não cria igualdade de uso da informação. Confundir uma coisa com a outra é tecno-ideologia” (Wolton, 1999b).*

A ideia sugerida por Pierre Lévy (1999:188) de um possível desaparecimento do Jornalismo (ou pelo menos dos Jornalistas enquanto intermediários), em função do desenvolvimento da Internet, parece-nos, cada vez mais, uma simplificação descabida. Sugerimos, ao contrário, que com o crescimento da massa de informação disponível aos cidadãos, torna-se ainda mais crucial o papel desempenhado por profissionais que exercem funções de “filtragem e ordenamento” desse material, seja a nível jornalístico, académico, lúdico, etc. Uma biblioteca digital como a BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação – (<http://www.bocc.ubi.pt>) ou o site do Prossiga (<http://www.prossiga.br>) constituem exemplos de “filtragem e ordenamento de informação” de carácter académico. Um site de informação e distribuição de software de jogos electrónicos (<http://www.jumbo.com>) é um exemplo de “filtragem e ordenamento” de carácter lúdico.

Entendido o movimento de constituição de novos formatos mediáticos não como um processo evolucionário linear de superação de suportes anteriores por suportes novos, mas como uma *articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, “em convivência” e complementação no espaço mediático*<sup>11</sup>, as características do Jornalismo na Web aparecem majoritariamente como **Continuidades** e **Potencializações** e não,

<sup>11</sup>Essa complementaridade de formatos mediáticos constitui em si mesmo

necessariamente, como **Rupturas** com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores. Com efeito, é possível argumentar-se que as características elencadas anteriormente como constituintes do Jornalismo na Web podem, de uma forma ou de outra, ser encontradas em suportes jornalísticos anteriores, como o impresso, o rádio, a TV, o CD-Rom.

Vamos exemplificar. A Multimedialidade do Jornalismo na Web é certamente uma Continuidade, se considerarmos que na TV já ocorre uma conjugação de formatos mediáticos (imagem, som e texto). No entanto, é igualmente evidente que a Web, pela facilidade de conjugação dos diferentes formatos, potencializa essa característica. O mesmo pode ser dito da Hipertextualidade, que pode ser encontrada não apenas em suportes digitais anteriores, como o CD-ROM, mas igualmente, e *avant-la-léttre*, num objecto impresso tão antigo quanto uma enciclopédia. A personalização é altamente potencializada na Web, mas já está presente em suportes anteriores, através da segmentação de audiência (públicos-alvos). No jornalismo impresso isso ocorre, por exemplo, através da produção de cadernos e suplementos especiais (cultural, infantil, feminino, rural, automobilístico, turístico, etc); no rádio e na TV a personalização tem lugar através da diversificação e especialização das grades de programação e até mesmo das emissoras, como no caso da RTP Internacional, totalmente voltada para a Comunidade Lusitana na Diáspora.

Ora, em sendo assim, onde estariam as Rupturas no jornalismo praticado nos suportes telemáticos e em especial na Web?

Sugerimos que, para além das Continuidades e Potencializações, algumas Rupturas efectivamente ocorrem. Em primeiro lugar, e como facto mediático mais importante, na Web, dissolvem-se (pelo menos para efeitos práticos) os limites de espaço e/ou tempo que o jornalista tem a seu dispor para a disponibilização do material noticioso.

Trabalhando com bancos de dados alojados em máquinas de crescente capacidade de armazenamento e contando com a possi-

---

um vastíssimo campo de debates, não cabendo aqui aprofundar o assunto. A título de ilustração vide Palacios (2001b) in: [http://www2.correioweb.com.br/cw/2001-09-16/mat\\_12769.htm](http://www2.correioweb.com.br/cw/2001-09-16/mat_12769.htm).

bilidade do acesso assíncrono por parte do Utente, bem como de alimentação e Actualização Contínua de tais bancos de dados por parte não só do Produtor, mas também do Utente (Interactividade), o Jornalismo Online, para efeitos práticos, dispõe de espaço virtualmente ilimitado, no que diz respeito à quantidade de informação que pode ser colocada à disposição do seu público alvo.

Trata-se da primeira vez que isso ocorre, uma vez que *em todos os suportes anteriores* (impresso, rádio, TV) o jornalista convivia com rígidas limitações de espaço (que se traduz em tempo, no caso do rádio e TV). A possibilidade de dispor de espaço ilimitado para a disponibilização do material noticioso é, a nosso ver, a *maior Ruptura* a ter lugar com o advento da Web como suporte mediático para o jornalismo.

Para além dessa “quebra dos limites físicos” da disponibilização do material noticioso, acreditamos que o jornalismo na Web encontra sua especificidade não apenas pela Potencialização das características já descritas, mas principalmente pela *combinação* dessas características potencializadas, gerando novos efeitos. É justamente esse aspecto que nos propomos a explorar um pouco mais nesta comunicação, para o caso da Memória.

## O Lugar da Memória

Da mesma forma que a “quebra dos limites físicos” na Web possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para disponibilização de material noticioso (sob os mais variados formatos mediáticos), abre-se a possibilidade de disponibilizar online toda informação anteriormente produzida e armazenada, através da criação de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação da informação.

A Memória no Jornalismo na Web pode ser recuperada tanto pelo Produtor da informação, quanto pelo Utente, através de arquivos online providos com motores de busca (*search engines*) que permitem múltiplos cruzamentos de palavras-chaves e datas (indexação). Sem limitações de espaço, numa situação de extrema rapidez de acesso e alimentação (Instantaneidade e Interactividade) e de grande flexibilidade combinatória (Hipertextualidade), o Jor-

nalismo tem na Web a sua *primeira forma de Memória Múltipla, Instantânea e Cumulativa*.

Numa situação de Interactividade, conquanto não compartilhe-mos a ideia de que os papéis de Produtor e Consumidor da Informação Jornalística possam a vir a confundir-se de maneira generalizada, como sugere Lévy (1997), deve-se levar em conta que, em determinadas circunstâncias, a alimentação de bancos de dados (arquivos) possa vir a fazer-se tanto por Produtores quanto por Consumidores da Informação Jornalística. Isso já ocorre, por exemplo, quando leitores participam de fóruns ou enquetes (inquéritos ou pesquisas de opinião) relacionados a notícias correntes, sendo esse material incorporado ao universo de informação construído em torno do facto jornalístico e, eventualmente, armazenado nos arquivos online do jornal para posterior recuperação e consulta. Os sites jornalísticos de tipo P2P (peer to peer) são outro exemplo de “dupla via de alimentação”, já que nesse formato Produtores e Utentes da informação realmente se identificam.

Evidentemente, com relação à Memória, é possível caracterizar-se também uma situação de Continuidade com relação a suportes anteriores. Os jornais impressos, desde longa data, mantêm arquivos físicos das suas edições passadas, abertas à consulta do público e utilizadas por seus editores e jornalistas no processo de produção de informação noticiosa. No jornalismo impresso moderno é comum a publicação de pesquisas, baseadas em informação de arquivo, que complementam, ampliam ou ilustram o material noticioso corrente. O mesmo ocorre com relação às emissoras de rádio e TV, que mantêm arquivos sonoro e de imagem, eventualmente utilizados na produção de material noticioso de carácter jornalístico.

Na Web, no entanto, a conjugação de Memória com Instantaneidade, Hipertextualidade e Interactividade, bem como a inexistência de limitações de armazenamento de informação, potencializam de tal forma a Memória que cremos ser legítimo afirmar-se que temos nessa combinação de características e circunstâncias uma Ruptura com relação aos suportes mediáticos anteriores. Voltamos a insistir que ao fazermos esse tipo de afirmação, estamos a nos referir a *possibilidades* que se abrem tanto para os Produtores quanto para

os Utentes da Informação Jornalística. A realidade da prática jornalística na Web aproxima-se ou distancia-se de tais possibilidades abertas, conforme os contextos e produtos concretos disponíveis hoje na Internet.

Cabe indagar-se também, ainda que preliminarmente, em que estágio nos encontramos quanto ao efectivo uso de uma tal possibilidade de *Memória Múltipla, Instantânea e Cumulativa*.

## O Uso Efectivo da Memória

A primeira constatação que se pode fazer diz respeito à crescente utilização da Memória como elemento constitutivo do Jornalismo Online. Em recente estudo comparativo, envolvendo jornais online brasileiros e portugueses, observou-se que a Memória, sob a forma de arquivos online, está a se generalizar no Webjornalismo dos dois países<sup>12</sup>. A pesquisa, que utilizou como universo de estudo jornais na Web disponibilizados por empresas jornalísticas que também publicam jornais impressos, organizou os Webjornais pesquisados de acordo com a faixa de tiragem de seus congêneres impressos.

Os arquivos que disponibilizam material editorial publicado anteriormente aparecem, em todas as faixas de tiragem, no caso dos jornais brasileiros observados, com uma incidência superior a 50%. Nas duas primeiras faixas a ocorrência é de 100%. Constata-se também que os arquivos com uma abrangência de seis meses são os mais utilizados, aparecendo em índices superiores a 50% em todas as faixas de tiragem. Os arquivos funcionam apenas como depósito de informação. Não se constata a utilização de uma base de dados, onde as informações possam ser correlacionadas.

Os arquivos aparecem em 100% dos jornais brasileiros com tiragem superior a 50.000. Nas faixas de tiragem inferior a 50.000, aparecem em mais de 50% dos jornais. Destes, a incidência de arquivos que disponibilizam material superior a sete dias é destacadamente maior do que os que oferecem apenas material dos últimos sete dias. É preciso esclarecer que não foi feita diferenciação se os serviços eram pagos ou não.

---

<sup>12</sup>Palácios, M. et al. (2002).



**Tabela Resumo** – Memória (Brasil)

Tiragem		Possui arquivo?	Qual o período?		Qual sistema de busca?	
			Até 7 dias	Superior a 7 dias	Palavra	Data
Acima de 100.001 jornais)	(4)	4 jornais (100%)	—	4 jornais (100%)	3 jornais (75%)	3 jornais (75%)
50.001 100.000 jornais)	a (4)	4 jornais (100%)	1 jornal (25%)	3 jornais (75%)	3 jornais (75%)	4 jornais (100%)
25.001 50.000 jornais)	a (15)	10 jornais (67%)	2 jornais (13%)	8 jornais (53%)	4 jornais (27%)	10 jornais (67%)
001 25.000 jornais)	a (21)	12 jornais (57%)	1 jornal (5%)	11 jornais (52%)	2 jornais (9%)	11 jornais (52%)
<b>TOTAL</b>		30 jornais (68%)	4 jornais (9%)	26 jornais (59%)	12 jornais (27%)	28 jornais (64%)

Observa-se que nos jornais de tiragem superior a 50.000 exemplares, os serviços de busca funcionam por palavras-chaves e, na maioria dos casos, também concomitantemente por data da edição. Já nos jornais, cuja tiragem é inferior a 50.000, prevalece a busca por data da edição.

**Tabela Resumo** – Memória (Portugal)

Tiragem		Possui arquivo?	Qual o período?		Qual sistema de busca?	
			Até 7 dias	Superior a 7 dias	Palavra	Data
50.001 100.000 jornais)	a (4)	4 jornais (100%)	1 jornal (25%)	3 jornal (75%)	4 jornais (100%)	3 jornais (75%)
001 25.000 jornais)	a (3)	3 jornais (100%)	1 jornal (33%)	2 jornais (66%)	1 jornal (33%)	2 jornais (66%)
<b>TOTAL</b>		7 jornais (100%)	2 jornais (29%)	5 jornais (71%)	5 jornais (71%)	5 jornais (71%)

No caso português, os arquivos disponibilizam material editorial publicado anteriormente em 100% dos jornais, sendo que, na primeira faixa de tiragem (mais de 50.000 exemplares), 75% possuem arquivo até seis meses retroativos e apenas 25%, oferecem arquivo com matérias publicadas há seis meses ou mais. A situação inverte-se na segunda faixa de tiragem.

Na primeira faixa de tiragem, o sistema de busca é mais completo pois conjuga, na maioria dos casos, os dois tipos de busca (datas e palavras-chaves). Na segunda faixa de tiragem, prevalece a busca por data de edição.

O uso amplo e criativo dos recursos possibilitados pelas NTC, incluindo o enorme potencial que se delineia com a incorporação ao Jornalismo de uma *Memória Múltipla, Instantânea e Cumulativa*, encontra-se ainda em fase experimental, incipiente e tentativa. Mas é evidente, através dos dados apresentados, que os mais importantes sites jornalísticos brasileiros e portugueses já incorporam alguma forma de Memória.

Similarmente ao que ocorreu no radiojornalismo ou o telejornalismo, que passaram por períodos de amadurecimento e busca de linguagens próprias, durante os quais prevaleceram modelos claramente transpositivos, importados de suportes mediáticos anteriores, o Webjornalismo somente agora começa a distanciar-se, paulatinamente, do “modelo da metáfora” (McAdams 1995) que o caracterizou e caracteriza ainda, em grande medida.

A generalização dos arquivos em sites jornalísticos na Web, livremente acessíveis a Produtores e Utentes, e os efeitos desse fenómeno para os processos de Produção e Recepção do material jornalístico é uma temática que está merecer consideração séria a nível de seus efeitos atuais e potenciais. Esta comunicação é apenas um chamamento para a reflexão e o debate.

## Bibliografia

- Adghirni**, Zélia Leal. *Jornalismo Online e Identidade Profissional do Jornalista*. Trabalho apresentado no GT de Jornalismo do X Encontro Nacional da COMPÓS – Brasília, 2001.
- Bardoel**, Jo e Deuze, Mark. *Network Journalism: converging competences of old and new media professionals*, in: <http://home.pscw.nl/deuze/pub/9.htm>.
- Bastos**, Helder. *Do Jornalismo Online ao Ciberjornalismo: emergência de novas práticas nos media portugueses*, in: Revista de Comunicação e Linguagens, n. 27, Lisboa, fev. 2000.

- Bonett**, M. *Personalization of Web Services: opportunities and challenges*, in: <http://www.ariadne.ac.uk/issue28/personalization/>.
- Canavilhas**, João Messias. *WebJornalismo: Considerações Gerais Sobre Jornalismo na Web*. Portugal, Universidade da Beira Interior, 1999. Apresentação no I Congresso Ibérico de Comunicação.
- Gonçalves Machado**, Elias. *La Estructura de la Noticia en las Redes Digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo*. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.
- Landow**, G. P. *Hypertext 2.0: the convergence of contemporary critical theory and technology*, Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997.
- Lapham**, Christine. *The Evolution of the Newspaper of the Future*, in: <http://sunsite.unc.edu/cmc/mag/1995/jul/lapham.html>.
- Lemos**, André. *Anjos Interactivos e Retribalização do Mundo: Sobre interactividade e interfaces digitais*, in: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>.
- Lévy**, Pierre. *Cibercultura*, São Paulo: Editora 34, 1999 (Tradução da edição francesa de *Cyberculture*, Paris, Éditions Odile Jacob, 1997).
- *A Conexão Planetária. O mercado, o ciberespaço, a consciência*, São Paulo: Editora 34, 2001 (Tradução da edição francesa de *World Philosophie*, Paris; Éditions Odile Jacob, 2000).
- Machado**, Arlindo. *Hipermídia: o labirinto como metáfora*. In: Domingues, Diana. (org.) *A Arte no Século XXI: a humanização das tecnologias*, São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.
- Maldonado**, Tomás. *Crítica de la Razón Informática*. Barcelo, Piados, 1998.

- Manta**, André. *Guia do Jornalismo na Internet*, in: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/Guia/>.
- McAdams**, Melinda. *Inventing an Online Newspaper*, 1995, in: <http://jan.ucc.nau.edu/~ipct-j/1995/n3/mcadams.txt>.
- *Hypertext Breakdown: an overview*, in: <http://www.well.com/user/mmcadams/basic.units.main.html>.
- Mielniczuk**, Luciana. *Características e Implicações do Jornalismo na WEB*, trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001.
- Mielniczuk**, Luciana & Palacios, Marcos. *Narrativa Jornalística e Escrita Hipertextual: considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web*. Trabalho apresentado no GT de Jornalismo do X Encontro Nacional da COMPÓS – Brasília, 2001.
- Moherdaui**, Luciana. *Guia de Estilo na Web: produção e edição de notícias on-line*, São Paulo: Ed. SENAC, 2000.
- Mouillaud**, Maurice e Porto, Sérgio (Eds). *O Jornal da Forma ao Sentido*, Brasília: Paralelo 15, 1997.
- Palácios**. Marcos. *O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?*. Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FCOM/Univ. Federal da Bahia (UFBA), Salvador, Bahia, em 21.09.1999.
- *Polarização, Inclusão e Exclusão Social: uma proposta de monitoramento do Projeto Aveiro Digital*, comunicação apresentada no I Colóquio Internacional de Redes e Cibercidades, Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, novembro de 2001.
- *Internet e Televisão*, in: *Correio Brasiliense*, 16 de setembro, 2001b: [http://www2.correioweb.com.br/cw/2001-09-16/mat\\_12769.htm](http://www2.correioweb.com.br/cw/2001-09-16/mat_12769.htm).

- Palácios**, Marcos; Mielniczuk, Luciana; Barbosa, Suzana; Ribas, Beatriz e Narita, Sandra. *Um Mapeamento de Características e Tendências no Jornalismo Online Brasileiro e Português*, paper aceito para apresentação no Encontro Nacional da INTERCOM, setembro de 2002.
- Santos**, Ana Lúcia Reis dos. *Informação Fast-Food: Um estudo de caso do jornal Último Segundo do Portal IG*. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.
- Schultz**, Tanjev. *Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers*, in: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue1/schultz.html>.
- Sousa**, Pedro Jorge. *Os Novos Meios Electrónicos em Rede*, in: <http://bocc.ubi.pt/sousa-pedro-jorge-jornalismo-on-line.html>.
- Stockinger**, Gottfried. *Para uma Sociologia da Comunicação*, 2001, in: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa>.
- Wolton**, Dominique. *Internet et après: une theorie critique des nouveaux médias*, Paris: Flammarion, 1999.
- \_\_\_\_. *Entrevista a Catherine Mallaval*, Liberation, 20/21 March 1999b, in: <http://amsterdam.nettime.org>.



# O online nas fronteiras do jornalismo: uma reflexão a partir do tabloidismo.net de Matt Drudge

Joaquim Paulo Serra  
Universidade da Beira Interior.  
E-mail: pserra@alpha2.ubi.pt

## Introdução

Intentamos, no que segue, discutir a problemática do jornalismo on-line<sup>1</sup> a partir do caso daquele que ainda hoje é considerado, por muitos, como o primeiro, o mais conhecido e o mais bem sucedido dos jornalistas on-line – Matt Drudge, o criador e editor do *Drudge Report*. Mais do que a prática “jornalística” de Drudge interessa-nos, sobretudo, discutir a sua tese de que a Internet permite que todos e cada um dos cidadãos se torne “um repórter”, permite, por assim dizer, um jornalismo sem jornalistas, um jornalismo do pós-jornalismo. Uma tal discussão compele-nos, desde logo, a uma reflexão sobre o conceito de jornalismo, tal como este é entendido, pelo menos desde os finais do século XIX, pela imprensa *mains-tream*: o jornalismo como uma “sociedade de discurso” centrada nas “notícias”. Um tal tipo de jornalismo parece, efectivamente, estar ao alcance de todos e cada um dos cidadãos, desde que lhe sejam dados os meios de publicação adequados – o que parece ser, precisamente, o caso da Internet. No entanto, a liberdade e universalidade de publicação propiciadas pela Internet esbarram, desde logo, com uma dificuldade de monta: a de que, à medida que cresce a quantidade dos publicadores e das publicações, decresce a possibilidade de que uns e outros sejam lidos. A Internet não anula, assim, o *gatekeeping* que Drudge vê como a característica e o poder

---

<sup>1</sup>Termo que aparece muitas vezes, na literatura especializada, como sinónimo de web-jornalismo e ciber-jornalismo – e que não há que confundir, em todo o caso, com o *shovelware*, isto é, a mera transposição, aliás cada vez mais rara no sentido estrito, dos jornais impressos para formato electrónico.

essenciais do jornalismo “tradicional” – apenas o desloca do momento da produção para o momento da recepção. Apesar disso, temos de conceder a Drudge o mérito de ter mostrado, de forma efectiva, como a Internet conseguiu pôr em causa não só o exclusivo da imprensa *mainstream* em dar as notícias como também, nalguns casos, o seu exclusivo na determinação da agenda mediática.

### A filosofia de Matt Drudge

É praticamente impossível falar de jornalismo on-line sem falar daquele que é geralmente considerado como o primeiro, o mais conhecido e o mais bem sucedido dos seus representantes – Matt Drudge, o editor do *Drudge Report*.<sup>2</sup>

E, no entanto, Drudge não se considera a si próprio um “jornalista” – seja porque não é pago por ninguém, seja porque pode publicar o que quiser.<sup>3</sup> A maior parte dos jornalistas americanos, que denuncia no “jornalismo” de Drudge vícios como o recurso a fontes anónimas, a ausência de verificação dos factos e o sensacionalismo mais ou menos tablóide, também não considera Drudge um jornalista, considerando-o mesmo a própria antítese do jornalismo.<sup>4</sup>

<sup>2</sup>O *Drudge Report* ([www.drudgereport.com](http://www.drudgereport.com)), fundado em 1995 por Matt Drudge, era definido, em 1997, por Jonathan Broder, como “uma mistura de reescrita de serviço de agência, materiais ligados por hipertexto e histórias de fontes anónimas que aparecem no próprio sítio Web de Drudge”. (Jonathan Broder, “A smear too far”, *Salon.com*, Aug. 15, 1997, <http://www.salon.com/aug97/news/news970815.html>). De entre os vários “furos” do *Drudge Report*, o mais conhecido e polémico de todos é, sem dúvida, o caso Clinton-Lewinsky – despoletado pela edição de 17 de Janeiro de 1998 do *Drudge Report*, que titulava que um repórter da *Newsweek* tinha descoberto a história daquele caso mas que a revista se recusava a publicá-la. Em termos de audiências, e apenas a título de exemplo, o *Drudge Report* reivindicava, a 6 de Junho de 2002, os seguintes números de visitantes: 4 094 278 nas últimas 24 horas, 102 849 336 nos últimos 31 dias e 839 107 502 no último ano.

<sup>3</sup>Cf. Matt Drudge, *Anyone With A Modem Can Report On The World*, Address Before the National Press Club, June 2, 1998, Moderator Doug Harbrecht, <http://www.frontpagemag.com/archives/drudge/drudge.htm>. Com efeito, e como ele próprio confessa, a maior “proximidade” que Drudge teve com o jornalismo ocorreu quando, nos sete anos que antecederam o início do *Drudge Report*, geriu a loja de lembranças da CBS, em Los Angeles.

<sup>4</sup>Em relação às críticas de que é alvo, Drudge costuma apresentar três argu-



Há, no entanto, excepções a esta auto e hetero-apreciação de Drudge. Assim, por exemplo Doug Harbrecht, presidente do *National Press Club* à época em que Drudge foi convidado a proferir um discurso naquela instituição, considera este não só como um *newsmaker* mas também como o iniciador de uma “revolução” no jornalismo, não deixando de acrescentar que, “enquanto muitos dos seus [de Drudge] colegas são relutantes em admiti-lo, o *Drudge Report* tornou-se uma folha de ponta para os jornalistas” – como o comprovará, aliás, o facto de a referida imprensa ter vindo a copiar e retomar, de Drudge, muitas das notícias que ele tem sido o primeiro a dar.<sup>5</sup> James K. Glassman refere-se a Drudge como sendo, senão o mais poderoso, pelo menos “o mais heróico” dos repórteres

mentos essenciais. O primeiro desses argumentos é o de que, sem a utilização de fontes anónimas, Bob Woodward e Carl Bernstein, do *Washington Post*, não teriam podido despoletar, em 1972, o caso Watergate. O segundo argumento é o de que as fontes anónimas só são utilizadas porque as fontes “primárias” ou se recusam a confirmar os factos ou mentem descaradamente. O terceiro argumento é o de que a imprensa *mainstream* está tão sujeita como o *Drudge Report* a problemas de selecção das fontes e de verificação dos factos – como o mostra, por exemplo, a notícia dada em 7 de Junho de 1998 pela *CNN* e pela *Time*, acerca da “Operação Tailwind”, e de acordo com a qual os Estados Unidos “usaram gás dos nervos, letal, no decorrer de uma missão destinada a matar desertores Americanos no Laos durante a Guerra do Vietname”, uma notícia que se viria a revelar totalmente falsa (Sobre este caso cf. Neil Hickey, “Ten Mistakes That Lead to the Great Fiasco”, *Columbia Journalism Review*, September/October 1998, <http://www.cjr.org/year/98/5/cnn.asp>). Quanto à acusação de sensacionalismo e de tabloidização da informação, feita a Drudge, diremos que também essas são características cada vez mais patentes na imprensa *mainstream*, como o mostrou a sua cobertura de casos como os da prisão e julgamento de O. J. Simpson, da morte da princesa Diana ou do caso Clinton-Lewinsky. Compreende-se, a partir daqui, que se generalize hoje entre os jornalistas americanos a ideia de que há uma “crise do jornalismo”. Cf, sobre tal “crise”, o debate que a *Columbia Journalism Review* levou a efeito em 1998, intitulado, “The Erosion of Values. A debate among journalists over how to cope”, in *Columbia Journalism Review*, March/April 1998, <http://www.cjr.org/year/98/2/values.asp>.

<sup>5</sup>Cf. Doug Harbrecht, in Matt Drudge, *op. cit.*. Esta última afirmação é também sublinhada por Jordan Raphael, de acordo com o qual “as pessoas que odeiam Drudge são quase tantas como as que o amam – mas todas o lêem.” Jordan Raphael, “The New Face of Independent Journalism”, *Online Journalism Review*, 2002, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017969538.php>.

da América.<sup>6</sup> Joe Gelman atribui mesmo, a Drudge, um lugar ímpar na história do jornalismo<sup>7</sup>, justificando tal atribuição pela “razão primária” de ter sido o primeiro a reconhecer e a explorar as potencialidades do meio emergente que é a Internet – ao mesmo tempo que, até por contraste, revelava alguns dos “vícios” capitais da própria imprensa *mainstream*, nomeadamente a sua excessiva proximidade, senão mesmo promiscuidade, com as fontes.<sup>8</sup>

Mais do que discutir estas apreciações opostas sobre Drudge, ou mesmo os méritos ou deméritos do seu tipo de “jornalismo”, interessa-nos aqui discutir a sua tese essencial: a de que, com a/na Internet, se dissolve a tradicional distinção entre profissionais e não-profissionais do jornalismo, ou, se preferirmos, que qualquer um se pode transformar em “jornalista”. Assim, no seu discurso já referido perante o *National Press Club* americano, afirma Drudge:

*“Entrámos numa era que vibra com o rumor de pequenas vozes. Qualquer cidadão pode ser um repórter, pode tomar esse poder na sua mão. A diferença entre a Internet, por um lado, e a televisão e a rádio, as revistas e os jornais, por outro, é a comunicação nos dois sentidos. A Net dá voz tanto a um viciado em computadores como eu, como a um CEO ou a um orador da House. Tornamo-nos todos iguais. (...) Antevejo um futuro em que haverá 300 milhões de repórteres, em que*

---

<sup>6</sup>James K. Glassman *Matt Drudge, E-Journalist*, Washington Post, June 9, 1998, <http://www.cspc.org/drudge/glassman.htm>.

<sup>7</sup>“Num futuro distante, talvez daqui a cem anos, as escolas universitárias de jornalismo e os prémios prestigiados ostentarão o nome do “notável” ciber-jornalista Matt Drudge. Muito tempo depois de Larry King e Peter Arnett da *CNN* estarem mortos, enterrados e esquecidos, muito tempo depois de Howard Kurtz do *Washington Post* e Andrea Mitchell da *NBC* se terem tornado minúsculas notas de rodapé nos anais do Jornalismo Americano, Matt Drudge será estudado e analisado por académicos e estudantes de todo o mundo.” Joe Gelman, *An Original American Cyber-Hero*, July 21, 1998, <http://www.frontpage-mag.com/archives/drudge/cyberhero.htm>.

<sup>8</sup>Como afirma Drudge numa declaração à *Penthouse*, “Estais demasiado próximos das vossas fontes, bebei com as vossas fontes. Casam-se uns com os outros, andam envolvidos uns com outros, jantam uns com os outros, brindam uns com os outros.” Matt Drudge, citado em Joe Gelman, *op. cit.*.

*qualquer um, a partir de qualquer lugar, poderá reportar por qualquer razão. É a liberdade de participação realizada de forma absoluta”.<sup>9</sup>*

De forma algo paradoxal, a tese de Drudge coincide, aqui, com a tese de alguns que, colocando-se na perspectiva do chamado jornalismo “público” ou “cívico”<sup>10</sup>, vêem também na Internet a possibilidade de uma publicação livre e universal, não submetida aos mecanismos do *gatekeeping*, que permitirá ultrapassar um jornalismo cada vez mais submetido aos ditames do espectáculo e do entretenimento, quanto à *forma*, do oficial e do oficioso, quanto às *fontes*, do sensacional e do tablóide, quanto aos *conteúdos*.<sup>11</sup> Note-se ainda que, onde Drudge e os seus pares vêem a transição para um novo e melhor jornalismo – no facto de a Internet retirar das mãos dos jornalistas o controlo da recolha, organização, e publicação das notícias –, alguns dos mais importantes jornalistas “tradicionais” vêem, precisamente, uma das causas principais da “crise do jornalismo”.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup>Matt Drudge, *op. cit.*.

<sup>10</sup>Sobre o jornalismo “público” ou “cívico” cf.: Peggy Anderson, Esther Thorson Lewis, A. Friedland, *Civic Lessons. Report on Four Civic Journalism Projects Funded by the Pew Center for Civic Journalism*, 1997, The Pew Charitable Trusts, [http://www.cpn.org/cpn/sections/topics/journalism/stories-studies/pew\\_cj\\_lessons.html](http://www.cpn.org/cpn/sections/topics/journalism/stories-studies/pew_cj_lessons.html); Robert M. Steele, *The Ethics of Civic Journalism: Independence as the Guide*, The Poynter Institute For Media Studies, 1996; Jan Schaffer, Edward D. Miller, Staci D. Kramer, *Civic Journalism: Six Case Studies. A Joint Report by The Pew Center for Civic Journalism and The Poynter Institute for Media Studies*, 1995, Tides Foundation, <http://www.cpn.org/cpn/sections/topics/journalism/stories-studies/pew&poynter-contents.html>; Mike Hoyt, “Civic Journalism”, *Columbia Journalism Review*, Sept/Oct 95, <http://www.cjr.org/year/95/5/civic.asp>; Frank Denton, Esther Thorson, *Civic Journalism: Does It Work? A Special Report for the Pew Center for Civic Journalism on the “We the People” project*, Madison, Wis., [http://www.pewcenter.org/doingcj/research/r\\_doesit.html](http://www.pewcenter.org/doingcj/research/r_doesit.html).

<sup>11</sup>Como diz Tom Koch, “os jornalistas já não são a única conduta que temos para o mundo mais vasto. Os dados são oferecidos através de muitas vias, das quais o velho jornal ou o jornal de notícias é apenas uma delas. À medida que os instrumentos e recursos do *medium* electrónico crescem em poder e sofisticação, novas potencialidades crescem para todos nós.” Tom Koch, *The Message is the Medium*, Westport, Connecticut, London, Praeger, 1996, p. 32.

<sup>12</sup>Assim, no debate sobre “a crise do jornalismo” que a *Columbia Journalism*

## O jornalismo como sociedade de discurso

A tese de Drudge opõe-se, claramente, à concepção de jornalismo que consta das enciclopédias e dos dicionários da língua, e a que, para resumir, chamaremos a concepção “dominante” do jornalismo – que é, também, a concepção do jornalismo contemporâneo dominante. Com efeito, nas suas entradas sobre jornalismo, a *Enciclopédia Britânica* e a *Enciclopédia Colúmbia* definem este, respectivamente, como “a recolha, a preparação e a distribuição de notícias e comentário com elas relacionado e materiais semelhantes através de meios como panfletos, relatórios informativos, jornais, revistas, rádio, cinema, televisão e livros”<sup>13</sup> e “a recolha e a publicação periódica ou a transmissão de notícias através de meios como o jornal, o periódico, a televisão e a rádio.”<sup>14</sup> Já nos dicionários da língua, o jornalismo é definido como a “profissão do jornalista”, sendo o jornalista “aquele que escreve num jornal, geralmente por ofício”, e sendo o jornal, por sua vez, uma “publicação quotidiana, que informa as notícias políticas, científicas e literárias, os novos trabalhos, e diversos outros factos da vida pública” e, por

---

*Review* levou a efeito em 1998, já referido em nota anterior, afirma Tom Rosenstiel: “Nós tínhamos confiança no jornalismo quando controlávamos quem publicava; mas agora, que qualquer pessoa com um sítio Web e cinquenta dólares pode ser um comunicador, não sabemos como nos distinguir dos nossos novos pseudo-competidores. Em vez disso, tristemente, confundimo-nos com eles demasiadas vezes.” Tom Rosenstiel, “The Erosion of Values. A debate among journalists over how to cope”, in *op. cit.*. No mesmo sentido segue a afirmação de Denise Caruso: “Quando quase toda a gente pode ser editor, o resultado é um maremoto de “notícias” a partir de fontes que estão longe das praias confiáveis e familiares da imprensa *mainstream*.” Denise Caruso, “Te Law and the Internet: Beware”, *Columbia Journalism Review*, May/June 1998, <http://www.cjr.org/year/98/3/ilaw.asp>. Como é óbvio, a tais posições pode perguntar-se, desde logo, se não se confunde aqui “causa” com “efeito”, isto é, se os que se decidem publicar e consultar informação na Internet não o fazem, precisamente, porque não o podem fazer, ou não o podem fazer de forma satisfatória, numa imprensa cada vez mais comercial, oficiosa e sensacionalista.

<sup>13</sup> *Encyclopedia Britannica*, “Journalism”, <http://www.britannica.com/eb/article?eu=45046>.

<sup>14</sup> *The Columbia Encyclopedia*, “Journalism”, <http://www.bartleby.com/65/jo/journali.html>.

extensão”, “qualquer periódico (seja *ou* não diário).”<sup>15</sup> Conjugando e resumindo estas definições das enciclopédias e dos dicionários da língua, podemos dizer que o jornalismo é, na sua concepção dominante, simultaneamente uma *actividade* e uma *profissão*.

Esta transformação do jornalismo em actividade profissional, que se dá aí por volta dos finais do século XIX, não envolveu apenas o fim – ou, pelo menos, o decréscimo de importância – do “velho” jornalismo cultural e político dos séculos XVIII e XIX<sup>16</sup>; ela envolveu, também, e ao mesmo tempo, a transformação dos jornalistas numa verdadeira “sociedade de discurso” que, centrada numa certa técnica de transformação dos “acontecimentos” em notícias<sup>17</sup> e numa certa ética da “objectividade”, determina *quem* pode dizer, *o quê*, em que *condições*, segundo que *regras* – implicando, simultaneamente, a exclusão de todos os outros desse privilégio discursivo.<sup>18</sup> Um indício disso mesmo, trazido à colação por Schudson, é o facto de que, enquanto que na imprensa cultural do século XVIII

<sup>15</sup>Cf. José Pedro Machado, *Grande Dicionário da Língua Portuguesa*, Volume III, Lisboa, Alfa, 1991, pp. 495-6.

<sup>16</sup>Cf., sobre o jornalismo cultural e político: Denis Diderot, “Journaliste”, in *Encyclopédie ou Dictionnaire Raisonné des Sciences, des Arts et des Métiers*, Vol. 15 (Tomo 6 do original), Milão, Paris, Franco Maria Ricci, 1978, p. I, 79; Alexis de Tocqueville, “De la démocratie en Amérique”, in *Oeuvres*, Vol. II, Paris, Gallimard, 1992, I, II, III (“De la liberté de presse aux Etats-Unis”), II, II, VI (“Du rapport des associations et des journaux”). Sobre a história do jornalismo, cf.: David T. Z., Mindich, *Just the facts. How “objectivity” came to define American Journalism*, New York, New York University Press, 1998; Michael Schudson, *The Power of News*, Cambridge Mass., Harvard University Press, 2000, nomeadamente o capítulo 1 (“Three hundred years of the American newspaper”).

<sup>17</sup>Referimo-nos, mais especificamente, a procedimentos como a selecção dos factos em função dos valores-notícia, a pirâmide invertida, o *lead*, etc..

<sup>18</sup>Sobre o conceito de “sociedade de discurso”, cf. Cf. Michel Foucault, *L’Ordre du Discours*, Paris, Gallimard, 1971, pp. 41-43. É significativo, para o nosso tema, que Foucault veja, nos grupos de rapsodos do mundo antigo – que, dirigindo-se a um “auditório universal”, detinham no entanto o privilégio da recitação das poesias –, um dos primeiros exemplos das “sociedades do discurso”, sublinhando que “a aprendizagem fazia entrar, simultaneamente, num grupo e num segredo que a recitação manifestava mas não divulgava; entre a palavra e a escuta os papéis não eram intermutáveis.” *Ibidem*, p. 42. Ora, como não pensar em aplicar, *mutatis mutandis*, estas observações aos jornalistas profissionais que se afirmam a partir dos finais do século XIX?

e na imprensa associativa do século XIX a distinção entre os que escreviam e os leitores era mais ou menos ténue, de tal maneira que os leitores eram também, muito frequentemente, os que escreviam, na imprensa metropolitana verifica-se uma separação cada vez mais clara entre o campo dos que escrevem e o campo dos leitores, passando o jornalismo a ser, cada vez mais, o exclusivo dos “jornalistas”, dos “profissionais”.<sup>19</sup> Apesar da crítica que tem vindo a ser feita a tal conceito<sup>20</sup>, as “notícias” têm, nas nossas sociedades, uma importância fundamental: elas constituem aquilo a que Michael Schudson chama “conhecimento público”.<sup>21</sup> O facto de algo ou alguém aparecer nas notícias, de “ser notícia”, como se diz, confere-lhe não só relevância como, a um nível mais primário, *existência* – no sentido em que é qualquer coisa ou alguém a que todos devem dar atenção, que todos devem ter em conta.<sup>22</sup> Dessa forma, as notícias são, simultaneamente, dispositivos de produção de visibilidade e de inclusão, num mesmo mundo simbólico, dos membros de uma determinada sociedade.<sup>23</sup> E, ao transformarem-se numa “sociedade de discurso” detentora do privilégio discursivo sobre as “notícias”, os jornalistas tornam-se os detentores dessa capacidade de tornar visível e de incluir na qual reside, verdadeiramente, o “quarto poder” do jornalismo.<sup>24</sup>

<sup>19</sup>Cf. Michael Schudson, *op. cit.*, p. 51.

<sup>20</sup>Nomeadamente a insistência na simplificação, no estereótipo, no sensacional, no passional, no *fait-divers*, etc., em detrimento da análise, do comentário, da opinião mais ou menos reflectida e comprometida.

<sup>21</sup>Cf. Michael Schudson, *op. cit.*, p. 3 e *passim*.

<sup>22</sup>*Ibidem*, pp. 20-21.

<sup>23</sup>*Ibidem*, pp. 24-25, 33. Uma ideia também sublinhada por Hannah Arendt, quando afirma que “a verdade de facto (...) existe apenas na medida em que dela se fala, mesmo se ocorrer no domínio do privado. Ela é política por natureza.” Hannah Arendt, “Truth and Politics”, in *Between Past and Future*, London, Penguin Books, 1993, p. 238.

<sup>24</sup>Não admira por isso que, como observa Adriano Duarte Rodrigues, os meios de comunicação social se tenham tornado, nas sociedades em que vivemos, “o campo por excelência da mediação ou da articulação dos campos autónomos, alimentando a solidariedade colectiva, fazendo com que as contradições entre os interesses muitas vezes divergentes sejam geridos de uma maneira conforme aos interesses dos campos dominantes que se apropriam do topo da hierarquia social”. Adriano Duarte Rodrigues, “A instituição dos media” (or. 1981), in *O Campo dos Media*, Lisboa, Vega, s/d, p. 32.

## A Internet e a publicação livre e universal

Aquilo que Drudge contesta é, de forma clara, o privilégio discursivo sobre as “notícias” que a concepção dominante do jornalismo – que é também, como dissemos, a do jornalismo dominante – concebe como exclusivo da “sociedade de discurso” jornalística. Mas, poder-se-á objectar a Drudge, o facto de há muito o jornalismo se ter tornado uma “sociedade de discurso”, com as suas exigências, as suas técnicas, as suas regras, só acessíveis a alguns – os iniciados nos mistérios do *gatekeeping*, da pirâmide invertida, do *lead* e da “objectividade” – não impede, precisamente, que se realizem a liberdade e universalidade de publicação prometidas pela Internet? A tese de Drudge contrapõe a essa objecção, de forma mais ou menos implícita, que o jornalismo dominante, pelo facto de se centrar nas “notícias” – nos “factos actuais de interesse geral”<sup>25</sup> –, é uma “sociedade de discurso” diferente das outras. Assim, e para recorrermos a uma comparação, enquanto que numa “sociedade de discurso” como a medicina o discurso médico se distingue claramente do não-médico tanto em termos de *forma* como de *conteúdo* – uma e outro altamente especializados e abstractos –, o discurso jornalístico distingue-se do não-jornalístico apenas em termos de *forma*. Ora, esta última não difere, *no essencial*, das narrativas que, no dia a dia, o homem comum vai construindo para si e para os outros – e que incluem, como todas as narrativas, os seus acontecimentos, as suas personagens, as suas acções, os seus nexos causais. Não indo tão longe como Walter Benjamin – que, no seu famoso ensaio “O narrador”, vê a informação jornalística como uma forma de comunicação muito empobrecida quando comparada com a narrativa tradicional<sup>26</sup> –, defenderemos aqui que há *pelo menos* uma

<sup>25</sup>Sobre esta definição de notícia cf. Ricardo Cardet, *Manual de Jornalismo*, Lisboa, Caminho, 1988, p. 38; Anabela Gradim, *Manual de Jornalismo*, Covilhã, Universidade da Beira Interior, Série Estudos em Comunicação, 2000, p. 17. No entanto, e como observa Miquel Alsina, talvez fosse mais correcto dizer-se que “a notícia não é um facto, mas mais propriamente a narração de um facto”. Miquel Rodrigo Alsina, *La Construcción de la Noticia*, Barcelona, Paidós, 1996, p. 182.

<sup>26</sup>Cf. Walter Benjamin, “O narrador”, in *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*, Lisboa, Relógio d’Água, 1992, pp. 34-37.

continuidade entre uma e outra, assente precisamente na existência de uma estrutura narrativa comum, de tal forma que podemos dizer que se a narrativa tradicional nos traz “notícias” de outros tempos, de outros lugares e, quiçá, de outros seres que não nós, a informação noticiosa é uma narrativa construída de modo a captar apenas os aspectos essenciais e elementares de qualquer narrativa (o *quem*, o *quê*, o *quando*, o *onde* e o *porquê* das escolas de jornalismo americanas); uma hipótese que é perfeitamente compatível com a tese, defendida por Eduardo Meditsch, e que achamos perfeitamente fundamentada, segundo a qual o jornalismo pode ser considerado, em termos epistemológicos, como uma modalidade – em certos aspectos mais “ilustrada”, noutros seguramente mais pobre – do senso comum.<sup>27</sup>

Aceitando como válidos estes pressupostos, compreende-se que a questão essencial para determinar se todos podem ou não ser “jornalistas” se torne a questão da *publicação*, a possibilidade de tornar conhecido publicamente algo ou alguém: em última análise, é jornalista todo aquele que pode publicar as suas “notícias” num jornal ou, por extensão, num meio de informação noticioso. Ora a Internet, ao permitir que todos publiquem<sup>28</sup>, permite que “qualquer cidadão” se torne “um repórter”. Como também diz Drudge, não sem ironia, a propósito do novo *medium*, “mais uma vez, a liberdade de imprensa pertence a quem possuir uma”.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup>Cf. Eduardo Meditsch, *O Jornalismo é uma Forma de Conhecimento?*, Conferência feita nos Cursos da Arrábida – Universidade de Verão, Setembro de 1997, <http://www.bocc.ubi.pt>; *Journalism as a way of knowledge*, <http://www.bocc.ubi.pt>.

<sup>28</sup>Em termos de direito, que não de facto. Com efeito, e como mostra Marcos Palacios a propósito da presença lusófona na Internet, a universalidade do acesso ao novo meio está muito longe de estar garantida, mesmo nos países e regiões mais desenvolvidos do espaço lusófono. Cf. Marcos Palacios, *Por Mares Doravante Navegados: Panorama e Perspectivas da Presença Lusófona na Internet*, 2001, <http://www.bocc.ubi.pt>.

<sup>29</sup>Matt Drudge, *op. cit.*. O uso intensivo de *weblogs*, de páginas pessoais, de fóruns e de *mailing lists* que, logo a seguir ao 11 de Setembro de 2001, foi feito para publicação de relatos, fotos, opiniões, tributos, etc. representou, segundo alguns, uma das melhores e mais recentes afirmações de um “jornalismo” ao alcance de todos. Cf. Andrews, Paul, “The future of news. News by the People, for the People”, *Online Jour-*



## Omnia habentes, nihil possidentes

A tomada desse “quarto poder” que é o jornalismo pelos cidadãos em geral, perspectivada/proposta por Drudge, esbarra, contudo, numa dificuldade imprevista. Referimo-nos, mais concretamente, à dificuldade que se coloca quando, e para glosarmos a inversão da máxima dos Franciscanos posta em voga por Simmel, ter tudo se torna equivalente a ter nada. Com efeito, a liberdade e a universalidade de publicação que são propiciadas pela Internet são contrariadas, de forma dialéctica, pela impossibilidade de aqueles que navegam ou pesquisam na Internet acederem a toda a informação disponível, de tal modo que, também aqui, “muitos são os chamados mas poucos os escolhidos”. Isto é: se é certo que todos têm o “direito” de publicar, não é menos certo que só alguns, muito poucos, terão o “direito” de ser lidos – a Internet é, neste aspecto, comparável a uma televisão com milhões de diferentes canais, tantos quantas as páginas *web*. O mesmo é dizer que, e ao contrário do que afirma Drudge, a Internet não elimina o mecanismo de *gatekeeping* – antes se limita a deslocá-lo do momento da produção para o momento da recepção.

Na forma como se exerce o *gatekeeping* na Internet destacam-se, desde logo, duas tendências. A primeira refere-se à transferência de prestígio do “mundo real” para o on-line: tendem a ser lidos, na Internet, os que forem portadores de um prestígio, uma autoridade e uma qualidade – em geral inacessíveis ao cidadão comum, mas apenas a instituições ou organizações, nomeadamente noticiosas, dotadas dos recursos humanos, técnicos e financeiros apropriados – granjeados antes da entrada na Internet, transportando para aí um “nome de marca” que já existia.<sup>30</sup> A segunda tendência diz

---

*nalism Review*, 2002 (2002), <http://www.ojr.org/ojr/future/1021586109.php>; Amy Langfield, “Democratizing Journalism”, *Online Journalism Review*, 2002 <http://www.ojr.org/ojr/technology/1017872659.php>.

<sup>30</sup> Assim, e com algumas raras exceções, os órgãos noticiosos mais consultados na Internet são órgãos pertencentes à tradicional imprensa *mainstream* como a *MSNBC*, a *CNN*, a *ABCNews*, a *BBC*, o *Wall Street Journal*, o *New York Times*, o *Washington Post*, etc.. Aliás, é interessante observar a este respeito, como o faz Doug Harbrecht, que o *Drudge Report*, tão atacado pela imprensa *mainstream* – um ataque plenamente correspondido por parte de

respeito ao carácter cada vez mais tecnológico do *gatekeeping*: enquanto que, no jornalismo “tradicional”, a selecção é feita por um *gatekeeper* humano, na Internet ela é feita, cada vez mais, em função dos critérios de relevância de determinados programas informáticos, nomeadamente os *crawlers* e os motores de busca.<sup>31</sup> Podemos dizer, desta forma, que a publicação na Internet se caracteriza por dois movimentos de sentido contrário: quanto maior a liberdade e a universalidade, do lado da produção, maior a restrição e a particularização, do lado da recepção.

Apesar disso, não podemos deixar de creditar a Drudge – e reside aí, precisamente, o seu carácter “revolucionário” – a percepção de que a Internet mudou definitivamente o jornalismo, ao retirar à imprensa *mainstream* não só o exclusivo da publicação das “notícias” como também, nalguns casos, o exclusivo da determinação da própria agenda mediática, como o mostra o caso do próprio *Drudge Report*.<sup>32</sup> E quem diz perda de exclusividade diz perda de poder; de facto, como já Tocqueville observara a propósito da imprensa americana das primeiras décadas do século XIX, a multiplicação dos jornais acaba por fragmentar e disseminar o poder individual de cada um deles.<sup>33</sup> Essa fragmentação e disseminação

---

Drudge –, contém hiperligações para a maior parte dos principais *media* noticiosos americanos e estrangeiros. Ora, como sabemos, e como o próprio Drudge reconhece, essas hiperligações são uma forma de o *Drudge Report* indicar, aos seus leitores, o que vale e o que não vale a pena ler, a informação que é e a que não é relevante. Mas o que é isto senão uma forma de *gatekeeping* – precisamente o pecado maior que Drudge denuncia no jornalismo *mainstream*?

<sup>31</sup>Para um aprofundamento desta questão cf. J. Paulo Serra, *A Internet e o Mito da Visibilidade Universal*, 2002, [http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/ensaios/ensaios\\_1\\_pauloserra.html](http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/ensaios/ensaios_1_pauloserra.html).

<sup>32</sup>Como afirma J. D. Lasica, “o papel do *gatekeeper* mudou. (...) As tradicionais organizações noticiosas deixaram de ter a competência exclusiva para decidir que informação entra na arena pública. E isso, a longo prazo, é um desenvolvimento enriquecedor.” J. D. Lasica, “News media’s Matt Drudge syndrome”, *The American Journalism Review*, April 1998, <http://www.well.com/user/jd/colapr98.html>.

<sup>33</sup>“Os Americanos mais esclarecidos atribuem, a esta incrível disseminação das forças da imprensa, o seu pouco poder: é um axioma da ciência política nos Estados Unidos que o único meio de neutralizar os efeitos dos jornais é multiplicar o seu número”. Alexis de Tocqueville, *De La Démocratie en Amérique*, I, II, III, in *Oeuvres*, Vol. II, Paris, Gallimard, 1992, p. 207.

significam, necessariamente, um melhor jornalismo? Em relação a isso, o exemplo de Drudge fornece-nos uma resposta claramente negativa – já que se há alguma coisa que a sua prática “jornalística” demonstra é que o chamado “jornalismo on-line” pode ser pelo menos tão mau como o jornalismo *mainstream*, isto é, que o rumor, o sensacionalismo e a tabloidização podem ser, também na Internet, o caminho escolhido para atrair audiências.

Mas a fragmentação e a disseminação – ou, se preferirmos, o “excesso” informativo – para as quais a Internet contribui de forma decisiva podem, também, levar ao reforço de duas tendências que reputamos fundamentais no jornalismo contemporâneo: por um lado, a afirmação de um jornalismo menos monocórdico e menos monótono – quanto a assuntos, a fontes, a perspectivas – que o actual jornalismo “noticioso” da imprensa *mainstream*; por outro lado, a atribuição de um espaço cada vez maior à análise, à opinião, ao comentário, protagonizados quer por jornalistas quer por não jornalistas – configurando, assim, uma espécie de regresso ao “velho” jornalismo cultural e político dos séculos XVIII e XIX. Esta última tendência assenta, nitidamente, no pressuposto de que o que os indivíduos procuram nos *media* é, cada vez mais, não a notícia – que os *media mainstream* oferecem profusamente e de forma redundante, até à exaustão – mas a perspectiva sobre a notícia, a interpretação, a contextualização.<sup>34</sup> É precisamente essa distinção entre a notícia e o sentido da notícia – entendendo aqui sentido quer na sua dimensão semântica quer na sua dimensão pragmática – que permite distinguir entre o cidadão que sabe *que* e o cidadão que sabe *porquê*, o “cidadão informacional” e o “cidadão informado”.<sup>35</sup>

<sup>34</sup>Um processo que, como observa Schudson – que atribui o início de tal processo ao caso Watergate –, até acaba por introduzir um paradoxo: sendo que a teoria canónica do jornalismo diz que o mais importante é a notícia, devendo o jornalista apagar-se perante ela, o que actual situação mostra é que o jornalista – ou, pelo menos, um certo tipo de jornalista, profissional ou não – acaba por se tornar mais importante do que a notícia. Cf. Michael Schudson, *op. cit.*, p. 152.

<sup>35</sup>Cf. *ibidem*, pp.169 ss.

## Bibliografia

- Anderson, Peggy, Lewis, Esther Thorson, Friedland, A.,** *Civic Lessons. Report on Four Civic Journalism Projects Funded by the Pew Center for Civic Journalism*, 1997, The Pew Charitable Trusts, [http://www.cpn.org/cpn/sections/topics/journalism/stories-studies/pew\\_cj\\_lessons.html](http://www.cpn.org/cpn/sections/topics/journalism/stories-studies/pew_cj_lessons.html).
- Andrews, Paul,** "The future of news. News by the People, for the People", *Online Journalism Review*, 2002 (2002), <http://www.ojr.org/ojr/future/1021586109.php>.
- Andrews, Paul,** "Who Are Your Gatekeepers?", *The Paul Wall*, 2001, [http://www.paulandrews.com/stories/storyReader\\$122](http://www.paulandrews.com/stories/storyReader$122).
- Arendt, Hannah,** "Truth and Politics", in *Between Past and Future*, London, Penguin Books, 1993.
- Bateson, Gregory,** "Form, Substance and Difference", in *Steps to an Ecology of Mind*, 1972, New York, Chandler Publishing, 1972, <http://www.rawpaint.com/library/bateson/formsubstanceanddifference.html>.
- Broder, Jonathan,** "A smear too far", *Salon.com*, Aug. 15, 1997, [http://www.salon.com/aug97/news/news\\_970815.html](http://www.salon.com/aug97/news/news_970815.html).
- Caruso, Denise,** "Te Law and the Internet: Beware", *Columbia Journalism Review*, May/June 1998, <http://www.cjr.org/year/98/3/ilaw.asp>.
- Denton, Frank, Thorson, Esther,** *Civic Journalism: Does It Work? A Special Report for the Pew Center for Civic Journalism on the "We the People" project, Madison, Wis.*, [http://www.pewcenter.org/doingcj/research/r\\_doesit.html](http://www.pewcenter.org/doingcj/research/r_doesit.html).
- Diderot, Denis,** "Journaliste", in *Encyclopédie ou Dictionnaire Raisonné des Sciences, des Arts et des Métiers*, Vol. 15 (Tomo 6 do original), Milão, Paris, Franco Maria Ricci, 1978, p. I, 79.
- Drudge Report,** <http://www.drudgereport.com>.

**Drudge**, Matt, *Anyone With A Modem Can Report On The World*, Address Before the National Press Club, June 2, 1998, Moderator Doug Harbrecht, <http://www.frontpagemag.com/archives/drudge/drudge.htm>.

**Drudge**, Matt, *The Media Should Apologize*, Address before the Wednesday Morning Club, September 10, 1998, <http://www.frontpagemag.com/archives/drudge/wmcspeech.htm>.

**Encyclopedia Britannica**, "Journalism", <http://www.britannica.com/eb/article?eu=45046>.

**Foucault**, Michel, *L'Ordre du Discours*, Paris, Gallimard, 1971.

**Gelman**, Joe, *An Original American Cyber-Hero*, July 21, 1998, <http://www.frontpagemag.com/archives/drudge/cyberhero.htm>.

**Glassman**, James K., "Matt Drudge, E-Journalist", *Washington Post*, June 9, 1998, <http://www.cspc.org/drudge/glassman.htm>.

**Grossman**, Lawrence K., "Spot News. The Press and the Dress", *Columbia Journalism Review*, November/December 1998, <http://www.cjr.org/year/98/6/dress.asp>.

**Hickey**, Neil, "Ten Mistakes That Lead to the Great Fiasco", *Columbia Journalism Review*, September/October 1998, <http://www.cjr.org/year/98/5/cnn.asp>.

**Kurtz**, Howard (Moderator), "The Erosion of Values. A debate among journalists over how to cope", in *Columbia Journalism Review*, March/April 1998, <http://www.cjr.org/year/98/2/values.asp>.

**Hoyt**, Mike, "Civic Journalism", *Columbia Journalism Review*, Sept/ Oct 95, <http://www.cjr.org/year/95/5/civic.asp>.

**Johnson**, Harold, "The Drudge Report: An Internet-age Walter Winchell Upsets Mainstream Media and the White House",

- The Orange County Register*, April 12, 1998, <http://www.cspc.org/drudge/upsets.htm>.
- Koch**, Tom, *The Message is the Medium*, Westport, Connecticut, London, Praeger, 1996, p. 32.
- Lasica**, J. D., “Drudge and Flynt: Two of a Kind”, *Online Journalism Review*, 1999 (2002), <http://www.ojr.org/ojr/ethics/1017969312.php>.
- Lasica**, J. D., “News media’s Matt Drudge syndrome”, *The American Journalism Review*, April 1998, <http://www.well.com/user/jd/colapr98.html>.
- Machado**, José Pedro, *Grande Dicionário da Língua Portuguesa*, Volume III, Lisboa, Alfa, 1991 (entradas “Jornal”, “Jornalismo”, “Jornalistas”).
- Meditsch**, Eduardo, *Journalism as a way of knowledge*, <http://www.bocc.ubi.pt>.
- Meditsch**, Eduardo, *O Jornalismo é uma Forma de Conhecimento?*, Conferência feita nos Cursos da Arrábida – Universidade de Verão, Setembro de 1997, <http://www.bocc.ubi.pt>.
- Mindich**, David T. Z., *Just the facts. How “objectivity” came to define American Journalism*, New York, New York University Press, 1998.
- Monk**, Jim, “Broadband is for “losers”: Matt Drudges the dot-coms”, *Online Journalism Review*, 2002, <http://www.monk.com/roadscholar/drudge.html>.
- Raphael**, Jordan, “The New Face of Independent Journalism”, *Online Journalism Review*, 2002, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017969538.php>.
- Rodrigues**, Adriano Duarte, *O Campo dos Media*, Lisboa, Vega, s/d.

**Rosenstiel**, Tom, in Howard Kurtz (Moderator), "The Erosion of Values. A debate among journalists over how to cope", in *Columbia Journalism Review*, March/April 1998, <http://www.cjr.org/year/98/2/values.asp>.

**Schaffer, Jan, Miller, Edward D., Kramer, Staci D.**, *Civic Journalism: Six Case Studies. A Joint Report by The Pew Center for Civic Journalism and The Poynter Institute for Media Studies*, 1995, Tides Foundation, <http://www.cpn.org/cpn/sections/topics/journalism/stories-studies/pew&poynter-contents.html>.

**Schudson**, Michael, *The Power of News*, Cambridge Mass., Harvard University Press, 2000.

**Serra**, J. Paulo, *Informação e Sentido. O estatuto epistemológico da informação*, Tese de Doutorado, UBI, 2001.

**Serra**, J. Paulo, *A Internet e o Mito da Visibilidade Universal*, 2002, [http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/ensaios/ensaios\\_1\\_pauloserra.html](http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/ensaios/ensaios_1_pauloserra.html).

**Steele**, Robert M., *The Ethics of Civic Journalism: Independence as the Guide*, The Poynter Institute For Media Studies, 1996, [http://www.poynter.org/research/me/me\\_civic.htm](http://www.poynter.org/research/me/me_civic.htm).

**The Columbia Encyclopedia**, "Journalism", Sixt Edition, 2001, <http://www.bartleby.com/65/jo/journali.html>.

**The Editors of CJR**, "What We Do Know", *Columbia Journalism Review*, March/April 1998, <http://www.cjr.org/year/98/2/whatnow.asp>.

**Tocqueville**, Alexis de, "De la démocratie en Amérique", in *Oeuvres*, Vol. II, Paris, Gallimard, 1992.

**Witcover**, Jules, "Where we went Wrong", *Columbia Journalism Review*, March/April 1998, <http://www.cjr.org/year/98/2/witcover.asp>.





# Jornalistas e público: novas funções no ambiente on-line

Elisabete Barbosa

Universidade do Minho.

E-mail: [elis\\_barbosa@megamail.pt](mailto:elis_barbosa@megamail.pt)

Antes de mais, julgo ser importante distinguir informação e jornalismo, dois conceitos que, não raras vezes, são confundidos. De acordo com o dicionário Lello, informação é o “acto ou efeito de informar, notícia dada ou recebida, indagação, esclarecimentos dados sobre os méritos ou estado de alguém”. O mesmo dicionário apresenta como definição de jornalismo “profissão de jornalista, imprensa periódica, conjunto de jornalistas”.

Num esquema de comunicação tradicional, de um para muitos, as funções do jornalista e do seu público estão claramente estabelecidas. No entanto, no ambiente do jornalismo online, em que os leitores têm acesso, por vezes, às mesmas fontes de informação que os jornalistas e, facilmente, podem publicar na rede assumindo-se até como jornalistas, as relações e procedimentos nos dois grupos estão a ser redefinidos.

O objectivo da minha investigação, no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, Especialização em Informação e Jornalismo da Universidade do Minho, é compreender como esta nova realidade, a do jornalismo online, transforma o trabalho dos jornalistas. Alguns estudos sobre o tema foram realizados até ao momento. No entanto, o jornalismo online ainda está no início. Durante anos, a presença dos meios de comunicação social na rede limitou-se à transferência dos conteúdos utilizados no meio tradicional para um site na Internet. É recente a tendência de considerar algumas das potencialidades que a Internet oferece como meio para criar um produto e um serviço melhores. Como consequência, muitas análises ainda não podem ser feitas agora e os estudos sobre o tema ainda se encontram numa fase inicial.

John Pavlik, que no ano passado publicou um livro intitulado *Journalism and New Media*, analisou, num artigo publicado na

*Journalism Studies*, o impacto da tecnologia no jornalismo. E concluiu que a tecnologia alterou a forma como os jornalistas fazem o seu trabalho, alterou a natureza do conteúdo das notícias, modificou a estrutura e organização da redacção e da indústria noticiosa e, por fim, modificou a natureza das relações entre as organizações noticiosas e os seus variados públicos.

A primeira grande mudança, compreendida rapidamente por todos os jornalistas, mesmo os que não trabalham para um meio online, é a utilização da Internet para investigação e recolha de dados destinados à criação de notícias. Sites das empresas, bases de dados, outros órgãos de comunicação social são frequentemente visitados por jornalistas em busca de informação. Em alguns casos, os jornalistas utilizam a Internet para obter ideias para notícias. Um estudo realizado junto de 2500 profissionais da área por dois investigadores norte-americanos, citado por Pavlik, conclui que 93 por cento dos participantes utilizavam a Internet como espaço de procura de informação e que 9 por cento dos que responderam indicavam a Internet como principal fonte de notícias.

O relacionamento entre os jornalistas e o seus leitores tem vindo a sofrer alterações, que, em alguns casos, poderão ser pouco notórias mas, à medida que mais utilizadores acederem à Internet, poderão ter uma grande influência na forma como os jornalistas fazem o seu trabalho.

O correio electrónico é, até ao momento, a forma mais fácil e eficiente de chegar até aos jornalistas. Qualquer leitor, com acesso à Internet, poderá escrever uma mensagem, no minuto em que acabou de ler uma notícia, sem precisar de passar por um posto dos correios para enviar a carta. Por outro lado, a probabilidade da missiva se perder por entre os vários quilos de papel existentes numa redacção é menor, uma vez que a mensagem electrónica segue directamente para a caixa de correio do jornalista.

A participação dos leitores na vida dos jornais é um assunto quase tão antigo como a existência do jornalismo. Apesar de defendida por uns e criticada por outros, a participação dos leitores é importante. Eles conhecem a realidade e, muitas vezes, sabem mais sobre determinados assuntos do que os jornalistas. Podem também ser importantes fontes de informação, provavelmente mais desinte-

ressadas do que as fontes oficiais, e chamar a atenção para temas não muito retratados pelos jornais e que são interessantes para a audiência.

John Pavlik, no já referido artigo sobre o impacto da tecnologia no jornalismo, diz que os jornalistas já não se podem contentar com a publicação das notícias. Pelo contrário, afirma, o processo está a transformar-se mais num diálogo entre a imprensa e o público. Os órgãos de comunicação social com forte presença na web, que organizam fóruns de discussão online com a participação de jornalistas e editores, disponibilizam endereços de email e fomentam o contacto directo entre jornalistas e leitores, estão também a criar um modelo de comunicação em dois sentidos onde, não só os leitores são influenciados pelos jornalistas, como os profissionais sofrem a influencia dos leitores. Talvez este aspecto ainda não se faça sentir hoje mas, caso a evolução do jornalismo online prossiga o mesmo sentido que tem tido até agora, os jornalistas já não terão o controlo como formadores de opiniões. Será um processo nos dois sentidos, onde os leitores também poderão contribuir para a formação da opinião dos jornalistas.

Prosseguindo esta linha de raciocínio e salientando o facto dos leitores terem, por vezes, acesso à mesma informação que os jornalistas (organismos públicos, empresas, grupos, associações, etc. todos têm agora presença na Internet) poderia discutir-se o papel do jornalista na sociedade actual. Os leitores poderiam organizar-se e, depois de acederem à informação, discutiriam entre si os assuntos do dia, utilizando as ferramentas disponíveis na rede e formando, a partir daí, uma opinião sobre os factos. Advogou-se, até, o fim do jornalismo.

Não será este o futuro, creio. Mas, os jornalistas devem considerar a possibilidade de verem as suas rotinas alteradas. Num trabalho publicado em 1997 (com dados recolhidos em 1995), Jane Singer analisou a forma como jornalistas e editores de jornais americanos viam a sua função de gatekeepers, no ambiente online. O estudo, intitulado “Still guarding the gate? The newspaper journalist’s role in an online world”, concluía que a maioria dos jornalistas e editores entrevistados considerava a sua função de “guarda do portão” como vital, mas modificada. Os dados foram compilados

junto de 66 jornalistas e editores de jornais americanos através de entrevistas. Parte considerável dos participantes classificava como benéfica a possibilidade de interagir com os leitores. Por outro lado, uma das principais conclusões deste trabalho é o facto dos jornalistas já não se considerarem como seleccionadores do que é ou não notícia, mas como intérpretes e controladores da qualidade do que é publicado. Ou seja, a função do jornalista como gatekeeper não desaparece mas transforma-se. A informação valerá cada vez mais não pela quantidade mas pela qualidade.

Por outro lado, muitos leitores transformaram-se em “jornalistas”, ou seja, qualquer pessoa com acesso à Internet é um potencial jornalista, escritor ou autor. As ferramentas disponibilizadas são cada vez mais fáceis de utilizar por toda a gente e cada vez menos dependentes do conhecimento de linguagens de programação.

O fenómeno dos weblogs é um excelente exemplo desta tendência. São uma ferramenta gratuita, existente em diferentes versões, com formatos pré-definidos, que podem ser seleccionados pelo futuro blogger – assim se chamam os autores de blogs. Para ter um weblog, basta aceder às páginas que os disponibilizam, criar uma conta – inserindo login e password – escolher um nome e publicar.

Em Portugal, o número de weblogs existente é reduzido, mas em países como os Estados Unidos e o Brasil os weblogs são fenómenos de popularidade. Há dois tipos de blogs: uns que são diários online onde os seus autores descrevem sentimentos e acontecimentos do seu dia a dia; outros que são informativos (seguindo um tema específico ou não), que reúnem links e textos. Alguns são visitados por centenas ou milhares de pessoas que os utilizam como fonte de informação, especialmente quando são dedicados a assuntos específicos como tecnologia, música, etc.

Em redor deste fenómeno formaram-se grande comunidades. Muitos internautas, interessados em assuntos diversos, encontram nos blogs espaços de informação especializada, dado que, habitualmente, os bloggers são especialistas na área sobre a qual escrevem. Estas publicações têm, na perspectiva dos visitantes, a vantagem de não sofrerem censura e de apresentarem a perspectiva do seu autor. Alguns bloggers realizam um bom trabalho de selecção e interpretação de diversas notícias.

Os leitores de blogs têm, frequentemente, oportunidade de comentarem ou acrescentarem informação ao que está publicado no blog. Ao mesmo tempo que as ferramentas para edição de weblogs, surgiram também tecnologias que permitem acrescentar um espaço para comentário no final de cada post (assim se chamam as unidades de texto dos blogs). Estando organizados como comunidades, os blogs criam espaços de discussão interessantes, através de links entre os vários blogs, comentários e informação recolhida em diversos locais da rede (incluindo outros blogs). No entanto, parte considerável da informação dos weblogs é retirada de órgãos de comunicação social.

Muitos bloggers apresentam-se como jornalistas amadores baseando-se no facto de realizarem tarefas semelhantes às do jornalista profissional: a procura de informação, o contacto com fontes, a selecção e apresentação das notícias. Será isto jornalismo, é a primeira questão que levanto aqui hoje? Ou será informação, reportando-me às definições que apresentei no início?

Pessoalmente, julgo que não se pode chamar jornalismo a esta actividade, mas é um fenómeno que não se pode ignorar. Muitos jornalistas profissionais têm weblogs e utilizam-nos para publicar assuntos que não são integrados nas publicações onde trabalham. Depois de uma primeira fase de guerra, em que os jornalistas estavam contra os bloggers e estes contra os jornalistas, começou-se a pensar em como esta ferramenta poderia auxiliar os meios de comunicação. O britânico *The Guardian* tem, há já algum tempo, um weblog onde reúne informação sobre temas variados. A cada dia faz uma selecção de notícias espalhadas pela rede sobre assuntos em destaque na agenda noticiosa do dia. Há algum tempo, o *MSNBC.com*, um site noticioso com grande audiência, lançou cinco weblogs, sobre temas como política, cultura, etc.

Os frequentadores da Blogosfera, assim chamam a este espaço onde habitam escritores e leitores, estão habituados a criticar tudo, a ler tudo, a confiar nas suas fontes e a apresentar a sua opinião. À semelhança dos jornalistas, também os autores de weblogs recebem feedback daquilo que escrevem e estabelecem relações com os seus leitores. Os jornalistas poderiam beneficiar deste instrumento. Há alguns dias, Dave Winer, programador informático, autor do Scrip-

ting News, um dos blogs mais antigos e mais lidos (e um dos donos da Radio Userland, uma ferramenta para a criação de weblogs), avançava com algumas ideias sobre como os jornais poderiam beneficiar da utilização dos weblogs: os jornais poderiam disponibilizar blogs aos seus jornalistas e leitores. A rede desenvolver-se-ia quando os jornalistas comessem a criar ligações para os artigos que considerassem mais interessantes e ouvir (ou melhor ler) o que os seus leitores pensavam do que o jornal produzia. Os jornalistas começariam também a recolher informações sobre eventuais temas que os leitores considerassem interessantes e merecedores de atenção por parte do jornal. Ao fim de algum tempo seria possível escolher os mais participativos e criar com eles um espaço de discussão envolvendo jornalistas e leitores.

Agora, e para finalizar, levanto um conjunto de questões relacionadas com este tema:

- estarão os jornalistas preparados para trabalhar num mundo tão interactivo?
- será que a intervenção do público (em alguns casos poderá chamar-se interferência) é benéfica ou os jornalistas ficarão dependentes dos seus leitores?
- tendo os leitores acesso a um meio de publicação e a fontes qual seria o papel do jornalista? Controlar a qualidade?
- por outro lado, um relacionamento mais próximo e eficaz com os leitores não traria novos públicos?
- o jornalista seria ou não mais objectivo e verdadeiro, obtendo diferentes perspectivas sobre os factos?
- em vez de uma ameaça, este relacionamento com o público não seria um alargar das esferas jornalísticas?
- não seria uma excelente forma de dar credibilidade ao jornalismo visto por muitos como dependente de interesses económicos e políticos?
- como é que uma situação destas iria alterar as rotinas das redacções?

São um conjunto de questões que coloco à discussão deste grupo de estudiosos numa época de mudança. O jornalismo online ainda está no início mas já podemos distinguir alguns dos seus contornos permitindo algumas definições. Os jornalistas começam a sentir, no

seu trabalho diário algumas mudanças. É necessário que compreendam o fenómeno para estarem preparados para o futuro e para alterações profundas na forma como trabalham.

### Bibliografia

- Pavlik**, John; (2000) "The impact of technology on journalism", *Journalism Studies*, volume 1, número 2, 2000, pp. 229-237.
- Singer**, Jane B; (1997) "Still Guarding the gate? The newspaper journalist's role in an online world", *Convergence: the journal of research into new media technologies*, volume 3, número 1, Primavera 1997, pp. 72-89.
- Winer**, Dave; (2002) "Newspapers and weblogs; XML and academia", <http://davenet.userland.com/newspapersAndWeblogs>.





# O jornalista multimédia do século XXI

Anabela Gradim  
Universidade da Beira Interior.  
E-mail: [agradim@ubi.pt](mailto:agradim@ubi.pt)

## Introdução

O jornalista do futuro será uma espécie de MacGyver. Homem dos mil e um recursos, trabalha sozinho, equipado com uma câmara de vídeo digital, telefone satélite, *laptop* com *software* de edição de vídeo e html, e ligação sem fios à internet. *One man show*, será capaz de produzir e editar notícias para vários *media*: a televisão, um jornal impresso, o site da empresa na internet, e ainda áudio para a estação de rádio do grupo. Esta é pelo menos a visão dos entusiastas da convergência, o super eficiente jornalista multimédia que revoluciona a produção e transmissão de notícias do futuro, e de que já haverá alguns exemplares no mercado. Que apaixona alguns, mas atemoriza muitos mais.

## Os novos *media* e a reconfiguração das práticas jornalísticas

Este quadro que tomou nos EUA o nome de convergência foi despoletado com o surgimento na década de 90 dos novos *media*. Genericamente, distinguem-se estes novos *media* dos tradicionais – jornais, TV e rádio – por incorporarem uma característica, a interactividade, ausente nos *old media*. Enquanto os *media* clássicos apresentam os seus produtos de forma linear, os interactivos – audiotexto, Web, SMS, TV interactiva – possibilitam o controle da informação que se recebe, da sequência em que as notícias são apresentadas, e até, no âmbito de um dado objecto, da ordem de apreensão dos conteúdos, que não é linear e depende das escolhas cognitivas do

sujeito.<sup>1</sup>

A possibilidade de seleccionar a informação que se deseja receber<sup>2</sup>, e a utilização de filtros e robots – tecnologia *push* – personalizam e individualizam a informação de uma forma sem paralelo na história dos *media*. É claro que a maioria dos *sites* na *Web* se limitam a uma transposição de conteúdos, sem tirarem ainda total partido do potencial que a interactividade representa, mas verifica-se em todos um movimento no sentido de aumentar a interactividade nos seus *sites*, e isso está a reconfigurar a actividade e práticas dos jornalistas, a par com novas formas de apresentarem os seus produtos.<sup>3</sup> A tendência parece pois ser a de que novas formas não surgirão de geração espontânea, radicalizando cortes com os modos de apresentação clássicos, mas pelo contrário, evoluirão gradualmente a partir das antigas, proporcionando “pontes de familiaridade” com as rotinas cognitivas estabelecidas pelos destinatários.<sup>4</sup>

Três aspectos me parecem fundamentais na mutação induzida pelos novos *media*. Em primeiro lugar o acesso às fontes agiliza-se, e as trocas com os leitores são exponenciadas, facto que se fragiliza o jornalista (os leitores, colectivamente, sabem mais que ele próprio), pode e está a ser aproveitado para produzir melhor jornalismo e para refinar os processos de verificação dos factos. Muito

---

<sup>1</sup> “What are the new media anyway?” pergunta Zollman: “Simply... you ask and you get something in return. You control the news you receive”, cf. Zollman, Pete, “On-line News State of the Art”, 1997, <http://www.rtnda.org/resources>.

<sup>2</sup> Trata-se do intraduzível *narrowcasting*, por oposição a *broadcasting*.

<sup>3</sup> Os jornais digitais de informação geral começaram por ser transposições dos textos e imagens da versão impressa para a internet. Rapidamente, porém, os seus sites se enriqueceram com outros serviços, inexistentes no modelo *ink-stained*: subscrições on-line, inquéritos, arquivos de edições passadas, foruns, dossiers, canais de irc, links para outros sites, possibilidade de contacto por *e-mail*, correio dos leitores, motores de pesquisa, arquivo on-line, consulta de classificados por meio de bases de dados, organização de debates e *mailing-lists*. Cf. Gradim, Anabela, *Manual de jornalismo: o livro de estilo do Urbi@Orbi*, 2000, col. Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, p. 183.

<sup>4</sup> “It’s important to build bridges of familiarity, and to relate new media to the things people already understand”, defende Zollman. In Zollman, Pete, “On-line News State of the Art”, 1997, <http://www.rtnda.org/resources>.

mais ameaçadoras, em segundo lugar, são as pressões que poderão vir a ser exercidas sobre o jornalista pela faculdade de monitorizar os acessos ao trabalho que este produz<sup>5</sup>, e dramática a conjugação disso com a tecnologia do micro-pagamento<sup>6</sup>, que em breve fará a sua entrada na maioria dos *sites* hoje gratuitos. Ora a partir dessa altura será possível medir a produtividade do jornalista individualmente – não já em termos do que edita, mas de quanto rende aquilo que produz, até ao último centímo. A novidade, a ameaçadora novidade, é evidentemente a individualização do processo, quando antes financeiramente apenas se podia medir o trabalho da redação como um todo. E isto também não augura nada de bom para a qualidade do jornalismo praticado, e poderá acelerar processos de espetacularização das notícias, sensacionalismo e a amálgama da informação com o entretenimento, mesmo em órgãos onde essas características não eram dominantes. Será o primado do *fait-divers*, que tão bem casa com as novas gerações de leitores.

Por fim há quem defenda que o micro-pagamento e o *personal-casting* poderão dissolver as empresas jornalísticas tais como as conhecemos.<sup>7</sup> A tese é de que num mercado suficientemente vasto o jornalista pode facilmente desligar-se da sua empresa, e oferecer a sua crónica ou reportagem, pagos, num site pessoal. Por outro lado

---

<sup>5</sup>Se num mercado com as dimensões do americano facilmente se reuniam acessos – leitores – suficientes para justificar um determinado posto de trabalho, num espaço reduzido como o português todos esses problemas serão certamente amplificados.

<sup>6</sup>Depois de se constatar a indisponibilidade da maioria dos consumidores para pagarem subscrições por acesso a sites previamente gratuitos, a indústria começou à procura de novas formas de rendibilizar os seus investimentos, para além dos lucros já hoje trazidos pela publicidade. A resposta poderá muito bem ser o micro-pagamento. A possibilidade de dispendir uns poucos centímos (dois, três, cinco...) pelo acesso a um dos trabalhos do jornal. Ao invés de assinar uma subscrição, o leitor paga à peça, e só rigorosamente aquilo que consome. Se a isto acrescentarmos que a maioria dos consumidores dos jornais *ink-stained* só lêem entre 20 a 30% do material neles publicado, e que os estudos têm mostrado uma grande receptividade do público ao conceito subjacente à nova tecnologia, facilmente se constata que se encontram reunidas condições para o seu sucesso.

<sup>7</sup>Caso de Lehman, Sam, “*Print newspapers will be put out of business – and it will be a death of a thousand small cuts*”, 2002, <http://www.ojr.org>.

as fontes poderão começar cada vez em maior escala a afixar directamente as informações que lhes dizem repeito, utrapassando os jornalistas e as empresas no seu papel de mediadores privilegiados. A presente popularidade dos *Weblogs* seria indício disso mesmo. Estes dois factores esmagariam as empresas de produção e divulgação de notícias, que se arrastariam numa morte lenta mas inevitável. Está aberta a era do nano-jornalismo, David destrói Golias. Os *free-lancers* arruinam os grandes conglomerados mediáticos.

Nunca partilhei esta visão apocalíptica<sup>8</sup>, e nenhum dos desenvolvimentos dos últimos anos me parece apontar inequivocamente nesse sentido.<sup>9</sup> Todas essas formas alternativas de oferecer informação me parecem complementares do trabalho do jornalista, com o qual passarão a coexistir, e ao qual fornecirão, porventura, contributos importantes. Porém o jornalismo amador, o *weblogismo*, não me parece reunir condições para substituir a constelação das corporações mediáticas. Desde logo porque “fazer notícias exige preparação intelectual, deontológica e prática, e presumir possuir tais virtudes não é o mesmo que ser capaz de efectivamente as exercer. Além disso, fazer notícias implica processos de verificação semântica, isto é, presenciar acontecimentos, o que é sempre dispendioso em termos de logística, e requer, as mais das vezes, uma organização burocrática de retaguarda algo rígida. E já que se fala

---

<sup>8</sup>Cf. Gradim, Anabela, *Manual de jornalismo: o livro de estilo do Urbi@Orbi*, 2000, col. Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, p.179. Como defendia na altura, “sempre que surge um novo *medium* os habituais profetas da desgraça apressam-se a profetizar quantos dos antigos *media* estão condenados – e no entanto a história prova que, depois de uma fase de predação de públicos, estes tendem a estabilizar. O livro, um dos mais antigos meios de comunicação de massas aí está de boa saúde para prová-lo: sobreviveu aos jornais, à rádio, à televisão, às redes, e, esta bem real e predatória, à ameaça das fotocopiadoras”, posição que no essencial mantenho.

<sup>9</sup>Froomkin, e muitos outros, defendem precisamente isto, aliás óbvio: o excesso de informação nas redes (*info-glut*) torna os jornalistas ainda mais necessários, e deverá provocar um aumento de postos de trabalho nestas áreas, não a sua diminuição. O jornalista é o profissional que sabe seleccionar, gerir e transmitir essa enorme massa de informação, emprestando-lhe a credibilidade que a sua ponderação, verificação dos factos e das fontes lhe atribui. Froomkin, Dan, “*Why The Web Can Work So Well for Journalists*”, 2001, <http://www.poynter.org>.

em burocracia, aceder às fontes também é um processo que conhece algumas, incluindo a indispensável credenciação dos jornalistas, e a identificação, sem margens para dúvidas, dos órgãos onde exercem a sua actividade”.<sup>10</sup> Tempo e dinheiro, portanto, bens que como sabemos não abundam.

Depois, seria grave se tal acontecesse. Por mais defeitos que as empresas jornalísticas possam ter, desempenham um papel integrador, aglutinam uma certa massa crítica, reproduzem uma cultura, uma socialização e práticas que se perderão irremediavelmente com a atomização de meios. É certo que há *sites* desse tipo com largo sucesso hoje em dia, mas são mantidos, a grande maioria, por jornalistas profissionais, que estão ou já estiveram integrados em redacções. Que valores prevaleceriam uma geração passada sobre a extinção das empresas jornalísticas? Será profunda a solidão intelectual desse jornalista do futuro, se tal figura trágica vier um dia a existir. Incerto e pouco credível o deserto mediático à sua volta.

## Convergência e jornalismo multimédia

Quando se fala de convergência podem estar a referir-se realidades distintas: convergência de grupos económicos; de *media*; de redacções no interior de um dado grupo; da forma de recolher e apresentar as notícias; e do próprio produto multimédia – que é novo – posto à disposição do público. Todas estas formas de convergência aportam consequências para a actividade jornalística que não cabe neste curto espaço abordar. No âmbito do presente painel interessam sobretudo os dois últimos pontos, isto é, a forma como a convergência condiciona a actividade jornalística e o produto final. As tecnologias digitais, e especialmente os novos *media*, estão simplesmente a acelerar um processo onde as administrações apresentam um aumento das margens de lucro, produzindo o jornalista tipo MacGyver, o super repórter multimédia, e o novo produto que este se prepara para oferecer ao seu público.

---

<sup>10</sup>Gradim, Anabela, *Manual de jornalismo: o livro de estilo do Urbi@Orbi*, 2000, col. Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, p. 187.

O processo só foi ainda testado consistentemente nos EUA, com alguns projectos piloto, e consiste, na versão *soft*, em fornecer promoção cruzada das diferentes notícias em vários *media* pertencentes ao mesmo grupo; na versão *hard* trata-se de uma gestão totalmente nova de recursos humanos, e da tentativa de rentabilizar o trabalho de investigação do *staff* das redacções dos jornais – as únicas que se dedicam à pesquisa de informação em profundidade – através de outros *media* do grupo. O resultado da versão *hard* é uma nova exigência relativamente aos profissionais de comunicação: espera-se que produzam para três ou quatro meios diferentes, que escrevam belas prosas para o jornal, realizem vivos para a TV, e sejam entrevistados pela rádio do grupo. A cereja no topo do *cheese-cake* é, está bem de ver, a produção de peças *web* originais. Tudo isto, dada a rapidez do processo, com muito menos controlo editorial que quando o trabalho do jornalista se circunscrevia apenas ao texto impresso.

Não faltam entusiastas do novo *backpack journalism*<sup>11</sup>, desde logo as administrações dos grupos, pressentindo a médio prazo reduções nos custos com pessoal; mas também jornalistas praticantes do novo ofício.<sup>12</sup> Em seu favor alegam que a convergência cria um tipo radicalmente novo de jornalismo, o multimédia, que usa uma combinação de textos, fotos, vídeo, áudio, animação e gráficos, apresentados num formato não linear e não redundante<sup>13</sup> que intensifica as possibilidades de escolha do leitor. A interactividade e a possibilidade *feed-back* por parte do público permitem um apuramento da informação, e no conjunto os profissionais dispõem de um meio mais plástico e adequado a novas formas de expressão criativa. A *linkagem*, mas também a inexauribilidade do espaço dis-

---

<sup>11</sup>Literalmente, “jornalismo de mochila às costas”, para enfatizar o facto de estes profissionais carregarem consigo todos os instrumentos da sua diversificada profissão e poderem, no caso da *web*, colocar informação *on-line* ainda antes de deixar o local do acontecimento, enviando também com igual rapidez os outros produtos do seu trabalho, já montados e editados, para as respectivas redacções.

<sup>12</sup>Caso por exemplo de Jane Stevens. In Stevens, Jane, “*Backpack Journalism Is Here to Stay*”, 2002, <http://www.ojr.org>.

<sup>13</sup>Cf. Stevens, Jane, “*Backpack Journalism Is Here to Stay*”, 2002, <http://www.ojr.org>.

ponível possibilitam a oferta de material informativo com a profundidade que se desejar, porque alheia a constrangimentos de espaço físico. Além disso, o espaço de penetração de uma notícia alarga-se consideravelmente, devido à promoção cruzada nos diferentes meios *convergidados*.

Abundantes são também as críticas e reservas ao novo modelo da convergência.<sup>14</sup> Nelson<sup>15</sup> preocupa-se com a possibilidade de o recrutamento de repórteres multimédia vir a produzir uma classe asséptica, que domine múltiplos talentos, nenhum em profundidade. Que nas futuras linhas de recrutamento um sorriso *pepsodent* e boa fotogenia dominarão sobre todos os outros valores. No futuro vê *trends* de uniformização e nivelamento por um mínimo denominador comum: polivalência ao invés de excelência. Esse é o seu caso. Brillhante jornalista de imprensa, mas muito, muito feio. Sem traços de fotogenia. Nas redações *convergidadas* do futuro, talvez já não tivesse acesso à profissão.

Tompkins<sup>16</sup>, por sua vez, chama a atenção para as necessidades de formação acrescidas que a convergência representa; para o facto de aos jornalistas que produzem peças para múltiplos suportes sobrar menos tempo para dedicar à investigação e verificação dos factos; e para a necessidade de não afrouxar os padrões de qualidade na reportagem multimédia, sob pena de perda de credibilidade e subsequente rejeição por parte do público.

Martha Stone<sup>17</sup> vê na maioria dos *backpack journalists* profissionais medíocres, incapazes de atingirem a profunda especialização que gera a excelência, pela multiplicidade de linguagens que terão

---

<sup>14</sup>Cf, por exemplo, Haiman, Robert, “*Can convergence float?*”, 2001, <http://www.poynter.org>; Tompkins, Al, “*Convergence Needs a Leg to Stand On*”, 2001, <http://www.poynter.org>; Wendland, Mike, “*Convergence: Repurposing Journalism*”, 2001 <http://www.poynter.org>; Stone, Martha, “*The Backpack Journalist Is a Mush of Mediocrity*”, 2002, <http://www.ojr.org>; e Nelson, Robert, “*Is there a place for brilliant but nerdy reporters in the converged newspaper of the future?*”, 2002, <http://www.ojr.org>.

<sup>15</sup>Nelson, Robert, “*Is there a place for brilliant but nerdy reporters in the converged newspaper of the future?*”, 2002, <http://www.ojr.org>.

<sup>16</sup>Tompkins, Al, “*Convergence Needs a Leg to Stand On*”, 2001, <http://www.poynter.org>.

<sup>17</sup>Stone, Martha, “*The Backpack Journalist Is a Mush of Mediocrity*”, 2002, <http://www.ojr.org>.

de dominar, e aos quais se colocam desafios éticos novos e difíceis de resolver porque a pressão da instantaneidade e da falta de tempo para investigar e reflectir, aliada a um afrouxamento do controle editorial, levarão ao decaimento dos padrões de qualidade. É a própria noção de jornalismo de excelência (*top quality journalism*) que fica ameaçada com a emergência do profissional tudo-em-um, que produzirá, na maioria dos casos, jornalismo medíocre.

Sérias reservas ao *backpack journalism* são também colocadas por Bob Haiman<sup>18</sup>, presidente do Poynter Institute, que destaca o facto de a convergência ser certamente promissora para as empresas de *media*, porque aumenta a produtividade, e previsivelmente, reduz postos de trabalho, mas Haiman teme que seja má para o jornalismo, em nada contribuindo para o seu objectivo primordial, que é “informar o público sobre assuntos de interesse público, criando uma sociedade que está equipada com o conhecimento de que necessita para tomar as decisões cívicas correctas mais frequentemente do que as decisões cívicas erradas, assim ajudando a perpetuar o auto-governo e a democracia”.<sup>19</sup> E será má para o jornalismo porque distrai profissionais, estudantes e professores dessa missão.<sup>20</sup> Produzir-se-á certamente melhor *marketing*, mas é duvidoso que venha a oferecer melhor jornalismo.

Com a convergência haverá também menos meios independentes dedicados à pesquisa e transmissão de informação, o que não representa ganho algum para os leitores, e é empobrecedor para as comunidades onde se inserem, o país e a democracia. A classe jornalística do futuro será também mais uniforme, normalizada e pobre, com belos sorrisos e impecável fotogenia. Afinal, interessam as virtudes médias em ramos distintos, não a especialização e a excelência.<sup>21</sup> Com tudo isto a qualidade do jornalismo produzido

<sup>18</sup> “I believe that the single biggest challenge may be that the journalism business is allowing itself to fall in love with some new words that may represent some bad ideas”, in Haiman, Robert, “*Can convergence float?*”, 2001, <http://www.poynter.org>.

<sup>19</sup> Haiman, Robert, “*Can convergence float?*”, 2001, <http://www.poynter.org>.

<sup>20</sup> “And if it does not go well, I fear it is going to subject journalists to time, resource, craft and ethical pressures, all of which will be bad for journalists, bad for journalism, and bad for the country”, *idem*.

<sup>21</sup> “And if you think I am unnecessarily alarmed, then you should also know



decairá inevitavelmente.

Haiman acredita porém que mesmo a confirmarem-se as suas piores previsões o rumo que a actividade vier a tomar está muito mais nas mãos dos profissionais do ofício do que no surgimento de novas tecnologias<sup>22</sup>, e que é obrigação de todos defender os valores clássicos, que têm produzido bom jornalismo, contribuindo para a construção de sociedades mais justas, democráticas, informadas, capazes de decidir esclarecida e racionalmente sobre os seus destinos.

### **A convergência e seus efeitos sobre os géneros jornalísticos**

Está a convergência de meios e de tarefas, tal como a temos vindo aqui a analisar, a alterar os géneros e a linguagem dos novos *media*? Certamente. Mas antes de mais o que tem vindo a mudar é o público da nova geração – Gen-X, na feliz abreviatura dos americanos –, a forma como estes lêem nas redes, o tipo de produtos pelos quais têm apetência e a espécie de notícias que preferem consumir. Ora todos estes factores somados implicarão uma renovação profunda nas formas jornalísticas do futuro, e maneiras diversas de apresentar a informação.

Os resultados de sucessivas pesquisas são inequívocos.<sup>23</sup> A gera-

---

this: The editor of that newspaper told me that all of the job descriptions for reporters on the news stuff were rewritten last year to include a new requirement: The applicant is required to be fully qualified to do on-camera reports, as well as write and report for the newspaper. World-class reporters and writers with big noses, bad airlines, speech impediments, or acne scars need not apply”, *idem*. Na série sobre os bastidores do jornalismo numa cadeia de televisão da era pré-convergência, *Murphy Brown*, retratam-se de forma ímpar quatro grandes tipos de jornalista. O futuro da classe pode bem passar pela criação e treino em série de Corky Sherwoods: linda, trabalhadora e esforçada, um pouco tonta e não muito esperta.

<sup>22</sup>Noutros termos, esta é exactamente a posição defendida por Michael Schudson no seu “*News in the next century: new technology, old values... and a new definition of news*”, 1996, <http://www.rtnda.org>.

<sup>23</sup>Cf. Zukin, Cliff, “*Generation X and the News*”, sd, <http://www.rtnda.org/resources>.

ção X, dos jovens adultos com menos de 30 anos, alimenta o seguinte paradoxo: no ambiente mais informativamente rico que ao homem já foi dado viver, os *Xers* vêem e lêem menos notícias, sabem menos do que se passa no mundo à sua volta, e o seu interesse por tais temas não tenderá a desenvolver-se com o passar dos anos. Outras características que partilham é serem tecnologicamente fluentes, visualmente orientados, terem intervalos de atenção curtos, gostarem de navegar, de fazer outras coisas enquanto absorvem notícias, exigirem e apreciarem interactividade nos *media*, e procurarem activamente informação; acrescentando a isto que praticamente não lêem, preferindo o varrimento visual rápido (*scanning*) das páginas, pois estão aptos a processar simultaneamente múltiplas informações de origem diversa. É também nesta linha que apontam os trabalhos sobre a forma como o *webjornalismo* é apreendido.<sup>24</sup> Oitenta por cento dos leitores, operam *on-line* por varrimento visual, destacando palavras e frases.

Nenhuma destas características seria especialmente perturbadora para o futuro das notícias, se os mesmos estudos não revelassem também que, em média, os *Xers* estão menos interessados e consomem muito menos notícias que as gerações que os precederam, preferindo inequivocamente às *hard news* o *infotainment*, a informação espectáculo, o mundano, o bizarro e o *fait divers*, e alheando-se de política e do noticiário internacional.

Ora a pressão deste tipo de audiências, conjugada com os esforços de convergência dos novos jornalistas multimédia, também eles *Xers*, auguram para os géneros jornalísticos clássicos – notícia, reportagem, entrevista, crónica, opinião –, uma tendência para a leveza e o aligeiramento de conteúdos. Os novos meios, até pelo seu potencial interactivo, poderão marcar novas configurações nas tradicionais formas de apresentar informação, promovendo a amálgama de estilos, e a colonização da informação por formas que lhe são estranhas, incluindo a publicidade, o *fait divers* e o entretenimento. A própria definição dos géneros básicos opacificou-se. O que é um *Weblog*? Dá notícias? Produz informação? Faz jornalismo? Embora se possa responder muito corporativamente que

---

<sup>24</sup>Nielson, Jakob, “How Users Read on the Web”, 1997, <http://www.useit.com/alertbox>.

“journalism is something that journalists do”<sup>25</sup>, para muitos dos *Xers* que hoje acedem ao mercado informativo nada disto é assim tão óbvio ou claro. Por isso, aliada à confusão ideológica que já grassa, a interactividade, o repetido *feed-back* com os públicos, o *open source* e o “jornalismo amador” tenderão a tornar menos nítidas as fronteiras entre facto e opinião, interesse pessoal e editorial, criando géneros híbridos de difícil classificação, que não encaixam linearmente na taxonomia tradicional.

Simultaneamente a escrita para a Web vai acompanhar estas mutações, privilegiando textos ainda mais curtos e directos; palavras sublinhadas ou destacadas com cores, e o *hyperlink*, para facilitar o varrimento; enumerações; subtítulos eminentemente informativos; uma combinação dos aspectos visuais da televisão com as características que tornam um texto *scannable*; a possibilidade de deambular e ser surpreendido<sup>26</sup>; uma ideia por parágrafo e o recurso a uma ou várias pirâmides invertidas; uma escrita semelhante à de televisão e não redundante relativamente aos restantes elementos que compõem a peça (*links* para outros textos, fotos, áudio e vídeo). O texto deve ser suficientemente apelativo para compelir ao *scroll*, mas mais informativo do que *clever*, para poupar esforço cognitivo e dispersão de tarefas; a peça, no conjunto, possuirá níveis diferentes de apreensão, da leitura rápida ao aprofundamento exaustivo de um tema, consoante os interesses do leitor (algo que os *media* lineares não conseguem oferecer); e as actualizações devem ter sempre em conta a criação de um contexto, ao invés de irem sendo empilhadas à medida que o acontecimento decorre, como su-

---

<sup>25</sup>E quero notar que esta é precisamente a definição que a actividade recebe em Portugal com a concessão de carteiras profissionais apenas a quem se dedique, de forma remunerada, e como actividade principal, a produzir trabalho para empresas jornalísticas.

<sup>26</sup>O Poynter Institute e a Universidade de Stanford realizaram estudos de *eyetracking* que mostram inequivocamente que os leitores apreciam deambular numa página web (“*serendipity lives online*”), e, mais inesperado ainda, que o elemento que primeiramente é apreendido numa página é o texto, só depois se seguindo as fotografias e outros objectos gráficos. Ora estas conclusões são exactamente o oposto das obtidas nos estudos sobre jornais impressos, onde a ordem de apreensão da informação é, respectivamente, título, imagem, legenda, texto.

cede nos telexes que as agências enviam, sob pena de se tornarem ingeríveis para os leitores. Tudo isto deve ser somado às técnicas tradicionais de pesquisar e verificar notícias, e ao rigoroso controlo ético dos factos apresentados, pois mesmo no futuro, os valores da fiabilidade e credibilidade continuarão em alta.<sup>27</sup>

Com a convergência, estas novidades introduzidas pelo jornalismo multimédia acabarão inevitavelmente por contaminar a linguagem dos outros meios. É difícil, pois, prever o futuro dos géneros num quadro marcado pela generalização de tais práticas e linguagens, essencialmente porque este é um caminho ainda em pleno experimentalismo, e que se fará ao andar.

## Epílogo: Preparar jornalistas para o século XXI

Que papel deve ter o ensino do jornalismo numa era de acelerada mutação tecnológica, emergência de novas pressões sobre os profissionais de informação, e uma desconfortável indefinição de géneros e dos conteúdos da função de jornalista? O breve quadro que aqui esboçamos sobre convergência, *backpack journalism* e trabalho multimédia autoriza algumas teses provisórias sobre o rumo da informação e seus artífices.

Há consenso entre os peritos. Todos são unânimes. No futuro, o conteúdo vai ser rei, e com a pulverização das audiências, de meios e de oferta, desempenhar um papel ainda mais importante que o que lhe reservam os dias de hoje. O público até pode ser convencido a visitar um *site*, mas as pessoas só voltarão a ele, e só se tornarão utilizadores frequentes, se este tiver algo a oferecer-lhes, sejam conteúdos ou serviços.

Depois, no âmbito dos conteúdos, é hoje claro que o texto desempenhará um papel fundamental nos novos *media*, e terá um estatuto muito mais decisivo do que aquele de que goza em rádio ou televisão. *Back to basics?* Talvez, porque isto antes de mais significa que ao preparar jornalistas, mesmo para o futuro, mesmo para a produção multimédia, a formação de base é fundamental, e

---

<sup>27</sup>Opinião de Jonathan Dube e, em geral, de todos quantos têm abordado este tema. Dube, Jonathan, “*Writing News Online*”, s/d, <http://www.poynter.org>.

mais importante do que saber manipular a parafernália tecnológica, é saber produzir uma escrita clara, original, criativa, em sintonia com o seu tempo ou à frente disso.

As crescentes pressões sobre os jornalistas, uma *media literacy* de intentos claramente manipulativos que contaminou também muitas fontes exigir-lhe-ão também uma sólida formação intelectual – para fazer a leitura de um acontecimento – e maturidade ética para aquilatar do seu peso relativo.

O alcance disto é claro. A profissão está a ficar mais exigente, e os cursos que leccionam jornalismo também deverão sê-lo. Além de uma preparação técnica diversificada, para dominar pelo menos os instrumentos básicos da produção multimédia, o jornalista vai necessitar ainda de melhor preparação intelectual. Porque tudo lhe vai ser exigido. Depressa, e bem. Sem cometer erros, que numa profissão de tão elevada exposição pública se pagam normalmente caro. A convergência pode ser inimiga da excelência, e a pressa é-o sempre da perfeição. É este paradoxo que terá de domar. E não é pouco.

Parece-me também suficientemente nítido – apesar das múltiplas profecias em contrário – que as redacções e a produção profissional e sistemática de notícias não vão desaparecer no futuro. Todos os restantes meios: *weblogs*, *personal casting*, *foruns* e *mailing lists* continuarão evidentemente a existir, e a servir, bem, um público de interesses específicos. Mas não se substituem ao jornalista, relativamente ao qual funcionam como nova e proveitosa fonte. Com a qual interagem, e que também pilham. Mas as organizações noticiosas poderiam continuar a existir sem *weblogs*, enquanto a inversa – para os de cariz informativo – já não é verdadeira.

As redacções continuarão pois a produzir notícias, independentemente do meio a que se destinam. As formas de o fazer, e de as apresentar, é que já estão a mudar, e continuarão a mudar no futuro. Esperemos que não venham a dar corpo aos piores temores dos info-cépticos. Não haverá desculpas se os valores do jornalismo ocidental forem traídos. E os jornalistas deverão ter uma palavra a dizer num processo que também lhes compete liderar.

Posto o que é também fundamental que o ensino do jornalismo mesmo, ou especialmente, para o multimédia e para o século XXI,

defenda os valores éticos de base que têm norteado a profissão, e que devem ser inculcados nos anos de formação, de todos os mais decisivos.

A par com tudo isto urge combater, clarificando-a, uma certa ideologia da inespecificidade das profissões jornalísticas, que tem vindo a ganhar terreno com a proliferação de produtos induzida pelos *media* interactivos.<sup>28</sup> É uma tarefa pedagógica, e de construção, muito mais vasta do que aqui seria possível empreender. Quero porém notar como segue de perto *trends* filosóficos bem conhecidos.

A emergência da forma objectivista de informar, nos Estados Unidos, hoje sistematicamente menorizada e maltratada, mas que constituiu um enorme progresso e tão bem serviu as democracias ocidentais, corresponde historicamente ao surgimento do positivismo e do neo-positivismo. As teorias presentes da dissolução e inespecificidade – que são sempre a posição mais fácil de defender, porque nada constróem – correspondem, aliás tardiamente, ao desconstrutivismo pós-moderno, uma ideologia que apresenta como forma patológica o relativismo total, e cujos serviços prestados ao ocidente já é possível hoje, serenamente, começar a avaliar. Por minha parte creio que o futuro das notícias não está aí. Está algures. Do outro lado.

## Bibliografia

**Aaronson**, Trevor, “Rules Change for New Information Platforms”, 2000, <http://www.poynter.org>.

**Andrews**, Paul, “The future of news: News by the People, for the People”, 2002, <http://www.ojr.org>.

**Anzur**, Terry, “Convergence Exposed!”, 2001, <http://www.ojr.org>.

---

<sup>28</sup>Não pretendo com isto abordar a questão de se o acesso às profissões jornalísticas deve ser reservado aos licenciados em comunicação, da mesma forma que à medicina ou arquitectura só podem aceder licenciados nessas áreas. Costumo, por princípio, defender que não; embora reconheça a existência de alguns bons argumentos para que assim fosse da outra parte.

- Anzur**, Terry, “TV News Websites: The Myth of Convergence”, 2002, <http://www.ojr.org>.
- Bear**, M. J., “Where is the News Industry Headed?”, 2002, <http://www.ojr.org>.
- Bogart**, Leo, “The new media: Reporting or journalism?”, 1997, <http://www.asne.org>.
- Canavilhas**, João, “Webjornalismo, considerações gerais sobre jornalismo na Web”, 2001, <http://www.bocc.ubi.pt>.
- Devigal**, Andrew, “How We ‘Eye’ the Online Media”, 1998, <http://www.poynter.org>.
- Dube**, Jonathan, “Writing News Online”, sd, <http://www.poynter.org>.
- Fidalgo**, António, “O ensino do Jornalismo no século XXI”, 2001, <http://www.bocc.ubi.pt>.
- Froomkin**, Dan, “Why The Web Can Work So Well for Journalists”, 2001, <http://www.poynter.org>.
- Gardner**, Eriq, “It’s true what the Chicken Littles say: Journalism is going to die. And here’s how the much-predicted death will happen: Bloggers and robots will work together to topple media giants”, 2002, <http://www.ojr.org>.
- Gates**, Dominic, “Newspapers in the Digital Age”, 2002, <http://www.ojr.org>.
- Gradim**, Anabela, *Manual de jornalismo: o livro de estilo Urbi@Orbi*, 2000, col. Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Haiman**, Robert, “Can convergence float?”, 2001, <http://www.poynter.org>.
- Harper**, Christopher, “Journalism in a Digital Age”, 1998, <http://media-in-transition.mit.edu/articles/index.html>.

- Hume**, Ellen, "Resource Journalism: A Model for New Media", <http://media-in-transition.mit.edu/conferences/democracy/indexpapers.html>.
- Lasica**, J. D., "A Scorecard for Net News Ethics", 2002, <http://www.ojr.org>.
- Lasica**, J. D., "Blogging as a Form of Journalism", 2002, <http://www.ojr.org>.
- Lasica**, J. D., "Online News: A Credibility Gap Ahead?", 2002, <http://www.ojr.org>.
- Lasica**, J. D., "Weblogs: A New Source of News", 2002, <http://www.ojr.org>.
- Lapham**, Chris, "The Evolution of the Newspaper of the Future", 1995, <http://www.december.com/cmc/mag/current/toc.html>.
- Lavin**, Rochelle, "It's Still Journalism", 2000, <http://www.poynter.org>.
- Layne**, Ken, "Gloomy Speeches From the E-Ghetto: Convergence Doesn't Mean Equality", 2002, <http://www.ojr.org>.
- Lehman**, Sam, "Print newspapers will be put out of business – and it will be a death of a thousand small cuts", 2002, <http://www.ojr.org>.
- Lewenstein**, Marion, "Study Snapshot Suggests Serendipity Lives Online", 2000, <http://www.poynter.org>.
- Lewenstein**, Marion, "Eyetracking: A Deeper Probe Confirms Findings", 2000, <http://www.poynter.org>.
- Mann**, Fred, "'New Media' Brings a New Set of Problems", 1998, <http://www.poynter.org>.
- Mascarenhas**, Óscar, "Nos "imedia" a esperança de rompimento do cerco", 2000, <http://www.bocc.ubi.pt>.



**Mitchell**, Bill, “Online News: A Permanent State of Flux”, 2000, <http://www.poynter.org>.

**Moura**, Catarina, “O jornalismo na era Slashdot”, 2002, <http://www.bocc.ubi.pt>.

**Nelson**, Robert, “Strange bedfellows: In a marriage made in boardroom heaven, the Valley’s newspapers and television stations have begun merging their newsrooms”, 2002, <http://www.phoenixnewtimes.com>.

**Nelson**, Robert, “Is there a place for brilliant but nerdy reporters in the converged newspaper of the future?”, 2002, <http://www.ojr.org>.

**Nielson**, Jakob, “How Users Read on the Web”, 1997, <http://www.useit.com/alertbox>.

**Nogueira**, Luís Carlos, “Slashdot, comunidade de palavra”, 2002, <http://www.bocc.ubi.pt>.

**Paul**, Nora, “Coaching Journalists in Cyberspace: Your Role as a Newsroom Manager”, 1999, <http://www.poynter.org>.

**Paul**, Nora, “Media Libraries and New Media”, 1997, <http://www.poynter.org>.

**Paul**, Nora, “Integrating Old and New Media Newsrooms”, 1998, <http://www.poynter.org>.

**Pryor**, Larry, “Immersive News Technology: Beyond Convergence”, 2000, <http://www.ojr.org>.

**Runnet**, Rob, “Yes, Circulation Directors, They’re Still Buying the Paper”, 2002, <http://www.naa.org>.

**Scanlan**, Christopher, “The web and the future of writing”, 2000, <http://www.poynter.org>.

**Schudson**, Michael, “News in the next century: new technology, old values... and a new definition of news”, 1996, <http://www.rtnda.org>.

- Steele**, Bob, "Computer-Assisted Reporting Challenges Traditional Newsgathering Safeguards", 1998, <http://www.poynter.org>.
- Stevens**, Jane, "Backpack Journalism Is Here to Stay", 2002, <http://www.ojr.org>.
- Stone**, Martha, "The Backpack Journalist Is a Mush of Mediocrity", 2002, <http://www.ojr.org>.
- Tompkins**, Al, "Convergence Needs a Leg to Stand On", 2001, <http://www.poynter.org>.
- Wendland**, Mike, "Convergence: Repurposing Journalism", 2001 <http://www.poynter.org>.
- Wendland**, Mike, "Surprise! All Eyes on Text", 2000, <http://www.poynter.org>.
- White**, Caroline, "Convergence: good news for journalism?", 2002, <http://www.journalism.co.uk/archive.shtml>.
- Zollman**, Pete, "On-line News State of the Art", 1997, <http://www.rtnda.org/resources>.
- Zukin**, Cliff, "Generation X and the News", sd, <http://www.rtnda.org/resources>.

# **Convergência e tecnologias em comunicação**

Manuel José Damásio

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

E-mail: [mjdamasio@ulusofona.pt](mailto:mjdamasio@ulusofona.pt)

## **Resumo**

A convergência entre várias tecnologias da comunicação e da informação, nomeadamente aos níveis do discurso e das práticas de uso e apropriação, tem sido uma constante ao longo dos últimos anos. Com a expressão “convergência” quer-se normalmente traduzir uma homogeneização das infra-estruturas de comunicação, transmissão e armazenamento do sinal que suporta essas tecnologias. Este artigo discute os pressupostos subjacentes ao uso do termo, bem como o processo de apropriação das tecnologias por parte dos utilizadores que está associado ao termo.

## **Uma perspectiva sobre o fenómeno comunicacional**

A exaltação de um fenómeno “comunicacional” ou “informacional” é uma constante no início deste novo século em que nos situamos. Muitos, desde os economistas mais celebrados como Alvin Toffler aos futuristas mais entusiastas como Nicholas Negroponte, clamaram a chegada inevitável de uma onda que tudo submerge e abarca, a onda da inovação tecnológica facilitada e exponencialmente aumentada pelos fluxos cada vez maiores de informação. O raciocínio subjacente a estas posições assume que o facto de actualmente vivermos na nossa sociedade uma época onde os fluxos e trocas de informação são cada vez maiores e incomensuravelmente maiores do que alguma vez o foram no passado, implica uma forma qualitativamente diferente de organização social e uma alteração dos padrões ocupacionais dos indivíduos.

Quando queremos discutir e analisar o impacto que as tecnologias da comunicação e da informação, e o consequente aumento do fluxo de informação que elas provocam, tem sobre a prática e o exercício de uma profissão que se relacione com o uso de informação, como é o caso por exemplo da de jornalista, não podemos nunca deixar de considerar como central a análise da forma como os indivíduos se apropriam de uma tecnologia tendo em vista a satisfação de um determinado desejo ou a realização de uma determinada tarefa.

O tema da convergência, e a sua relação com as tecnologias da comunicação que aqui nos propomos discutir, não pode ser dissociado da questão da forma como na nossa sociedade se realiza a disseminação e apropriação de uma determinada tecnologia. A nossa posição defende que existe uma clara falta de precisão na assunção de que um crescimento na quantidade de informação disponível implica uma mudança qualitativa do ponto de vista social e neste caso ocupacional.

A questão da especificação do tipo de apropriação de uma dada tecnologia por um indivíduo, grupo de indivíduos ou estrutura social – ex. a “classe jornalística” – constitui um elemento fundamental para a compreensão do processo por que passaram ou supostamente passaram esses indivíduos naquilo que se refere ao exercício da sua profissão, e neste caso do seu discurso. Por apropriação entende-se neste caso, como mais adiante exploraremos em maior detalhe, não apenas o uso de uma tecnologia pelos sujeitos, mas também a sua integração nas práticas diárias de recolha, processamento e transação de informação com outros sujeitos. Neste sentido, apropriação refere-se a tudo aquilo que se relaciona com a influência que a tecnologia provoca junto do contexto social e organizacional em que os indivíduos se movimentam.

Normalmente entendido como um elemento “facilitador” e “motivador” do processo individual e colectivo de apropriação de uma tecnologia, o termo “convergência” é genericamente utilizado para descrever um dos seguintes fenómenos:

A prevalência na nossa sociedade de um tipo qualitativo de informação assente na codificação digital. Neste caso, por convergência entender-se-ia a uniformização do “material” ou dos “ob-

jectos” de troca comunicacional dos sujeitos sobre um único processo de codificação, o numérico;

A acelerada disseminação de uma infra-estrutura e de um conjunto de mecanismos exclusivamente suportados em tecnologia computarizada. Neste caso, por convergência entender-se-ia o estender progressivo do domínio destas tecnologias a todas as formas de partilha e acesso dos sujeitos à informação.

Ou seja, a convergência refere-se não só a uma aproximação dos modos de funcionamento da base tecnológica, mas também à uniformização das próprias propriedades dos materiais que são objecto do processo comunicacional.

Para além disto, há ainda quem veja a convergência não como um fenómeno puramente tecnológico, mas antes como uma espécie de vanguarda de um processo social e cultural de uniformização das formas de conceber o mundo e encarar aqueles que nos rodeiam (Bell, 1973).

Estas concepções do papel da informação e das tecnologias da comunicação e da informação (TIC) na nossa sociedade, têm de ser alicerçadas num modelo de organização da relação entre os media e a sociedade que atribua aos primeiros um papel preponderante. Uma das variações mais conhecidas desses modelos é a denominada perspectiva “guarda-chuva” sobre o fenómeno comunicacional.

Sob esta designação pretende-se sintetizar uma concepção do fenómeno comunicacional apresentada, nomeadamente, por Rogers (1986), que engloba sob a designação de “tecnologias da comunicação” todo um conjunto de factores contextuais, nomeadamente o *hardware*, estruturas organizacionais e valores sociais, de que os indivíduos se socorrem para construir os seus processos de relacionamento comunicacional com os outros sujeitos.

As tecnologias da comunicação podem então ser estudadas através da análise da teia de relações que criam entre os níveis individuais, organizacionais e sociais – sistemas económico, político, mediático, etc.. Para compreendermos as tecnologias da comunicação, que de acordo com esta perspectiva constituem o centro nervoso da nossa organização social (Beniger, 1986), devemos examinar em simultâneo todas estas áreas para, através dessa análise, tentar identificar os factores que facilitam, limitam, motivam ou

inibem a apropriação da tecnologia e o conseqüente aumentar da sua teia de relações, logo da capacidade individual de melhorar e aumentar o processo de recolha, processamento e partilha de informação entre os sujeitos.

Factores facilitadores são aqueles que tornam possível o funcionamento de uma aplicação. Recai sob esta categoria a existência de um canal de retorno na ligação de cabo existente na maior parte dos lares da região urbana de Lisboa, que permite facilitar a aplicação *enhanced television* já disponível nas nossas casas. Factores limitadores são pelo contrário aqueles que limitam o funcionamento de uma aplicação, como é o caso da largura de banda para *o streaming em real time* de conteúdos vídeo via *web*.

Factores motivadores são aqueles que fornecem uma razão para a adopção da tecnologia. Por exemplo a qualidade do vídeo mpeg2 na norma dvd quando comparado com a qualidade do vídeo analógico no formato vhs.

Estes factores, tal como todos os outros, percorrem e podem ser identificados em todos os níveis do sistema – social, organizacional, infra-estrutural (*hardware e software*) e individual.

Finalmente, os factores inibidores são aqueles que proporcionam um desincentivo para a adopção da tecnologia. Um dos factores inibidores da maior parte das tecnologias, principalmente no seu estágio inicial de disseminação num mercado, é o seu custo para os utilizadores individuais. Um bom exemplo deste caso pode ser encontrado no mercado das consolas de jogos, em que o custo da X-box funciona claramente como um factor inibidor da sua aquisição, nomeadamente quando comparado esse custo com o de outras tecnologias concorrenciais que apresentam as mesmas características.

Todos aqueles factores que se referem ao ambiente em que a tecnologia é introduzida e opera, são denominados “externos”, todos aqueles que se relacionam directamente com a tecnologia são denominados “internos”. Na nossa análise nunca devemos separar qualquer um destes grupos de factores e devemos sempre tentar identificar quais os factores que foram determinantes para o resultado final da introdução de uma determinada tecnologia ou grupo de tecnologias da comunicação.

## Os utilizadores e a apropriação de uma tecnologia

A maior parte das análises actuais (Lievrouw, 2002) partilha da perspectiva de que o termo “tecnologia” não se refere exclusivamente a dispositivos, mas também às práticas e ao conhecimento que está relacionados com eles, bem como às relações sociais que se estabelecem em volta desses mesmos dispositivos, práticas e conhecimentos. A tecnologia é algo dinâmico que passa por estágios e ciclos de evolução, evolução essa que se refere à forma como todos os actores da dinâmica social que lhe está subjacente competem, distribuem e trabalham com a tecnologia, tendo sobre ela objectivos e visões bem distintas.

Uma das teorias mais fortes sobre estes processos é a denominada teoria da difusão e inovação (Rogers, 1995), que descreve a forma como novas ideias e práticas são introduzidas e adoptadas num sistema social, nomeadamente através de um enfoque especial nas relações que através da comunicação se estabelecem entre os utilizadores da tecnologia e na forma como os fluxos de informação promovem a adopção, ou a não adopção, de uma tecnologia. Os temas da contingência e da determinação associadas a estes processos, constituem obviamente uma parte essencial desta teoria, mas para a nossa análise interessa-nos principalmente perceber de que forma é que a dinâmica de adopção de uma tecnologia por um grupo de utilizadores se realiza e quais as consequências desse processo.

Rogers (1995) define a difusão de informação como o processo através do qual uma inovação é comunicada através de determinados canais ao longo do tempo entre os membros de um determinado grupo social. Existem duas formas genéricas de descrever este processo: uma primeira denominada “linear”, que reflecte um processo racional de planeamento e disseminação hierarquizada (normalmente de ‘cima-para-baixo’) da comunicação; e uma outra, denominada de “convergente”, que se refere à partilha do processo de decisão entre vários actores e ao planeamento participado do processo de comunicação.

A detecção de um padrão de adopção de uma dada tecnologia entre um grupo de utilizadores é um dado comprovado por vários

estudos realizados no passado sobre as mais variadas tecnologias (Robinson, 2001), sendo que a partir da definição de um conjunto típico de padrões se consegue chegar a algumas conclusões sobre quais os comportamentos previsivelmente mais comuns face à disseminação de uma tecnologia.

O padrão mais comum de adopção é aquele que se denomina de “curva em forma de s”. Esta curva relaciona o tempo de adopção da tecnologia com o número de utilizadores que a adoptam numa escala de 0 a 100% e assume que só quando se atinge um valor de 20% da população total considerada é que se pode aplicar o conceito de massa crítica, que marca um ponto a partir do qual a tecnologia possui uma base de adopção que lhe permitirá sobreviver.

Há várias categorias de sujeitos que podem ser identificadas ao longo desta curva:

***Innovators:*** Reduzida percentagem (nunca mais de 2,5%). São aqueles que melhoram convivem com a incerteza e que se aventuram sem quaisquer dúvidas. Não são determinantes.

***Early adopters:*** Percentagem mais vasta (cerca de 12%) que são normalmente utilizadores entusiasmados de todas as novas tecnologias. São determinantes no processo dado que são normalmente muito respeitados no seu grupo social e constituem-se como *opinion leaders*.

***Early majority:*** percentagem lata (próximo dos 35%) de indivíduos que, embora demore mais tempo a adoptar uma nova tecnologia, representa o grupo mais permissivo à adopção ainda num estágio inicial. É o grupo mais determinante do processo porque representa a hipótese de consolidação de uma massa crítica. Quando se fala de novas tecnologias da comunicação, este grupo é normalmente constituído por *targets* jovens, como por exemplo em Portugal se pode verificar no caso das tecnologias móveis.

***Large majority:*** percentagem também muito vasta (próxima dos 35%) que representa os grupos mais cépticos e renitentes. Este grupo só adopta as tecnologias sob pressão e é muito permissivo às circunstâncias económicas do ambiente de disseminação.

***Laggards:*** Percentagem mais reduzida de utilizadores (próxima dos 15%) que representa os grupos mais conservadores e cautelosos. Grupo de indivíduos que tem sempre o passado como referência e



é totalmente adverso à mudança. A posição de resistência deste grupos pode ser muito importante em estágios avançados de solidificação de uma tecnologia.

Embora estas categorias representem tipos ideais de utilizadores e se baseiem em abstrações que resultam de estudos empíricos, elas permitem-nos extrair algumas pistas sobre as formas como se processa a disseminação de uma tecnologia.

É natural que o número de utilizadores correntes de uma tecnologia seja influenciado por outros factores que não só o número de utilizadores que adoptam a tecnologia e o impacto que tal facto tem sobre as relações sociais que se estabelecem em torno do uso dessa mesma tecnologia. Consideremos por exemplo a tecnologia de edição não linear ou *desktop vídeo editing*. Quando se iniciou a curva de adopção da tecnologia, o número de *innovators e early adopters* foi reduzido, mas depois a tecnologia descolou até encontrar a sua massa crítica.

Esta tecnologia representa um excelente exemplo para a nossa argumentação, porque a sua curva de adopção não se formou em função de factores externos, mas sim em função de factores internos relativos às funcionalidades que a tecnologia vinha cumprir.

A edição não-linear ambicionava eliminar o uso de máquinas lineares em operações de edição de vídeo. A realização de tal objectivo implicava uma mudança ocupacional do grupo profissional que anteriormente executava essas operações. Como naturalmente esse grupo foi adverso à mudança com receio de que essa mudança configurasse uma alteração do seu estatuto profissional, o processo inicial de adopção da tecnologia foi muito lento. Mal os usos da tecnologia foram disseminados por outros grupos sociais tradicionalmente afastados do exercício destas operações e se gerou a promessa de que todos os indivíduos poderiam passar a ter acesso a um privilégio profissional até aí reservado a alguns, a disseminação da tecnologia acelerou.

Obviamente, e como vamos ver mais adiante, o aumento do uso quantitativo não determina uma melhoria qualitativa e o processo entrou numa nova fase em que a sedimentação da tecnologia volta a exigir um novo processo de adopção em função do aumento do seu grau de complexidade, o que consequentemente vai implicar uma

diminuição do universo total de potenciais utilizadores.

É nossa opinião que o elemento essencial em jogo ao longo de todo este complexo processo se refere àquilo que iremos denominar como “cumprir a promessa”. Mas antes de definirmos melhor o que é que queremos dizer exactamente com este termo, devemos ainda deter-nos e clarificar melhor o conceito de “massa crítica”.

O conceito de “massa crítica” ajuda a explicar os padrões de adopção de uma tecnologia. Este termo é derivado da física, onde se refere à quantidade de material radioactivo necessário para a geração de uma reacção nuclear. Este termo tem sido utilizado na literatura (Rogers, 1995) para descrever qualquer processo que se torna auto-sustentável após ter sido atingido um ponto crucial do seu desenvolvimento. A curva em “s”, quando referenciada a propósito do grau de adopção de uma tecnologia, associa o conceito de massa crítica à relação entre os utilizadores individuais e o sistema social em que eles se inserem. A massa crítica é atingida no momento em que um número suficiente de pessoas adoptou a tecnologia, por forma a poder garantir que a dinâmica social que através desse processo se gera garante a continuação do processo de adopção.

No caso daquelas tecnologias que lidam directamente com a tecnologia, nomeadamente aquelas que possuem a propriedade “interactividade” (Cook, 2001), o processo de obtenção desta massa crítica tende a ser mais lento no início do que para outras tecnologias, mas uma vez atingida essa massa crítica o processo de adopção é muito mais rápido (Robinson, 2001).

Os principais factores que parecem explicar este processo são:

- A necessidade que estas tecnologias têm de trabalhar com mais do que um utilizador para poderem demonstrar grande parte do seu potencial;
- A interdependência entre os vários utilizadores que estas tecnologias provocam em função dos fluxos multi-direccionais de informação que sustentam;
- A promessa de que, considerando a preponderância que a tecnologia possui no desenvolvimento individual e colectivo nas

nossas sociedades, o seu uso intensivo por um sujeito, quando esse uso corresponda ao de outros, é condição *sine qua non* para o seu sucesso e aceitação social (Webster, 2002).

### **Da quantidade à qualidade – medidas de volumes de informação e convergência**

A tecnologia dissemina-se entre os indivíduos e os grupos sociais e segue padrões mais ou menos precisos ao longo desse processo.

Como as tecnologias se aproximam cada vez mais umas das outras – convergem – por via da aproximação da sua base de processamento e do seu uso generalizado a todas as formas de execução de uma tarefa, a preponderância da informação a todos os níveis é um processo imparável e caminhamos de forma pré-determinada para uma sociedade ordenada e constituída em função dessa mesma informação e das tecnologias que a suportam.

Então porque é que há tecnologias que partilham desta lógica de convergência e apresentam valores de adopção muito elevados e outras exactamente com as mesmas características que apresentam valores muito inferiores?

Então porque é que há tecnologias que parecem possuir claras valências ocupacionais para um grupo ou grupos e nunca chegam a impor-se?

Então porque é que a disseminação em larga escala de uma tecnologia entre um grupo profissional não altera dramaticamente o seu processo ocupacional – editar continua a ser uma operação de selecção, adição e combinação qualquer que seja a tecnologia que o suporta.

As principais críticas à sociedade da informação (Webster, 2002) centram-se num descontentamento sobre as medidas quantitativas de informação quando estas são utilizadas para designar e justificar profundas mudanças no sistema social ou num conjunto de processos existentes no interior do mesmo. O principal argumento crítico é o de que a avaliação e a criação de índices quantitativos de disseminação da informação, semelhantes àquele que acabámos de apresentar desenvolvido por Rogers (1995), não podem ser inter-

pretadas como evidência de uma real transformação social. Antes pelo contrário, elas devem ser entendidos como fenómenos de consolidação e extensão de padrões de interesse e controlo já existentes (Beniger, 1986).

As definições de “sociedade da informação” são suportadas numa avaliação quantitativa em que, a partir da medição de um qualquer valor, por exemplo o número de indivíduos empregues em contextos de uso e manipulação de informação, se extrai do aumento exponencial desses valores uma conclusão sobre o ponto em que se entra numa sociedade da informação. Entenda-se aqui “sociedade da informação” como uma sociedade em que todos os processos e sistemas sociais, ou pelo menos uma grande parte deles, se organizam em função dos fluxos multi-direccionais de informação e do valor e importância de que essa mesma informação se reveste para a globalidade da estrutura social.

No entanto, não há qualquer dado que nos permita inferir de que, pelo facto de haver um maior volume de informação a circular, assistamos a uma transformação qualitativa radical do sistema social vigente.

Para ilustrar a incoerência de tais raciocínios, autores como Webster (2002) referem a hipótese extrema de uma sociedade em que o controlo do fluxo e da produção de informação estivesse circunscrito a uma espécie de oligarquia esclarecida, como um caso em que claramente deveríamos falar de uma sociedade da informação considerando o poder decisivo que a informação possuía no conjunto da organização social, embora se essa avaliação fosse realizada de um ponto de vista quantitativo, por exemplo com base nos padrões de ocupação, tal já não fosse o caso.

Ou seja, as medidas quantitativas não conseguem, por si mesmas, servir de identificador de um momento de ruptura com sistemas anteriores, mas pelo contrário já podemos aceitar que pequenas alterações qualitativas tenham esse efeito de ruptura.

A questão das alterações qualitativas traz-nos de volta ao início da nossa argumentação – a difusão e o aumento do grau de inovação da tecnologia disponível é, muitas vezes, directamente associado ao processo de convergência que caracteriza o uso da tecnologia numa sociedade da informação (Brown, 2000), e por sua vez o grau de

inovação de uma tecnologia é encarado como uma das principais medidas qualitativas do seu previsível impacto.

## Conclusões

Mas como é que podemos considerar o uso da tecnologia como uma medida robusta e um elemento comprovativo do facto de que vivemos numa sociedade da informação? Será que se o processo de disseminação da Televisão interactiva falhar no nosso País, Portugal já não entra na Sociedade da Informação?

Uma concepção da evolução da sociedade, ou no caso que nos interessa, do perfil ocupacional de um grupo social – os jornalistas –, baseada na tecnologia é determinista.

Em primeiro lugar, assume que a tecnologia é a força essencial da mudança social – só a aceitação deste princípio é que nos permite justificar a afirmação de que, porque há mais informação a circular e mais ferramentas à disposição para a manipular, assistimos a uma transformação do exercício da profissão de jornalista.

Em segundo lugar, o determinismo tecnológico trabalha com um modelo que assenta numa clara separação entre a tecnologia e a sociedade, sendo que a primeira está de certa forma à parte da influência social mas tem sobre a sociedade o mais profundo dos efeitos. O desenvolvimento social passa a ser algo de profundamente alheio ao desenvolvimento social, que não deixa de ter impactos sociais dramáticos quando sai da esfera restrita do desenvolvimento e passa ao contacto com o público em geral.

É esta aceitação de uma separação entre a esfera social e a esfera do desenvolvimento científico, que sustenta as concepções determinísticas de um processo de convergência entre as tecnologias, nomeadamente as TIC, que possui um impacto dramático sobre as formas sociais de organização dos processos de comunicação e de modelação das actividades ocupacionais que lhes estão subjacentes.

Aceitar tal posição é assumir que a tecnologia não está sujeita e não é parte activa do desenvolvimento social e que não é ela própria moldada por factores económicos, se calhar aqueles que determinam que a *playstation* venda mais do que a X-box, independentemente do grau de inovação de cada uma, ou comporta mentais, só para

citar duas possibilidades.

A tecnologia e os seus usos fazem parte integrante do sistema social e organizacional e a “promessa” que elas acarretam refere-se ao cumprimento de um objectivo económico, ocupacional ou social que os sujeitos ambicionam atingir através da sua apropriação. É mais do ponto de vista do cumprimento destes objectivos que devemos analisar as tecnologias e não tanto do ponto de vista da medição quantitativa dos seus valores, porque são os primeiros que produzem alterações qualitativas com impacto social real.

A evolução passa então naturalmente por uma complexificação cada vez maior dos sistemas em busca, por um lado de geração de mecanismos de controlo, cada vez mais eficazes (Beniger, 1986) e, por outro, de processos cada vez mais eficientes de cumprimento dos desígnios individuais de uso de uma tecnologia (Webster, 2002).

Se a forma social da ocupação jornalística não implica o uso intensivo de TIC para o seu exercício, então nada nos indica, muito menos um suposto fenómeno de convergência, que o aumento quantitativo do uso e manipulação deste bem por parte dos jornalistas implique uma alteração qualitativa do seu exercício da profissão. A complexificação que se segue às primeiras fases de apropriação massiva, motivada principalmente pela necessidade financeira de continuar a suportar os desenvolvimentos que melhor permitam responder às necessidades dos indivíduos, irá certamente determinar que outro grupo, como por exemplo os editores de imagem, continue a exercer a tarefa para a qual possui as competências globais e não apenas aquelas que se referem à capacidade de manipular informação.

## Bibliografia

- Bell, D.**, *The Coming of post-industrial Society: a venture in social forecast*, Harmondsworth: Penguin, 1973.
- Beniger, J.**, *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the information Society*, Cambridge: Harvard University Press, 1986.

- Brown, J.**, Duguid, P., *The Social Life of Information*, Boston: Harvard Business School Press, 2000.
- Cook, M.**, *Principles of interactive Multimedia*, London: McGraw Hill, 2001.
- Damásio, M.**, *Práticas Educativas e Novos Media*, Coimbra: Editorial Minerva, 2001.
- Grant, A.**, Meadows, J. (ed), *Communication Technology Update*, London: Focal Press, 2000.
- Lievrouw, L.**, Livingstone, S. (ed), *The Handbook of New Media*, London: Sage, 2002.
- Mirabito, M.**, Morgenstern, B., *The New Communication Technologies*, London: Focal Press, 2001.
- Murray, M.**, *Inventing the Medium: Principles of Design for Digital Environments*, Massachusetts: MIT Press, 2002.
- Robinson, B.**, “Innovation in open and distance learning: some lessons from experience and research” in Lockwood, F. & Goley, A. (ed), *Innovation in Open and Distance Learning*, London: Kogan Page, 2001; Webster, F., “The Information Society Revisited” in Lievrouw, L & Livingstone, S. (ed), *The Handbook of New Media*, London: Sage, 2002, pp. 22-37.
- Rogers, M.**, *Communication Technology. The New Media in Society*, New York: Free Press, 1986.
- Rogers, M.**, *Diffusion of Innovation*, New York: Free Press, 1995.
- Sessa, A.**, *Changing Minds, Computers, Learning and Literacy*, Massachusetts: MIT Press, 2000.





# Jornalismo online (e) os géneros e a convergência

Paulo Bastos

TVI.

E-mail: paulo.bastos@individual.puug.pt

Aqui há uns tempos, quando a TVI procedeu à sua grande re-estruturação e renovação de imagem, houve um companheiro de trabalho e amigo de há muitos anos (e nomeadamente desde “a outra” Televisão Independente) que me veio perguntar:

- Ouve lá, parabéns...!
- Parabéns...? Então porquê? Parabéns a nós todos!
- Mas “aquilo” é obra tua, não é...?

O meu amigo Carlos, assistente de realização, tinha pressentido tiques de Internet na nova imagem da TVI.

Não, não era obra “minha” – ou apenas minha, pelo menos (sinceramente, gosto de acreditar que tive alguma coisa a ver com o que se passou...). Era obra de uma estratégia de “branding”, coisa “holística”, como os nossos colegas do Marketing gostam agora de citar.

A TVI (<http://www.tvi.iol.pt>, que é o caso que tenho forçosamente de citar, porque é o meu caso, a parte maior da minha vida presente, e porque é de experiências concretas, mais do que de teorias, que gosto de falar) não pretende quaisquer diferenças entre o seu desempenho (e a imagem, e a personalidade que cuidadosamente lhe associou) na Televisão ou na Internet, ou na Televisão Interactiva, ou nos telemóveis, ou seja onde for. A TVI quer ter só uma cara, e porventura um só cérebro, um só coração – uma alma apenas!, independentemente dos muitos corpos em que se saiba multiplicar.

A Redacção TVI, por exemplo, vemo-la nós próprios como uma “Central de Informação”, a maior do País, a desdobrar toda a sua capacidade de produção nos mais diversos suportes. Uma só Redacção, sim, sempre; mas explorando as mais diversas formas, tantos canais quantos existam, para distribuir a Informação que essa

Redacção produz.

Na multiplicidade das formas, importante é não perder o formato que faz afinal com que essa Informação seja diferente das outras, sendo em qualquer momento clara e expressamente “TVI”. Falamos da tal “alma” própria, que se quer reconhecida e fazendo-se nossa marca (registada).

Será isto a tal “convergência de géneros”?

Não: o que é isto da convergência dos géneros jornalísticos?

Desde que me convidaram a vir à Covilhã que ando a tentar mastigar as propostas do painel que me coube em sorte. Do programa disponibilizado online, cito: “Está o online a alterar o Jornalismo?”; “Qual o destino dos géneros num meio (o digital) de flagrante convergência?”; “É a interactividade sinónimo de degenerescência?”...

Hmmm. Respiramos fundo... E depois, porque sim, continua, mergulhamos: ao fundo – a pique! E eis “a fusão descarada da informação e da opinião”; “o primado do entretenimento e do fait-divers”; “a colonização da informação por formas e métodos que lhe são estranhos”; “a provocação das formas”, “a confusão dos géneros”, “a contrafacção das notícias”; e, claro, as inevitáveis “pressões do mercado, dos meios”, a resultar na “inespecificidade das profissões jornalísticas”.

Senhores, isto não é uma proposta de trabalho, é um convite ao suicídio!

Estou obviamente a brincar: entendi perfeitamente a intenção (e a provocação).

Mas o facto é que vim espreitar os primeiros painéis e debates, e saí algo desiludido, confesso. Não me levem a mal, por favor: apenas estranho que mais de meia década depois, em tantos novos debates se repitam os primeiros. E ainda ontem aqui se ressuscitaram dúvidas – medos! – que (digo eu) já são claramente old news.

Não tenho, por exemplo, qualquer dúvida relativamente ao que sejam Informação e Jornalismo (com Big Brothers e tudo, o Código Deontológico permanece sagrado no meu desktop), nem sobre “o que nós, jornalistas, andamos aqui a fazer?”.

Há overdose de Informação? Há. E talvez essa seja parte de um eventual problema. Mas também parecem querer atribuir res-

ponsabilidades exclusivas a quem trabalha online, deliberadamente esquecendo as dezenas de títulos redundantes que encontramos nas bancas, a proliferação de megagiradiscos em clonagem permanente nas ondas hertzianas, ou os cinquenta e tal canais (and nothing on...) que as TV Cabo colocam ao nosso dispor...

Não, a “culpa”, se é que ela existe, não é da Internet. Essa é história antiga. Se quiserem, há dezenas de anos já qualquer infofanático cidadão poderia mandar instalar em sua casa, quando e se assim muito bem o entendesse, umas quantas máquinas de telex, a debitar ruidosamente “todas as notícias do mundo”... e tempo nenhum para as absorver.

Será a overdose de Informação verdadeiramente um problema? Não será antes o melhor e mais saboroso dos pretextos para efectivamente demonstrarmos os nossos talentos? Quem melhor do que o jornalista para ler três mil notícias e decidir quais as trinta que merecem ser alinhadas num telejornal, para passar um texto inteiro na diagonal e perceber de imediato a entrelinha que faz a diferença? Não é mero acaso, é talento, formação.

E portanto, almas serenadas, acreditemos em que os bons jornalistas são efectivamente gatekeepers, e como tal terão sempre porque existir. Como em qualquer profissão/vocação, só aos maus desempenhos se aventam tenebrosos futuros (digo eu).

Não há qualquer razão para ver na Internet o Apocalipse do jornalismo escrito, radiofónico ou televisivo – e muito menos o do Jornalismo, ponto final. Não, os jornais não estão condenados, nem o fim dos jornais seria o fim do Jornalismo (ai, que pretensão, que vícios antigos estes, os dos senhores do egrégio papel, sempre preconceituosos relativamente ao audiovisual...).

Não, nem o Jornalismo em geral nem a informação de carbono em particular estão condenados. Aos media tradicionais, a Internet permite-lhes até que usem as armas dos outros: os áudios, os vídeos – todas as mais-valias, as “seduções fáceis” que tantos pruridos suscitavam (e que ontem vi aqui perguntar com melindre como se usam afinal, e qual será a medida certa, mais uma vez esquecidos de que sobre vídeo bastaria falar com os desdenhados companheiros da TV, e sobre áudio com os da Rádio...).

Não, os jornais de papel não estão condenados, repito – mas,

mesmo que se refugassem no online, ouvi eu aqui, “como pagá-los, então, que não vejo qualquer hipótese de subsistir?”.

Damn. Bastaria endereçar a pergunta aos companheiros, uma vez mais. Desta vez, aos do jornalismo online – que também já os há, e dignos, e sérios, e a sério (ao contrário do que acharão alguns académicos asfixiando nos seus próprios modelos teóricos, e ainda assim abundantemente citados nesta mesma sala). E provavelmente esses mesmos genuínos camaradas lhes responderiam que sim, pronto, um jornal online já se paga. Paga-se como os de papel: com publicidade, quando a há, e com um preço de capa.

Sendo este último o busílis da questão, não nego. Andámos muito tempo a tentar descobrir como se cobrava o papel electrónico. Entre os esquemas de assinatura e os logins temporários e pré-pagos, o easter egg de Colombo parece ter sido descoberto há pouco mais de seis meses (se tanto), e sim, Portugal parece mais uma vez extraordinariamente propenso a servir de cobaia: o “papel” é a ligação, ela própria.

Tal como os velhos jornais se fizeram donos ou parceiros dos patrões da indústria do papel, os jornais electrónicos estão a aprender a ser donos ou parceiros dos patrões dos telefones e das redes de cabo.

Sim, custa dinheiro, normalmente muito, e portanto também há quem tenha medo de que nos descubramos súbita e inevitavelmente vergados aos grandes grupos económicos: não ficaremos então todos nós sujeitos à agenda informativa di(c)tada por esses dois ou três grandes potentados? Não resultará daí, nos temas, nas abordagens, nas formas, um jornalismo normalizado, a Imprensa feita vítima solidária da (vade retro!) Globalização em curso?

Meus caros, todo o Hemisfério Sul se queixa disso mesmo desde que o Ocidente inventou os arduas. Quem (ou de quem) são afinal as grandes agências noticiosas? Quem (ou de quem) é afinal a CNN que incondicionalmente retransmitimos, qualquer que fosse o suporte, durante a Guerra do Golfo?

Note-se que não estou a dizer que não possa existir, que não exista já! esse perigo, ou que não seja até, mais do que um perigo, um facto consumado (ainda esta semana li algures que 60% de tudo o que se publica na Austrália, seja na Imprensa, na Rádio ou na

TV, depende de um só magnate dos media...).

Digo apenas que a Humanidade parece saber escrever notícias direitas por linhas tortas, e que tenho portanto apenas uma fé de que as Al Jazeera (por exemplo) não acontecem a equilibrar o fiel da balança por mero acaso. Até porque, quanto mais não seja, estamos a falar da tal Internet onde todas as utopias são possíveis, e mesmo não tendo cunhas na indústria do papel é possível continuar a publicar. Pudessem outros jornalistas dizer o mesmo dos suportes em que foram nados...

É a fé que tenho no Jornalismo, pronto. A mesma que me leva a não achar que exista “um jornalismo outro”. Existe bom e mau Jornalismo, ponto final.

E depois existem coisas que nem sequer o são.

Weblogs, por exemplo.

Weblogs. Mais uma buzzword. Outro D. Sebastião (ou infiel sarraceno, dependendo dos pontos de vista) no cibernevoeiro do nosso (des)contentamento. No fundo, ao que primeiro chamámos “home pages”, e depois “sites”, chamamos agora “weblogs”. As ferramentas existentes dispensam grandes conhecimentos de HTML e web design e tornaram-nos mais fáceis de produzir e actualizar. Mas não preferem chamar-lhe, em Português, “diários”? É que, uns melhores, outros piores, se bem pensarmos, é a mesma coisa...

Desde logo porque, tal como aconteceu com os velhinhos Diários que todos começámos numa vaga adolescência e que a esmagadora maioria nunca prolongou até aos dias de hoje, bem sabemos como o difícil não é começar uma publicação – é continuá-la, é estar aqui não sei quantos anos depois, e com isso ter uma História.

E no Jornalismo, a História só se faz com credibilidade; não basta ter histórias para contar.

E portanto, weblogs há-de haver. Uns feitos por jornalistas, e serão Jornalismo – talvez. E há-de haver outros, feitos por não-jornalistas, e que mesmo assim serão Jornalismo, como acontece hoje em dia na Imprensa escrita, mesmo quando é feita por gente desprovida da enganosamente certificadora carteira profissional, por exemplo. E há-de haver outros, escritos por jornalistas e/ou por não-jornalistas, que não são Jornalismo coisíssima nenhuma.

Um weblog é um weblog e em si nada mais que isso. É um

mero formato. E está tudo bem. Também não foi por haver muitas penas, canetas, esferográficas, (saudosas) olympus e processadores de texto à venda que todos nos tornámos escritores e romancistas.

Ou, de uma maneira mais rápida: há coisa de um ano estive em Coimbra, com o Professor Fidalgo, precisamente, e outras pessoas, a discutir os jornalistas e os produtores de conteúdos. Salvo erro, havia um “versus” no tópico do debate – como nos combates de boxe...

A discussão, com tantos medos parecidos com aqueles aqui manifestados, deu na única conclusão possível: naturalmente, todos os jornalistas são produtores de conteúdos, mas nem todos os produtores de conteúdos são jornalistas.

E é tão simples como isso. Nada depende de se ter ou não carteira profissional mas, mais cedo ou mais tarde, do público, que os consome ou não e que, tenhamos tento na língua porque se nos serve para umas coisas tem de servir para as outras, não é burro nem, como se costuma dizer em Portugal, “pimba”.

E mais digo: sim, até podemos contar com ele, com o público. Pessoalmente, já não passo sem os e-mails que me enviam, e à minha Redacção, às centenas, ou os posts que fazem publicar, aos milhares, nos nossos fóruns e motores de comentários. Mas não chamaria a essa relação “jornalismo colaborativo”...

Já o disse, uma coisa é ser Jornalista, outra é ser-se mais um anónimo (por mais popular que seja o weblog em causa) na Net. Eu, jornalista, tenho regras, e a elas estou sujeito de alma – e corpo. Literalmente: a Lei até sabe onde fica a minha secretária se eu fizer asneira. E outra coisa é encontrar o tipo que na Net, na minha página (pela qual só eu sou legalmente responsável), escreveu que o António Guterres é “isto” ou “aquilo”, sem ter como o provar, ou sequer precisar de o fazer...

Acarinho o público, evidentemente, como antigamente acarinhava as cartas e os telefonemas que recebia a sugerirem-me esta ou aquela história. O presente é só mais rápido e, talvez por isso, estranhamente mais emocional. Mas, tal como antes não publicava essoutras cartas e telefonemas sem tirar nem pôr, não posso publicar essas histórias electrónicas (quando o são) sem antes as investigar, e confirmar, e igualmente fazer tudo aquilo a que o Jornalismo

me obriga: o meu contrato com o público (que bom foi voltar a ouvir este termo) a isso me obriga – a desconfiar, precisamente, e sobretudo, do público.

Há uma diferença de fundo, todavia: e é a de que hoje em dia aquilo que me propõem não depende propriamente da minha validação. Essa história que me sopram ao ouvido pode perfeita e facilmente ser publicada pelo próprio. É isso uma ameaça?

Cartas anónimas toda a gente pôde enviar, sempre. Panfletos velhacos também. Mas Jornalismo, à séria, nem toda a gente sabe, nem toda a gente pode. E não é por acaso que, em dúvida, é ao jornalismo confirmado que toda a gente vem buscar as verdadeiras “notícias”. Uma coisa é uma história publicada no Terrávista. Outra é uma história publicada em [www.tvi.iol.pt](http://www.tvi.iol.pt)...

Ou, voltando atrás, no Jornalismo a História só se faz com credibilidade; não basta ter histórias para contar. E vice-versa: a credibilidade também se faz de ter História – saibam portanto os weblogs (por exemplo) sobreviver quanto baste...

É em parte por isto que a nova Internet ainda vive dos velhos media. A Internet tem tempo de menos para que possamos dizer “confio neles há x anos e nunca me enganaram”. Os sites dos velhos media, sendo novos como todos os outros, só são privilegiados pelo público porque levam emprestada essa credibilidade dos que já cá andam há tanto tempo que, “se fossem mentirosos, já tinham sido desmascarados”.

E portanto, sim, é criminoso acusar a Internet de ainda não ter fugido ao jugo dos antigos formatos. A Internet ainda não teve tempo para ser Internet. Pois se até a Wired, a primeira Bíblia do cyberpunk, já foi assimilada, e parece uma versão do Diário Económico on acid...

Ou antes: há por aí Internet à séria, com vida e estilos próprios, mas é cedo para que seja dessa Internet que falamos aqui. Nestas reuniões nunca se fala de vanguardas. Para nós, que estamos aqui a teorizar, e para o público, que lá fora precisa de tempo para se adaptar, o tempo certo é falar de “jornais” online, “rádios” online, “TV” online. Não se quer assustar ninguém. A evolução terá de ser gradual. O cocktail disto tudo, que é a essência Internet (haja largura de banda suficiente, e interfaces tão simples como virar

a página!), é muito complicado. E por mais que nos julgemos perfeitos, só nos aperceberemos do novo mainstream quando ele o for.

Para já, a nova Internet limita-se a repetir os erros antigos. Como as rádios piratas, antes de descobrirem como era serem de facto “locais”.

E se calhar por isso chegámos aqui a falar de jornalismo online, e acabámos a discutir... “jornalismo”.

Para a Internet, esta doença é só um excelente sintoma. Há cinco anos, nem ao Jornalismo a associariam.

(Paulo Bastos is away)

Eu sei. Eu, e outros, estávamos lá, quando todos desdenhavam sem sequer perguntar. Riram-se, quando eu e outros falámos de Internet e dissemos que valia a pena. Tal como se riram, quando desconfiámos das euforias bolsistas.

E nós cá estamos. E metade dessoutros já não. O terreno está juncado de cadáveres depois da primeira grande batalha. Penso que é nessa qualidade que aqui venho. Humilde e vaidoso, profundamente crente e igualmente céptico, como um doente bipolar. Mas (sobre)vivo.

(Paulo Bastos is no longer away)

O que descobriram afinal os relativamente velhos media na relativamente nova Internet?

Descobriram (finalmente) o seu público. Descobriram que o público reage, mais do que mostravam quaisquer relatórios das Relações Públicas. Que o público, mesmo adormecido com a tal alegada, suposta, teorizada, overdose de informação, consegue afinal manter algumas capacidades críticas na prática. E que era mais complicado do que parecia divulgar endereços de e-mail na televisão: o tal público despeja no Outlook & nos fóruns & nos motores de comentários coisas que nunca diria à telefonista do PBX geral.

Para o mal e para o bem, esse público não mais pode ser ignorado. Criaram-se novos hábitos. Se a porta alguma vez for fechada, arrombarão todas as janelas.

Já não podemos babar-nos de ser o Quarto Poder. Os convencionais media aprenderam com alguma dor que esse poder era apenas



emprestado.

Não era suposto? É isso que nos incomoda? No desconforto que a forma como sistematicamente desconfiamos da Internet e das novas tecnologias de informação, assemelhamo-nos por vezes a senhores feudais incomodados com o crescendo da arraia miúda... É tão traumático assim saber para quem trabalhamos afinal – ou já não ser segredo?, a quem devemos a nossa existência – não o dissemos sempre?

Seremos socialmente interventivos se a sociedade não encontrar como se rever no nosso trabalho? Apaixonámo-nos tanto pelos nossos monólogos, que com medo pânico dos públicos nos escudamos em falar para o boneco?

Os media convencionais aprenderam a insegurança. E tudo o mais é uma grande mentira.

A tal convergência de que tanto se fala, por exemplo, só é possível até certo ponto. Pensar que o Jornalismo pode ser enfiado numa base de dados, e devidamente racionalizado; e que o jornalista da TV escreveu um discurso para uma peça, e que esse texto está, mais automatismo, menos automatismo, pronto para passar na Rádio, ou para ser publicado num jornal, é algo que só podia passar pela cabeça de uns quantos yuppies iluminados (esses sim, “convergidos” dos anos 80).

Há-de haver sempre jornalistas mais aptos para o género escrito, e/ou para o áudio, e/ou para a TV, e/ou para o hipermédia. Não há FLiP, nem em versão de Português especificamente oral, que valha aos jornalistas de Televisão. Não há futuro para os jornalistas dos matutinos obrigados a produzir sínteses de vídeo de 30 segundos. Não há magazine de investigação semanário que sobreviva à pressão de “publicar já”.

O copy-paste desregrado entre géneros e o plágio institucional, por onde passam muitos dos medos aqui manifestados, não é exequível. Até por questões de adequação – de, se quiserem, rentabilidade.

Insisto: não há razão para que companheiros de profissão tanto continuem a se desconfiar entre si. A Internet está na mesa do lado. Apenas isso. E há lugar para todos no Snob, no Pedro V, e no Targus, e no Lux, e no Majestic, e no Viana.

“A Televisão mostra, a Rádio diz, os jornais informam”, ensinaram-me. Talvez seja uma perspectiva politicamente incorrecta agora, mas não vejo como qualquer convergência de géneros possa alterar estas definições, se é que não as reforça.

Talvez o ideal dos jornais, por exemplo, seja mesmo aquele em que o director do *Le Monde Diplomatique* traduzia “journaliste” por “jour analiste”, e portanto, os jornais “analisavam”. Neste correr-corre a que sem querer ficámos obrigados, os colegas dos jornais são os únicos que têm tempo para isso antes dos historiadores, e até me dá a impressão de que se esquecem dessa mais-valia...

Quanto à Internet, ainda não sei. A Internet ainda não sabe o que é. É complicado discutir o “online”, que nem tempo teve ainda para pensar em livros de estilo. A Internet ainda está preocupada a vir a estas sessões para se defender de insultos (que felizmente já rareiam) e desconfianças (essas ainda não), e a mostrar que não tem armas na manga.

Vamos lá discutir o Jornalismo, ponto, e pôr de lado a caça às bruxas. Isso é que é convergência.

(log out)

# **Jornalismo na rede: arquivo, acesso, tempo, estatística e memória**

Luís Nogueira  
Universidade da Beira Interior.  
E-mail: [luisnog@sapo.pt](mailto:luisnog@sapo.pt)

## **Introdução**

O surgimento da internet (e das tecnologias da informação, de uma forma genérica) é seguramente o factor primordial da reconfiguração (simultaneamente inquietante e fértil) do espaço mediático a que vimos assistindo nos anos mais recentes. Os modos de acesso à informação jornalística, assim como a organização estrutural e formal dessa informação, são inevitavelmente condicionados por esta nova realidade técnica e conceptual. As práticas jornalísticas teriam de, inevitavelmente, sofrer a influência de um suporte que apresenta singularidades e potencialidades suficientes para redesenhar todas as relações que têm lugar no ambiente mediático das sociedades contemporâneas. São vários os níveis onde nos podemos aperceber das influências mútuas e coabitações entre os modelos e utensílios tradicionais e as novas condições tecnológicas: do lado de quem produz, do lado de quem consome, na forma de produzir, na forma de consumir, nos canais e nas mensagens.

## **O arquivo imediato**

Se aceitarmos como uma evidência que um dos elementos essenciais para a descrição e caracterização da dinâmica social actual é a nossa relação com o tempo (ou melhor, os ritmos próprios de uma organização social que cada vez mais apertadamente mede e calendariza os desempenhos e as consequências), logo se constata que a internet veio não só suprir necessidades e superar constrangimentos na cronologia do processo comunicacional, mas também criar novos desafios. Nunca foi possível comunicar tão rapidamente

como agora, mas importa também questionar as implicações dessa aceleração comunicacional.

De certo modo, a lógica do tempo informativo entrou, nas diversas instâncias e para os diversos agentes do espaço público, numa era de quase imediatividade absoluta. Os utensílios de mediação permitem tempos cada vez mais curtos no cumprimento do ciclo comunicacional. É inquestionável que se verifica uma relação cada vez mais célere entre emissor (pela possibilidade de disponibilização imediata de conteúdos) e receptor (pelo acesso mais rápido a esses conteúdos), que o trabalho de pesquisa envolve cada vez menos esforço, que a disponibilização dos dados por parte das fontes é cada vez mais urgente.

Um outro conceito que está de um modo crescente estreitamente ligado à imediatividade do acesso à informação através da internet é o de arquivo. A nossa relação com a ideia de arquivo tem vindo a modificar-se de modo geral desde a banalização dessa ferramenta em muitos aspectos inaugural que é a internet. A ideia de guardar informação perde-se no tempo, e o esforço para criar dispositivos de preservação da memória colectiva ou individual (de entre os quais o mais notório talvez seja a biblioteca) assumiu várias formas ao longo da história. Mas esse esforço de salvaguarda do património tinha um horizonte de utilização incerto ao qual acresce a tradicional dificuldade do acesso. É precisamente neste ponto que a internet oferece a grande novidade: o acesso imediato (e de certo modo mais democrático) ao património informacional.

Se quisermos, podemos dizer que utilizamos a internet enquanto arquivo de uma maneira semelhante à que sempre usámos os arquivos que a precederam: para recolher informação. Se a sua função não mudou, é certo, contudo, que a sua lógica estratégica se metamorfoseou com o surgimento das bases de dados e, sobretudo, com o aperfeiçoamento dos motores de pesquisa. Ou seja, é ao nível do processo de desarquivação que se verifica o que de inédito existe no fenómeno da comunicação em rede. No fundo, é o índice de vida do arquivo que se altera. As ferramentas desenvolvidas pelas tecnologias numéricas permitem encarar o arquivo actualmente segundo uma lógica de pontualidade (aceder a qualquer ponto do arquivo) e instantaneidade (quase anulação do tempo dispendido na consulta)

até há poucos anos impensável. O que significa, por outro lado, que a tendência será para a consulta de qualquer documento de uma forma cada vez menos padronizada e mais flexível (como o demonstra o privilégio da lógica on-demand e do download que se parece afigurar incontornavelmente no horizonte).

Se virmos o arquivo numa perspectiva de espaço e de tempo, se o entendermos como um território que percorremos e exploramos, sabemos bem que os custos e os meios necessários para empreender cada tarefa são agora, na nova era das Tecnologias da Informação, bem mais reduzidos. Desde que a informação esteja devidamente indexada e organizada numa base de dados, torna-se virtualmente possível aceder a qualquer ponto do arquivo com celeridade e precisão. Esta questão da indexação e organização da informação implica, por isso, uma nova perspectiva na definição das políticas informativas por parte dos prestadores de serviços informativos. Por um lado, a informação deve ser organizada e indexada em função de garantias de elevada eficiência de consulta, por outro, toda a informação deve ter um lugar destinado na base de dados. Optimamente acessível, a preservação dessa informação tornou-se uma garantia de perenidade, mas também de uso potencial universal. Se correremos o risco de, ao entrarmos num regime de arquivamento total de todos os enunciados, signos e mensagens, criarmos um corpo imenso de dados – com os consequentes requisitos ao nível do desenvolvimento de mecanismos de pesquisa e acesso –, sabemos também que da parte do consumidor as exigências se dirigem cada vez mais ao detalhe e à precisão, e que quanto mais completo e diversificado o serviço, mais elevado o grau de satisfação. Com a vulgarização do uso das bases de dados a informação parece ter ganho, toda ela, mesmo a aparentemente mais inútil ou dispensável, uma garantia de eternidade e utilidade – para distintos receptores de muitas maneiras diversas.

De certo modo é toda a lógica e esforço de acumulação e de preservação que saem reforçados, uma vez que a combinação dos agentes inteligentes de pesquisa com a arquitectura relacional e categorial das bases de dados assegura que, a priori, hierarquias de importância e relevância na informação guardada são (e devem ser) extremamente flexíveis, isto é, é cada cibernauta, no seu processo

de consulta, em função dos seus interesses e no decurso da sua busca que dá (ou deve dar) ao alvo da sua pesquisa o grau de relevância ou o estatuto de utilidade mais apropriado.

Se nos meios de informação tradicionais nos habituámos a conviver com a rigidez da programação no tratamento da informação, na sua apresentação, na sua hierarquização, se estávamos sujeitos a uma matriz ou uma grelha que assegurava uma familiaridade, uma estabilidade e uma certeza de rotinas e comportamentos (o que, apesar de tudo, não deixou de se verificar completamente na internet), a lógica da integração das bases de dados com os agentes inteligentes veio assegurar ao aleatório um papel preponderante no modo e momento da pesquisa. De certa forma passámos (ou melhor: acrescentámos um conceito ao outro) da grelha ao browsing, do sequencial ao incisivo. Não se trata aqui do abandono das figuras, modelos e conceitos que se tornaram as ferramentas de aprendizagem e manuseamento dos meios de comunicação tradicionais, aqueles com que nos habituámos a ser conduzidos na torrente informativa dos diversos *media*, com as suas linguagens específicas. Trata-se, isso sim, de constatar o surgimento de novos e aperfeiçoados dispositivos de consulta, leitura e interpretação aptos a responder às novas faculdades e exigências do vasto universo informacional.

## Grelha e browsing

Sendo nítido este incremento de flexibilidade na relação emissor/receptor (e podemos mesmo dizer que assistimos a uma convivência entre dois modelos de apresentação da informação, a lógica expositiva da grelha – mais familiar – e a lógica selectiva dos motores de pesquisa – mais recente), ele não deixa de acarretar, simultaneamente, transformações no campo das lógicas narrativas que estruturam a circulação e o consumo de informação.

Se há um conceito que pode descrever o fenómeno global do hipertexto e os procedimentos de navegação em rede ele é o de escolha. De certo modo, a internet implica que um procedimento binário se tenha tornado a estratégia comum de consulta da informação: a diversificação de percursos possíveis implica que se proceda sempre

segundo padrões de privilégio e abandono. E sabemos bem que se a escolha significa a possibilidade de opção (ou seja, representa um incremento das liberdades), é verdade, por outro lado, que, colocados perante os múltiplos caminhos possíveis, perante as diversas decisões que podem ser tomadas, aumenta também a probabilidade da incerteza e mesmo da deambulação infundável. A qualquer momento o percurso inicialmente previsto pode ser alterado – e essa deriva pode culminar numa meta surpreendente e reconfortante ou num ponto de desilusão e erro. Daí a necessidade dos motores de pesquisa, dos aggregators e dos portais, daqueles dispositivos cuja função é precisamente fornecer informação sobre a organização da informação. Daí que ao lado da pesquisa autónoma do cibernauta que por sua conta e risco se aventura no cosmos informativo apareça como cada vez mais pertinente uma lógica da pesquisa orientada, com os seus guias, roteiros, estações, triagens, sugestões – tudo no sentido de facilitar o acesso à informação pertinente de forma precisa: ou seja, fornecer informação sobre a existência, localização e pertinência da informação pretendida.

Se virmos a rede ou o hipertexto como um universo potencialmente global e infinito, com os seus desertos decepcionantes, os seus espaços férteis, as suas armadilhas e tesouros, as suas sedução e decepções, um outro desafio se nos coloca: como operar o fechamento das narrativas, a aquisição do sentido, a contextualização dos dados, fixar os alvos de chegada quando um abismo de eventualidades se oferece e que pode levar os menos avisados ou a uma frenética info-filia ou a uma avassaladora info-fobia? A lógica do on-line, como sempre acontece com os novos territórios, é uma lógica nómada. Estamos ainda em busca das melhores formalizações, num regime de experimentação não só ao nível das linguagens, das concepções e dos objectivos mas também dos desenvolvimentos tecnológicos que ininterruptamente se processam. Por isso, precisamos naturalmente de sinais a partir dos quais nos possamos orientar, de pontos cardeais e referências que nos instruem no trajecto e nos guiem ao objectivo que se pretende atingir. No fundo, pretendemos conjugar o encanto libertador do nomadismo com a certeza securitária do lar. A lógica dos portais, dos motores de busca ou dos bookmarks é precisamente essa – garantir a segurança e a orientação no ciberespaço

– e tão mais importantes estes dispositivos se tornam quanto, no hipertexto, todo o local pode ser um ponto de partida e qualquer lugar pode ser o ponto de chegada. Para que nesse intervalo, entre a partida e a chegada, possa surgir algo como uma história ou uma estória, uma narrativa, uma leitura estabilizada nos seus contornos e apropriada nas suas consequências precisamos da aprendizagem de novos procedimentos hermenêuticos para operarmos um mais correcto e adequado uso das ferramentas antes referidas.

De certa forma, estes utensílios (motores de pesquisa, bookmarks, portais, agreggators) são um complemento ou uma extensão daqueles que nos órgãos de informação tradicionais eram já os nossos pontos de referência, abertura, encadeamento ou fecho: sumários, destaques, títulos, leads, pirâmide invertida, rubricas, secções, genéricos, separadores, mecanismos desenvolvidos para mais facilmente conduzir o receptor à informação do seu interesse e para o familiarizar com a retórica do media utilizado. Trata-se de uma extensão porque revelam novas capacidades e aumentam a eficiência performativa na consulta, mas são também um complemento já que o novo interface não obedeceu a qualquer concepção original, mas antes herdou dos canais que o precederam (a televisão, a rádio, a imprensa) fórmulas e modelos agora redesenhados e recombinaados.

Toda a internet se passa num ecrã. É pois aconselhável percebermos o que se passa nesse ecrã, um formato de apresentação de informação que nos acompanha desde pelo menos, de uma forma tácita ou explícita e nas suas diversas modalidades, a invenção da perspectiva linear no renascimento. Não é possível, pelo menos neste momento, pensar a internet senão neste formato. É esse o interface que neste momento utilizamos e, a menos que as perspectivas mais optimistas acerca dos dispositivos de realidade virtual se cumpram, será nele que continuaremos a operar – seja no desktop, na televisão digital ou no telemóvel.

Em primeiro lugar, é importante notar nele a coexistência de diversos elementos: imagens fixas, texto, manchas gráficas, logotipos, ícones, imagens animadas, etc.. Facilmente percebemos então que a lógica de apresentação da informação na internet deve mais ao design gráfico e à tipografia (pois o texto tem um papel predominante) do que à lógica do monitor televisivo, aquele que antes da invenção



do ecrã de computador era o nosso formato nobre incontestado.

Mas a grande diferença entre o ecrã televisivo (tal como o conhecemos) e o ecrã de computador é a relação dinâmica que estabelecemos com ele, a possibilidade da acção e da viagem, as quais nos são facultadas pelo hipertexto, pela lógica das hiperligações e pela lógica da conectividade herdada do telefone. A sensação que temos quando exploramos a internet é que nos movemos, e que esse movimento tem possibilidades múltiplas, abre diversas possibilidades de escolha de percursos, há roteiros inúmeros que podem ser percorridos e a eventualidade da deriva e da deambulação é bem notória. Se é virtualmente possível fazer uma exploração infinita e eterna na rede, conhecemos também a inutilidade de que se reveste tamanha aventura. E reconhecemos essa inutilidade porque a lógica do conhecimento e da acção humanas é uma lógica narrativa.

Sabemos que a forma de dar sentido ao mundo é a imposição de constrangimentos temporais e espaciais, o estabelecimento de contornos formais ou psicológicos para os factos, a composição e disposição de referências e de agentes num esquema retórico que torna as descrições, os testemunhos e as representações dos acontecimentos familiares e claras. Sem a articulação desses diversos elementos em unidades reconhecíveis não advém sentido ou contexto que demarque um espaço de identidade, de conhecimento articulado e de adequação intelectual.

Por isso, precisamos de ver a internet como um território, algo que pode não só ser transitado mas também apropriado, descrito, familiarizado. Ou seja, um espaço onde podemos fazer coisas – para o que aqui nos interessa, onde podemos recolher informação. A internet veio de certa forma desconstruir as lógicas de sequencialidade e completude prevalecentes desde há muito nos usos dos instrumentos informativos de mediação: os limites do quadro, da fotografia, do filme, do livro, da emissão televisiva, da notícia, da reportagem. Era relativamente simples envolver num único olhar abrangente o início e o fim daquilo que nos era apresentado. E se um meio remetia para outro, as instâncias e modalidades de articulação eram facilmente distinguíveis. Agora vivemos numa espécie de cosmos informativo imenso, infindável, ininterrupto, conectado, uma espécie de sistema informativo que a cada momento descobre

novas ligações combinatórias. Ao nível dos serviços informativos é também neste ponto, no cruzamento dos diversos suportes, canais e linguagens, que se decidirá não só o futuro de uns e outros (a tão falada questão do fim do papel, da integração da televisão com o computador, da nova geração de telemóveis), mas também as implicações que estas novas lógicas de coexistência não deixarão de trazer para os estilos, géneros e modelos que identificam as várias linguagens jornalísticas. Podemos bem perguntar o que será da notícia, da reportagem, da entrevista, da breve no futuro do jornalismo, que géneros serão privilegiados, que metamorfoses podem ocorrer, que dispositivos podem separar opinião e facto, que lugar se reserva à objectividade.

### O predomínio do teasing

À forma como a informação nos era antes apresentada na televisão, na rádio e na imprensa poderemos chamar algo como a sua retórica, ou seja, a forma como os seus discursos e os seus enunciados são esquematicamente propostos e organizados. Quando observamos a migração dos órgãos de informação tradicionais para a internet percebemos que uma nova retórica se nos apresenta, com os seus novos lugares comuns em fase de solidificação, com as suas novas instâncias rítmicas, os seus novos sinais de abertura, continuidade e fecho. Quando tudo está ligado até ao infinito (ou antes, no infinito) é necessário desenvolver estratégias de modelação que assegurem o sentido (a organização temática em dossiers ou categorias é uma delas).

Podemos dizer que se há uma nova regra retórica imposta pela estrutura do hipertexto – a qual essencialmente define o regime estrutural da internet – é a do teasing. Em primeiro lugar, tal verifica-se ao nível da esquematização temática dos diversos assuntos e secções, ou seja, numa janela que é o ecrã de computador encontramos a possibilidade de penetrar em espaços autónomos de informação. Mas, talvez mais importante, apercebemo-nos que a lógica do teasing se verifica sobretudo por uma questão de economia da atenção e de arranjo da curiosidade: a informação é objecto de um tratamento de depuração que visa não só a síntese, mas também

o impressionismo – aliás, cada vez mais o dito popular “a primeira impressão é sempre a mais importante” parece ter-se tornado a regra de ouro de todo o processo informativo contemporâneo, numa altura em que os desejos, as vontades e os afectos em geral são alvo de um processo de mapeamento e rastreio detalhado como nunca. Cativar ao máximo com o mínimo de informação parece o mandamento comum. É em função deste regime de rendibilização da atenção, da disponibilidade e, talvez mesmo, da fé do consumidor que se devem pensar a mutação das linguagens, das formas discursivas e das modelações retóricas em andamento. E é neste aspecto que a atenção crítica não pode ser descurada, pois se há categoria psicológica que se arrisca a ser determinante no futuro de informação (com implicações ao nível da objectividade e uso desta) é precisamente a fé do receptor e os usos que dela se podem fazer.

Ver televisão, ouvir rádio ou ler jornais eram actividades com as suas características distintas, os seus requisitos específicos, as suas formas de atenção e fruição próprias. Ora, aquilo que neste momento parece ser significativo no fenómeno de migração dos meios tradicionais para o on-line é, em grande medida, a perda dessas peculiaridades identificativas e, de algum modo, uma certa homogeneização das fórmulas, das estruturas e das gramáticas utilizadas para apresentar a informação. Independentemente do tipo de serviço de informação originalmente prestado (jornalismo televisivo, radifónico ou escrito) apercebemo-nos que (pelo menos até ao momento, pois não sabemos o que nos reservam os futuros dispositivos técnicos como a televisão digital ou as novas gerações de telemóveis) os constrangimentos e especificidades do novo interface (o ecrã de computador) deixam muito pouco espaço para a manutenção dos elementos que antes diferenciavam os suportes tradicionais, assistindo-se pelo contrário à integração crescente de elementos vários (texto, imagem fixa e animada, som, ícones, etc.) em estruturas formais relativamente coincidentes. A retórica (ou seja, a organização formal e esquemática dos discursos) na internet não diverge em muito quer se trate de um jornal, de uma rádio ou de uma televisão – aliás, pode acrescentar-se que aquilo que antes os distinguia (o som ou a imagem, por exemplo) é, neste momento, uma marca distintiva residual (o som para as rádios ou a imagem

para as estações televisivas).

Perante este estado dos factos, uma questão nos surge então e que tem a ver com o futuro dos serviços de informação on-line: podemos supor que a tendência será para, no futuro, a integração do som, da imagem e da escrita ser a regra geral e as excepções serem os serviços diferenciados? Ou será esta coincidência de formatos fruto de uma contingência técnica, quer dizer, de um factor extrínseco que condiciona as modalidades formais e a tipologia dos conteúdos? Se aceitarmos que esta coincidência de formatos e de estruturas entre meios que tradicionalmente eram claramente diferenciados se deverá sempre às características e constrangimentos técnicos impostos pelo suporte, podemos supor que o fim das rádios, televisões ou jornais como os conhecíamos está aí à porta e que os novos serviços de informação aliarão inevitavelmente texto, imagem e som. Ou será que, inversamente, cada um destes elementos reivindicará sempre linguagens próprias e diferenciadas, respondendo com performances insubstituíveis a necessidades particulares?

Ora, se a nova lógica temporal, a nova lógica narrativa e a lógica discursiva são determinantes para se entender a transmutação dos órgãos de informação dos seus suportes tradicionais para o meio digital on-line, talvez o factor decisivo seja precisamente a novidade técnica que a internet representa (e a influência que decerto não deixará de ter nos meios que aí vêm). Se antes tínhamos suportes distintos (rádio, televisão, escrita) para responder a necessidades, comportamentos e psicologias distintas da parte dos utilizadores, a lógica da digitalização universal de conteúdos não só favoreceu como, de certo modo, impôs a integração dos conteúdos diversos num só canal. Por quanto tempo este estado de coisas permanecerá vai depender, com certeza, dos desenvolvimentos tecnológicos que se aguardam.

Se tudo é neste momento passível de ser digitalizado, tal significa não só que aquilo que estrutural e contextualmente antes separava cada um dos canais (e podia ser notado como sinal de diferença e identidade entre os diversos meios) terá agora tendência a conviver. Importa, por isso, neste ponto, interrogar se esta nova realidade técnica, com os constrangimentos que lhe são inerentes, não implica também um amalgamento das distinções estilísticas,

retóricas, estéticas e formais que antes prevaleciam. Quer isto dizer: por quanto tempo mais perdurarão as diferenças herdadas entre os diversos suportes e linguagens? E, por outro lado, serão elas necessárias? E se forem necessárias, se tiverem um enraizamento na psicologia ou mesmo na fisiologia humanas, que estratégias poderão ser inventadas para as reavivar e lhes garantir a sua continuidade? Parece-me que a maior dificuldade com que nos enfrentamos na procura de uma resposta a estas diversas questões tem sobretudo a ver com a natureza de work-in-progress da internet tal como até ao momento a conhecemos. Se pensarmos que a internet era no início só dados sem elementos gráficos e que progressivamente veio a incorporar imagens fixas, sons e imagens em movimento, facilmente percebemos que se há algo que ela nunca irá perder é certamente o seu carácter de conectividade universal, mas pouco seguros podemos estar das características formais dos conteúdos que irá veicular. Ou seja, se o futuro será de qualquer forma em rede, os instrumentos e modalidades de exploração são ainda uma incógnita.

### **A estatística total**

Um dos aspectos mais importantes e mais determinantes do mundo on-line para compreendermos as lógicas de circulação da informação que se verificam e as que se adivinham parece ser a pan-estatística que o caracteriza. Com isto queremos dizer que na internet, pela sua natureza cibernética, tudo pode ser medido, registado, quantificado. E isto levanta importantes e pertinentes questões de ordem política e ética. Tão importante como a análise da informação nas suas instâncias formais, estruturais, linguísticas e semióticas, será com certeza o estudo do regime de circulação inaugurado pela sua existência digital, ou seja as novas condições de exercício do gate-keeping. Isto porque, contiguamente à informação noticiosa que pretende relatar os factos, acontecimentos e estados do mundo e que constitui o objecto da consulta pelo utilizador, se vai criando, acumulando e tratando uma outra informação que não tem já a ver com a significação intrínseca dos conteúdos difundidos, com a sua organização interna, com a sua arquitectura formal, com o seu valor estético, com a sua tipologia moral (ou seja, com as suas mo-

dalidades e estruturas endógenas), mas que é, antes de mais, um dispositivo de controlo da sua circulação, uma ferramenta de poder e uma forma de medir e controlar as suas consequências económicas e as suas implicações sociais que pode ser determinante no cálculo do seu valor de verdade, no arranjo dos seus critérios de noticiabilidade e exposição e na estipulação das suas virtualidades políticas. Ou seja, na construção do espaço público – para o que a atenção crítica deve estar de aviso.

Neste fenómeno não há nada de verdadeiramente original. Ele vem apenas no seguimento dos dispositivos desenvolvidos para medir audiências, tiragens, shares e todos os instrumentos que ao longo do tempo se foram depurando no sentido de com mais precisão caracterizar a relação entre emissores e receptores de mensagens, de modo a fazer corresponder com mais adequação e ganho o tipo de produto oferecido ao tipo de expectativas enunciado. É apenas no sentido em que as tecnologias numéricas permitem levar essa tarefa a graus de precisão antes inalcançáveis – que os estudos estatísticos de audiências não eram capazes de facultar porque funcionavam através de amostras dentro de um universo – que é necessário inquirir as repercussões que a utilização dessa informação no controlo da circulação da informação (que conteúdos, com que objectivos, com que alvos?) pode ter na configuração do espaço público.

O digital permite classificar e descrever, com uma precisão considerável, o universo dos consumidores de informação: quem lê, quando lê, quantos lêem, quem comenta, o que lê. Não se chegará com certeza ao ponto de considerar que existe aqui objectivamente alguma violação de privacidade, mas o que importa relevar é a possibilidade real de a maior parte dos utilizadores de serviços informativos desconhecer que essa informação pode estar a ser guardada e manuseada sem o seu consentimento e, mais grave, sem o seu conhecimento. Não é de todo gratuito ler este fenómeno à luz da salvaguarda dos direitos, liberdades e garantias no quadro político dos regimes democráticos ocidentais. Não se trata de uma questão simples. Bem pelo contrário, e uma vez que remete para questões de ordem ética, política e moral, é de todo pertinente que qualquer leitura crítica ou esforço analítico não descure a contextualização complexa das interrogações que suscita.

Elaborar o perfil de cada cibernauta individualmente ou caracterizar tipológica e estratificadamente uma comunidade de cibernautas passou a ser mais facilmente possível e com elevados níveis de precisão. Obviamente que um dispositivo de tão vastos poderes levanta questões éticas e contém implicações políticas. Para o bem ou para o mal, poderíamos dizer, se quisermos expor de forma bastante esquemática as possíveis consequências da utilização dessa informação pelos prestadores de serviços informativos. Para o bem porque significa que quem produz informação pode mais facilmente adequar os conteúdos às necessidades e desejos daqueles que a procuram e desse modo ir de encontro às exigências daqueles que solicitam essa informação e que reivindicam necessariamente um serviço que lhes garanta o máximo de satisfação. Para o mal, se este dispositivo for utilizado para reduzir a vivência humana à lógica redutora do número e da quantidade, dos padrões, das médias e das maiorias. Neste caso servirá bem melhor aqueles que entendem que o mercado tem sempre razão e é de acreditar que a lógica de funcionamento da internet, para estes, não se distinguirá em muito dos meios de comunicação de massas tradicionais, em particular das televisões generalistas e da indústria cinematográfica americana. No caso anterior, servirá melhor aqueles que valorizam a diversidade da procura e da oferta, as especificidades de um público heterogêneo e uma lógica de preservação e estímulo de espaços críticos talvez minoritários, mas nunca desprezíveis. Certamente a coexistência destas perspectivas é não só desejável como possível. E se há canal, território e imaginário que reúne condições para responder a estas diversas reivindicações de pluralismo ele é a internet, como melhor ou pior se tem comprovado.

Do levantamento de questões desta índole depende em muito a esperança de vida da ideia romântica da internet como espaço plural. Se é certo que esta crença de algum modo ingênua se tem vindo a esmorecer à medida que os grandes conglomerados económicos se vêm apropriando de espaços de visibilidade cada vez mais vastos, fazendo valer o seu poder financeiro, é de todo o interesse incluir no debate público, académico e político a discussão desse fenómeno como método reflexivo e crítico, antes que o ciberespaço se veja enredado em vícios e preocupações de que

enfermava o espaço mediático tradicional. Ainda que a internet seja um espaço demasiado amplo e múltiplo e em muitos aspectos desconhecido para que sobre ele se possam enunciar perspectivas ou decisões definitivas, será de alguma forma pertinente começar a inquirir que configuração lhe prospectivamos do ponto de vista das suas consequências sociais e políticas.

Se é verdade que cada vez mais ela reproduz a estrutura económica, social e política do mundo que a antecedeu, com todas as vicissitudes e virtudes que o caracterizam, são-lhe, por outro lado, próprios e inalienáveis um conjunto de dispositivos e procedimentos que a distinguem e nos garantem que nada voltará a ser como dantes. Em primeiro lugar porque inaugurou uma lógica de mediação que os serviços e meios tradicionais estavam longe de cumprir: a interactividade. Há de certo na raiz da internet uma lógica de ágora, de espaço cívico que abre ao cibernauta possibilidades de agir que antes lhe estavam vedadas. Virtualmente cada cibernauta pode implementar quantos espaços de discussão desejar. De certa forma, é uma espécie de apogeu da lógica do *do it yourself*. Não parece que haja outra forma de a definir senão como um espaço liberal. Liberal até no sentido em que permite, por exemplo, construir novas formas de identidade, como é o caso do anonimato. Mas liberal também ao nível do comprometimento crítico em fóruns e espaços de discussão de um modo apenas possível por causa da internet.

De certa forma são as condições de cidadania e subjectividade que se estão a modificar. Mas aquilo que é apenas aparente não se deve dar por garantido. A existência de ferramentas favoráveis à participação não garante a adesão dos actores sociais a esse papel, como bem o sabemos. E teremos de saber lidar conjuntamente com o poder e o território senhoreado pelos grandes grupos mediáticos lado a lado com as vantagens activistas do self-publishing, ou seja, da entrada de um certo poder quase doméstico e comunitário no espaço mediático global. As implicações ao nível das categorias da objectividade e da opinião trarão certamente novas questões, sobretudo por um motivo: estes dois modelos informativos (de um lado o p2p, os weblogs e os fóruns, do outro aquilo que se poderiam denominar os órgãos de informação mainstream) parecem corresponder a dois modelos de cidadania, e as novas formas de jornalismo pare-



cem ter como pretensão suprir um déficit de participação existente na arquitectura mediática tradicional. Toda a questão da objectividade talvez tenha que ser revista à luz dos conceitos e objectivos de cada um dos modelos em convivência.

### **Memória e motores de pesquisa**

Vivemos no cosmos informacional com duas características que parecem fundamentais: uma isotopia e uma isocronia. O que se pretende dizer com isto? Que, teoricamente, todos os espaços e todos os tempos se equivalem, ou seja, a qualquer momento é possível chegar a qualquer lugar no mar de informação e de qualquer lugar é possível aceder a informação de qualquer tempo. Significa isto que procedemos cada vez mais não só em função da lógica do tempo real e da imediaticidade, mas, também que a ideia de arquivo foi revivificada. A lógica do acesso imediato significa simultaneamente que a informação entrou também num regime de proximidade total. Se toda a informação pode ser acedida, tal significa que toda a informação deve ser preservada.

Parece cada vez mais que o mundo da informação duplica o mundo da vida – umas vezes que eles coincidem outras que se substituem e que os trânsitos entre um e outro que nos acontecem são cada vez menos conscientes. E então importa perguntar: se a informação, e o jornalismo sobretudo, pela sua vontade de evidência e testemunho, tudo pode descrever e se o cosmos parece passível de ser descrito como informação, será que usamos a informação para fazer mundos, para organizar e interpretar dados e factos, para construir narrativas, ilustrações e contextos de familiarização e aprendizagem, ou, de outra maneira, o mundo é feito de informação e a lógica da total digitalização de todas as informações e dados indicia que aquilo que a humanidade tem procurado com os seus diversos instrumentos de mediação ao longo da história desde as pinturas rupestres, da invenção da escrita, das lendas e mitos orais, da fotografia, da televisão ou do cinema é aperfeiçoar modos de apresentar e guardar informação para construir a grande narrativa da vida de modo a que a qualquer momento se possa aceder ao passado e determinar o futuro num presente contínuo que não obe-

dece já à lógica da flecha temporal que se dirige do passado para o futuro, de trás para a frente, e assim garantir a possibilidade dessa isotopia e dessa isocronia onde o devir do mundo seria apercebida nessa lógica de tempo real sem memória, condensado, apenas com acesso? E quase provocatoriamente poderíamos perguntar se a internet não poderá ser essa antecâmara do hiperespaço virtual tão caro à ficção científica. Será que é da natureza da informação, nesta era digital, toda ela se encaminhar para uma enorme base de dados onde toda a mecânica do mundo e todos os actores dessa mecânica estejam contidos?

A ser assim devemos colocar aqui duas questões: qual o papel da memória nesta nova realidade e quais as modalidades em que se processa (e processará) a sua relação com os motores de pesquisa? Não havendo descrição técnica ou científica do funcionamento da memória, dos diversos tipos de memória, podemos contudo assumir que a memória é um procedimento que nos permite localizarmo-nos no universo de informação que constitui o espaço da vida onde nos movemos e agimos. É uma forma de aceder aos dados que compõem a nossa narrativa pessoal e colectiva, em função dos quais tomamos as nossas decisões e manifestamos os nossos afectos. Possui certamente vários níveis de organização e é manifestamente pluri-funcional. Não conhecemos bem as suas regras mas habituámo-nos, em tempos recentes, a vê-la como uma espécie de veículo, mais do que um armazém. Sabemos também que está intimamente ligada à linguagem, à natureza de nomeação, predicação e indexação desta. A linguagem não possui apenas uma função referencial mas também uma função pragmática, serve para contextualizar os factos e os agentes, as suas modalidades e propriedades – e também para os categorizar e classificar, ou seja, de certo modo, para descrever e manifestar a estrutura dos acontecimentos do mundo, as suas hierarquias e valores.

Ora, o que acontece nos sites da internet é que, de certo modo, a sua retórica está muito próxima da forma de organização da informação próprios da imprensa: destaques, secções, rubricas, categorias. E essa forma de organização da informação é já bem nossa conhecida. De certo modo, corresponde à informação redundante, e essa não traz nada de novo, de certo modo é uma meta-

-informação, uma informação sobre a organização da informação. Aquilo que é propriamente novo no funcionamento da internet são os motores de pesquisa. E aquilo que estes fazem é limitar a redundância da informação ao estritamente necessário no processo de consulta. Por isso, podemos avançar com a hipótese de que eles emulam, de alguma maneira, uma das características não só daquilo que entendemos como a memória humana, mas também aquilo que consideramos a inteligência ou o raciocínio. São com certeza uma concretização parcial daquilo que designamos como inteligência artificial. Esses motores de pesquisa duplicam de algum modo uma das funções da nossa memória: aceder ao banco de dados de forma imediata, através de um procedimento feito de abreviações e inferências em que a redundância é diminuída para nos levar ao lugar exacto, preciso, onde se encontra a informação pretendida. Se podemos partir daqui para algo como uma teoria cibernética da mente humana é algo arriscado, mas também aliciante.

O que nos leva a perguntar: será na lógica numérica dos instrumentos de mediação digital, na lógica universal da linguagem numérica que poderemos encontrar os utensílios e os materiais para uma nova descrição da psicologia humana? E de que forma podemos já vislumbrar tal facto no campo jornalístico? Em relação aos media tradicionais, em que o arquivo não estava disponível em tempo real, a grande vantagem da internet é que a capacidade de indexação, aliada ao poder de computação e de armazenamento da informação, torna toda a informação virtualmente imediata. Ou seja, se antes o destino do trabalho jornalístico se jogava ao nível do efémero (o curto prazo de validade do conteúdo do jornal, a irreversibilidade do noticiário televisivo ou radiofónico), agora a informação entrou no regime do presente contínuo potencial. Se pensarmos nas ideias de Platão sobre as consequências da invenção da escrita nas formas mnemónicas características das sociedades antigas, podemos supor que aquilo que a internet veio operar é uma ruptura do mesmo alcance com os hábitos e procedimentos intelectuais que até agora vigoraram. E que o papel da memória está em vias de mudar à medida que se altera também a nossa relação com os instrumentos de mediação e as retóricas informativas até aqui vigentes.

## Conclusão

Pelo que ficou dito se percebe que a transmutação dos media tradicionais para a internet levanta algumas questões ao nível dos procedimentos intelectuais e das estruturas formais e retóricas da prática jornalística que apenas o progressivo desenvolvimento das tecnologias pode responder. Podemos por isso verificar que se um momento de crise (de rupturas e decisões) vivemos ele tem a sua motivação mais profunda nas constantes e céleres modificações do ambiente tecnológico contemporâneo.

Um dos pontos que se parece afigurar de maior importância é a convivência dos motores de pesquisa lado a lado com o design em forma de mosaico que tradicionalmente reconhecemos dos media convencionais. Tal significa que os procedimentos do receptor, daquele que recebe a informação, deve agora ser encarado sob uma perspectiva diferente: que ambos os utensílios disponibilizados correspondam a um mesmo intuito parece claro; que um (o motor de pesquisa) seja uma depuração do modelo da grelha e substitua o trabalho do receptor no momento da pesquisa, potencialidade permitida pelos avanços notáveis ao nível da computação parece também incontestável; o que deve pois ser salientado é que o funcionamento de um e outro implicam vantagens e requisitos distintos ao nível das formas de atenção e consulta, com importantes consequências na psicologia do receptor, mas também que da parte do emissor a abordagem do valor da informação no espaço e no tempo devem ser objecto de requalificação e reorganização como se verá no futuro.

Por outro lado, e porque se impôs a lógica do tempo real na esfera das decisões, aquilo que podemos perceber é, tal como dissemos antes, que a informação vive hoje em dia no regime do teasing e da concisão. A informação funciona cada vez mais por inferência, abreviação, reduzindo ao máximo a redundância – processo do qual a manifestação plena é precisamente o design do motor de pesquisa. A comunicação entrou num novo paradigma, com consequências ainda longe de poderem ser averiguadas ao nível do seu valor hermenêutico, das suas modalidades simbólicas, das suas performances políticas e sociais.

Perceber os condicionamentos técnicos nesta viragem é fundamental. O tipo de interfaces que se venham a desenvolver e o crescimento das capacidades de computação das ferramentas numéricas que nos aguarda serão factores determinantes na remodelação de hábitos, com implicações não só ao nível das subjectividades, mas ao nível da formação e da aprendizagem, uma vez que as formas de atenção, de concentração e de raciocínio (que não deixam de envolver custos e ganhos, fracassos sucessos) são sempre condicionados pelo funcionamento dos dispositivos de mediação e do ambiente que compõem. Importa então começar a questionar as consequências desta nova forma de agir intelectual, com os seus riscos e oportunidades, por exemplo no capítulo da literacia (e das formas de literacia que podem surgir), da diversidade estilística e da mutação das linguagens com as seguintes implicações no design da informação, ou seja, na forma e função desta. Numa época de privilégio da síntese e da concisão ao nível da duração, onde poderemos encontrar as unidades mínimas de informação para onde a depuração constante das técnicas de redacção jornalística nos têm encaminhado? Estaremos nós a caminho de uma época em que assistiremos ao luto da longa duração, agora que ela nos parece já moribunda? Privilegiaremos a acrobacia sobre a endurance? A brevidade sobre a extensão? O impressionismo sobre a dissecação?

Que papel está agora guardado para a imagem, o som e o texto na nova realidade da internet? Que hierarquias se estão a estabelecer agora entre esses diversos elementos? Aquilo que antes distinguia cada um dos media e era predominante nas suas formas próprias de organização da informação estará em vias de mudar? Terá a escrita na internet o privilégio que lhe é naturalmente outorgado pelo facto de ser o meio mais próprio para apresentar os enunciados da linguagem natural e estará por isso a imagem e o som destinados a serem complementos dessa forma privilegiada de expressão? Ou será esta subalternização do som e da imagem ao texto devida a contingências técnicas e estarão eles destinados a recuperar a sua especificidade logo que essas carências técnicas sejam ultrapassadas (principalmente a largura de banda)? E se, por exemplo, com a televisão digital a imagem voltar a assumir o seu protagonismo actual, ainda assim não obrigará ela a que cada su-

jeito desenvolva novos procedimentos de utilização da televisão (ou daquilo que ainda reste dela)? Sentiremos nós um dia nostalgia da televisão e da rádio como os conhecemos?

Será que a lógica de actualização noticiosa permanente ditará uma nova calendarização dos ritmos e hábitos de leitura? Que lugar para o semanário e o diário? Desaparecerão eles e ficará a amplitude cronológica restringida ao arco que vai do imediato ao intemporal, mediada esta amplitude pela lógica do arquivo?

# O ensino do jornalismo no e para o século XX

António Fidalgo  
Universidade da Beira Interior.  
E-mail: fidalgo@ubi.pt

## Em jeito de introdução

Julgo que de entre as razões por que me convidaram para estar nesta mesa,<sup>1</sup> se contará a de, para além de ser professor num curso de comunicação numa universidade portuguesa, ser director do jornal online Urbi et Orbi<sup>2</sup>, responsável pelo portal de ciências da comunicação<sup>3</sup> (que engloba nomeadamente a BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação<sup>4</sup>, a Recensio – Revista de Recensões de Comunicação e Cultura<sup>5</sup> e a Tubi-web, televisão online<sup>6</sup>, e investigador responsável do projecto “Akademia: Sistemas de informação e novas formas de jornalismo online”<sup>7</sup>, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia. Compreenderão por isso que a minha intervenção neste fórum se centre sobretudo no relato destas actividades e não numa análise em detalhe das mudanças que a Internet provocará inevitavelmente na formação académica de futuros jornalistas.

Existem disponíveis na Net excelentes estudos sobre o tema, nomeadamente os publicados pelo European Journalism Center, (*European Journalism Training in Transition. The inside view*<sup>8</sup>, organizado por Jan Bierhoff e Mogens Schmitt), e, quedando-me a um nível genérico, pouco mais saberia fazer do que parafrasear

---

<sup>1</sup>Comunicação proferida no Congresso Internacional sobre Jornalismo e Internet, Universidade de Coimbra, 28 e 29 de Março de 2001.

<sup>2</sup><http://www.urbi.ubi.pt>.

<sup>3</sup><http://www.labcom.ubi.pt>.

<sup>4</sup><http://www.bocc.ubi.pt>.

<sup>5</sup><http://www.recensio.ubi.pt>.

<sup>6</sup><http://www.tubi.ubi.pt>.

<sup>7</sup><http://www.akademia.ubi.pt>.

<sup>8</sup><http://www.ecj.nl>.

tais estudos. Prefiro, portanto, centrar-me num caso muito particular, as iniciativas acima referidas e respectiva interligação com o curso de ciências da comunicação da Universidade da Beira Interior. Talvez no fim se possa tirar uma moral da história, ou seja, surjam algumas sugestões para docentes e alunos de jornalismo aqui presentes.

### **BOCC e Recensio – formação a partir da Internet**

Desde há quase dois anos a esta parte temos procurado no Curso de Ciências da Comunicação na UBI rentabilizar ao máximo as possibilidades oferecidas pela Internet. A necessidade aguça o engenho, e o uso intensivo da Internet surgiu como uma forma de minimizar as dificuldades de uma universidade nova, situada no interior profundo de Portugal.

Tudo começou com a Biblioteca Online de Ciências da Comunicação em Abril/Maio de 1999. O que pretendia era reunir numa mesma página textos, artigos, teses, conferências, sobre as diferentes disciplinas das Ciências da Comunicação, do Design à Semiótica, passando pelo Jornalismo, Teorias da Comunicação, etc. Alguns desses textos já estavam online, em particular em páginas pessoais, e tratava-se de os reunir numa mesma página e ordená-los por temáticas e por ordem alfabética. A primeira versão da BOCC era completamente artesanal, isto é, todos os passos de inserção de um novo texto eram feitos à mão, inclusive a actualização do índice dos ficheiros<sup>9</sup>. A BOCC só ficou a funcionar em pleno depois de a partir de Setembro de 1999, e com o apoio do ICS, se ter colocado, num servidor dedicado, a funcionar sobre uma base de dados, com catálogos de autores, títulos, temáticas, escolas e anos, e de inserção automática online.

A explosão dos cursos superiores de comunicação em Portugal não tiveram, nem podiam ter, um aumento correspondente na produção científica. Considerei que faria todo o sentido disponibilizar online para todos, docentes e alunos, a produção científica

---

<sup>9</sup><http://www.ubi.pt/~comum/welcome1.html>.



que já havia, e que essa seria a melhor forma de ajudar os novos cursos a ganhar consistência científica. A adesão ao início não foi fácil, havendo bastantes resistências de autores a permitirem que os seus textos ficassem disponíveis na Net, submetidos à técnica do copy and paste. Ainda há quem pense que um artigo científico tem necessariamente de aparecer numa revista erudita, normalmente cara e que acabam por adormecer meio ignoradas em estantes de bibliotecas universitárias.

Penso que a BOCC é uma maneira fácil, simples e barata de publicar na verdadeira acepção do termo, de tornar acessível a todos os interessados textos de cariz científico e académico. Com certeza, alunos e docentes em Portugal e no Brasil beneficiaram e beneficiam com a publicação online de artigos, teses de mestrado e de doutoramento, e sebatas de outros docentes. Por vezes recebo e-mails de alunos a solicitarem-me ajuda para a elaboração de um trabalho académico através da indicação de textos existentes na BOCC. A formação académica prende-se hoje incontornavelmente com a Internet enquanto fonte de informação e local de explicação (à frente direi mais sobre a explicação na Internet) e a Bocc não é mais do que a utilização de um formato tradicional de transmissão de conhecimentos (a biblioteca) aplicado ao novo meio. Hoje a BOCC é indiscutivelmente uma das maiores bibliotecas temáticas online, não só em Portugal, mas mesmo no espaço lusófono, e seguramente a maior no âmbito das ciências da comunicação.

Num pequeno aparte, deixem-me referir que um dos primeiros textos da BOCC é o Estudo feito por Mário Mesquita e Cristina Pontes sobre o ensino do jornalismo em Portugal para a CEE e que dessa forma se encontra hoje acessível a quem quiser.

Neste momento estamos a construir a Recensio – Revista de Recensões de Comunicação e Cultura, que é uma revista online suportada por uma base de dados que pretende registar, referenciar e recensar publicações, online e impressas, atinentes às diferentes áreas das ciências da comunicação. Por título, autor, temática, editora, colecção, tipo de texto (livro, artigo, texto online, tese académica) poder-se-á pesquisar a base de dados e obter informações sobre os textos, e, no caso da referência a textos online, aceder aos próprios textos. Embora já contando com cerca de 1000 referências, estamos

no começo e o objectivo primeiro é fazer um registo completo de todos os textos publicados em Portugal no âmbito das ciências da comunicação. Por outro lado, pretende-se registar e recensar as obras científicas clássicas que marcaram a evolução do campo científico e também dar conta das investigações científicas de ponta, nacionais e estrangeiras. Obviamente para que o objectivo seja alcançado é fundamental a participação da comunidade académica nesta tarefa ciclópica.

Julgo que as vantagens desta revista são óbvias. Com uma simples consulta docentes e alunos saberão o que existe publicado, em que área, de que autor, qual a abordagem feita, onde se encontra, e como aceder a essas publicações. A formação de jornalistas no Século XXI é o tema do debate. Dado o tema geral do congresso, jornalismo e Internet, o debate é sobre como formar jornalistas que saibam lidar com o novo meio, como informar em tempos de comunicação on-line. Provavelmente a melhor maneira de formar jornalistas para a era da Internet é utilizar desde logo esta na sua formação.

Num momento em que tanto se fala em e-learning nada melhor do que utilizar as potencialidades oferecidas pelo novo meio na prática lectiva de quem ensina e aprende as melhores formas de comunicação. Disponibilizar um texto na Internet é publicá-lo *urbi et orbi*, facultá-lo sem limites de espaço e tempo aos próprios alunos e a outros. Os visitantes da BOCC vêm de todo o mundo, do Brasil a Moçambique, passando pelos países de língua espanhola (México, Argentina, etc.) Pode haver dúvidas sobre o e-learning puro, isto é, sobre uma aprendizagem em que não há contactos pessoais, onde toda a comunicação é feita online, mas não pode haver dúvidas que mais e mais professores e alunos das universidades tradicionais terão de recorrer à Internet como meio privilegiado de disponibilizar informação.

## **Formação com a Internet – os fóruns de discussão**

Quero aqui relatar uma experiência que neste momento levo a cabo numa disciplina que lecciono neste semestre.

Na cadeira de Semiótica Geral, de segundo semestre do 1º ano do curso de Ciências da Comunicação temos um fórum de discussão e decidimos que a avaliação contínua será feita tendo em conta (30%) a participação no fórum. Foi com alguma relutância que os alunos acederam a este tipo de avaliação, mas penso que é uma excelente forma de os alunos acompanharem as matérias (os sumários das aulas também se encontram on-line), de colocarem questões, de estender a discussão das matérias leccionadas a áreas afins. Mais do que um perguntar do aluno e responder do professor, típico das aulas, os alunos respondem uns aos outros, e toda a turma tem a possibilidade de acompanhar a discussão.

O professor (neste caso, eu, claro) dá-se conta do que os alunos retêm, de que por vezes são assuntos marginais que mais puxam a atenção dos alunos e não o que ele considera importante. O fórum constitui assim uma maneira de o docente apurar o eco da leccionação, reagir a esse eco e corrigir o tiro. É a cibernética aplicada à docência. Por sua vez, o aluno, sabendo-se avaliado ao longo de todo o semestre, de uma forma extremamente objectiva, é obrigado a tomar um papel activo na aprendizagem e não esperar pelo momento fatídico da frequência ou do exame para ter uma avaliação dos conhecimentos adquiridos.

Simultâneo com a participação no fórum, os alunos “inscrevem-se” por e-mail na disciplina, de modo que eu possa entrar em contacto com eles, individualmente ou em grupo. Os alunos sabem que têm uma forma de me contactar a qualquer altura. A reacção tem sido muito boa, tem havido muita participação dos alunos, e, obviamente também intervenho na discussão, nem que seja para corrigir os erros de português mais graves.

É claro que este tipo de leccionação exige que a instituição aposte nas novas tecnologias. O software do fórum e manutenção informática é feita pelos Serviços Académicos da Universidade, e a Universidade tem necessariamente de facultar computadores sufi-

cientes ligados à Internet para os alunos poderem ter este tipo de leccionação. A sala de computadores do Departamento de Comunicação que antes fechava à 17h30, ao ritmo do horário do funcionalismo público, mantém-se aberta agora até às 24h00 e o objectivo é, num futuro não longínquo, mantê-la em funcionamento 24 horas por dia.

### **Experimentar na Internet**

O jornal online *Urbi et Orbi* apareceu em 31 de Janeiro de 2000 (número 0). Desde aí tem tido uma nova edição todas as terças feiras, período de férias incluído. O jornal tem como subdirector o docente que lecciona o atelier de jornalismo no 2º semestre do 4º e último ano do curso e o grande objectivo era, além de ser um órgão de informação e de discussão dentro da universidade, servir de ferramenta aos alunos do atelier de jornalismo. A experiência excedeu todas as expectativas, graças sobretudo à subdirectora, docente do atelier Anabela Gradim, com uma larguíssima experiência na imprensa, e à chefe de redacção, uma recém-licenciada, Catarina Moura.

Para os alunos do Atelier a Dra. Anabela Gradim escreveu um Manual de Jornalismo, texto que se encontra on-line na Bocc, e veio a lume, em forma de livro, na Colecção Estudos em Comunicação, nº 7, série editada pela UBI. O jornal obrigou os alunos a trabalhar em circunstâncias reais, a viver o atelier como uma redacção de um qualquer jornal, a entregar os textos a tempo e horas, e a preparar o número seguinte. O que a experiência real representou para os alunos é revelada em alguns testemunhos destes feitos aquando da celebração do aniversário do jornal, no nº especial 53.

Neste momento, já com outro subdirector e outra chefe de redacção, conseguiu-se criar uma rotina que coloca sem grandes sobressaltos o jornal online todas as segundas feiras à noite, por vezes, a altas horas da manhã de 3ª feira.

## **Investigar e aprender novas formas de jornalismo – a Tubi-web**

A partir da Tubi, da televisão universitária da Beira Interior, que consiste em emissões semanais de notícias feitas no circuito interno de televisão analógica na UBI, iniciativa do actual docente do Atelier de Jornalismo, Dr. João Canavilhas, encetámos decididamente o trilho da fazer televisão para a web. No âmbito do projecto Academia foi desenvolvido um motor, sobre base de dados, para colocar on-line as peças de vídeo. O projecto de Jornalismo Assistido por Computador consiste em a partir de qualquer computador em rede, mediante um browser, inserir on-line as notícias da tubi-web.

Para o efeito apostou-se forte na tecnologia digital. Os alunos do Atelier de Jornalismo trabalham neste momento quase exclusivamente com equipamento digital, na produção, câmaras, e edição, computadores. O mesmo se passa com o Urbi, em que as fotografias são feitas por câmaras digitais.

Trabalhando com os dois órgãos, o jornal e a televisão on-line, o Urbi e a Tubi-web, tentamos neste momento fazer a convergência. Foi assim que já colocámos ficheiros de som, em formato mp3, e de vídeo, em formato quicktime, no jornal. O rumo que seguimos vai no sentido de mais e mais juntarmos, texto, som e imagem em movimento, nas ferramentas em que os alunos praticam jornalismo no atelier.

## **Algumas lições aprendidas ou moral da história**

A primeira lição que se pode tirar desta experiência é a de que não foi necessário alterar a estrutura curricular de um curso de ciências da comunicação do curso para utilizar as novas potencialidades da Internet no âmbito do ensino e da aprendizagem. Os conteúdos lectivos mantiveram-se, e o que o novo meio veio fazer foi, por um lado, facultar um maior e melhor acesso dos alunos a textos das áreas científicas integrantes do curriculum (Bocc e Recensio) e, por outro, permitir (através do fórum online) um melhor acompanhamento da matéria leccionada, por parte dos alunos, e do modo como estes estão a assimilar a matéria, por parte do docente. A este nível

as vantagens da Internet para um curso de comunicação serão as mesmas que para qualquer outro curso.

A segunda lição é que os novos meios de comunicação permitem de uma forma fácil, e barata, dotar os cursos de instrumentos para reforçar a sua formação tradicional. Antes do jornal on-line *Urbi et Orbi* o *Atelier de Jornalismo* já funcionava, com os alunos a escreverem notícias, a porem em prática técnicas de redacção e tudo o mais que aprenderam ao longo do curso, e até a publicarem de vez em quando um suplemento impresso num órgão de comunicação regional. Mas o jornal on-line veio situar o mesmíssimo atelier em condições reais. A notícia que o aluno agora escreve deixou de ser um mero exercício escolar para passar a ser uma notícia a publicar *urbi et orbi*, ou seja numa primeira experiência profissional. Além de escrever uma peça sobre a universidade, por exemplo, o aluno-jornalista tem de se confrontar com a realidade de um Director e de um Subdirector do jornal que podem cortar a notícia, não por a acharem mal escrita, caso em que a criticam, devolvem ou corrigem, mas por não ser publicável, seja por razões internas ou externas à universidade. Os números do *Urbi et Orbi* em arquivo são um repositório de uma aprendizagem de jovens jornalistas. A Internet possibilitou a criação de um jornal do curso. Sem a Internet não haveria a mínima hipótese de mantermos um jornal, de pagar a publicação e a distribuição respectivas.

Aliás diga-se que as tecnologias do digital e do online vêm embaratecer enormemente os custos de equipamento e utilização. As máquinas fotográficas digitais que utilizamos apenas tiveram o custo de compra, não há rolos nem revelações a pagar. Uma mesa de edição vídeo, que dantes, na época do analógico, ou era barata, SVHS, mas sem qualidade de broadcasting, ou então de qualidade, Betacam, mas cara, vê-se na época do digital substituída por um computador, cujo preço baixa constantemente.

A lição que daqui se segue, a terceira, é que no trabalho com os novos meios de comunicação os alunos precisam da mesma preparação teórica que os meios tradicionais exigiam e exigem. Em contacto intensivo com as técnicas os alunos dão-se conta de que estas se aprendem num relativo espaço de tempo, mas que o difícil é a componente intelectual, criativa. É neste momento que retor-

nam à componente teórica do curso e, talvez pela primeira vez, a encaram como um elemento imprescindível na sua formação, como iluminadora do que é prático, apercebendo-se que qualquer prática assenta numa teoria.

Jan Bierhoff e Mogens Schmitt enunciam no já citado estudo sobre o ensino do jornalismo em transição a alternativa que se coloca hoje às universidades em que se ensina jornalismo: ou se continua a reproduzir o jornalismo clássico, o jornalismo enformado por um paradigma comunicacional centrífugo, de um centro pequeno para uma larga periferia, ou se estimula um ensino voltado sobretudo para a experimentação e exploração das novas tecnologias, caracterizadas por um paradigma de interactividade e reciprocidade. Em minha opinião, a alternativa não deverá conduzir a posições radicais: nem manter tudo na mesma, porque a Internet apenas significaria mais do mesmo; nem tudo alterar, porque a Internet viria revolucionar radicalmente a maneira de informar. Para fazer o novo jornalismo, possibilitado pela Internet, é preciso conhecer e dominar princípios, regras e práticas do velho jornalismo.

A minha posição de professor e de investigador é de que a melhor maneira de aproveitar as tremendas possibilidades abertas pelo novo meio é alicerçar o gosto pela experimentação no repositório de um sólido saber já constituído, nomeadamente cultural e humanístico. De contrário, a Internet será um brinquedo.

É certo que a Internet induz incontornavelmente a novas formas de jornalismo. Mas criar ou experimentar essas formas não é fazê-lo à toa, como se o futuro nada tivesse a ver com o passado. A maneira mais simples até de se familiarizar com o novo meio é transpor para ele as formas tradicionais e depois, e só depois, começar a experimentar.





# O jornalismo na era Slashdot

Catarina Moura  
Universidade da Beira Interior.  
E-mail: [cmoura@ubi.pt](mailto:cmoura@ubi.pt)

## A Filosofia

À medida que os computadores invadiram as nossas vidas, assumindo uma ubiquidade sem retorno através de um sistema em rede que velozmente se apossa de todo o mundo, a ideia de implementar uma filosofia *peer-to-peer* foi ganhando consistência e adeptos, surgindo como uma evolução natural do novo *medium*.

Antes de mais, o conceito. Por *peer-to-peer* entende-se “a partilha de recursos e serviços através de troca directa entre sistemas”.<sup>1</sup> Isto significa, no fundo, um aproveitamento de recursos, que se traduz aos mais diversos níveis, desde a troca de informação à partilha de espaço em disco.

O encontro *peer-to-peer/open source* era, à partida, inevitável e desejável. O termo *open source* surge aplicado ao software que algumas pessoas criam e disponibilizam gratuitamente na rede e cuja qualidade é compatível com o que de melhor é desenvolvido pelas grandes empresas. É o caso do sistema operativo Linux, que vem conquistando cada vez mais adeptos entre a comunidade cibernauta.

A eficácia desta filosofia fez com que se questionasse sobre como seria aplicá-la a outras áreas, nomeadamente o jornalismo, fazendo surgir uma ideia ainda com pouca expressão real: a do *jornalismo open source*. Indiciando desde logo uma mudança fundamental no jornalismo como é entendido e praticado, esta ideia tem vindo a concretizar-se em *sites* como o Slashdot (<http://slashdot.org>).

---

<sup>1</sup> Site oficial Peer-to-Peer Work Group (<http://www.p2pwg.org>).

## O Fenómeno Slashdot

Situado entre a webzine e o fórum, o Slashdot representa o que muitos consideram o início da era do jornalismo *open source*, o que implica, desde logo, permitir que várias pessoas (que não apenas os jornalistas) escrevam e, sem a castração da imparcialidade, dêem a sua opinião, impedindo assim a proliferação de um pensamento único, como o pode ser aquele difundido pela maioria dos jornais, cuja objectividade e imparcialidade são muitas vezes máscaras de um qualquer ponto de vista que serve interesses mais particulares que apenas o de informar com honestidade e isenção o público que os lê.

O Slashdot é, em essência, uma democratização do jornalismo, deixando bem claro, no entanto, que não é jornalismo. *“In a lot of ways, journalists have decided that journalism is something journalists do.” “That’s sort of elitist, but (...) I really won’t contest that: we’re just not journalists.”* A declaração é de Rob Malda (CmdrTaco), um dos criadores do *site*, juntamente com Jeff Bates (Hemos).<sup>2</sup>

Fenómeno recente, o Slashdot surge como “Chips & Dips” no verão de 1997, numa conta que o então estudante Rob Malda mantinha no Hope College. Construído quase exclusivamente a partir de software *open source*, tal como o Linux e o Apache, o sucesso foi tão rápido e esmagador que em Novembro de 2001 o Slashdot é vendido à empresa Andover.net. Esta decisão não foi lamentada. A venda permitiu o seu alojamento em computadores mais potentes e, portanto, mais compatíveis com as necessidades de um *site* que serve 30 milhões de páginas por mês. Para Rob Malda, que continua a gerir o *site*, mas agora com a ajuda de uma equipa de cerca de dez pessoas, o Slashdot continua o mesmo, está apenas mais eficaz.

O que define o Slashdot enquanto fórum é o facto de funcionar como uma comunidade, o que implica, antes mais, a existência de interesses específicos em comum. Consequentemente, o conteúdo é integralmente vocacionado para as apetências dos “nerds” tecnológicos (segundo auto-definição) que compõem a comunidade.

---

<sup>2</sup>Rob Malda, in James Glave, *Slashdot: All the News that Fits*, 1999.

Daí o subtítulo da página: “*News for Nerds. Stuff that Matters.*” Apesar de se pautar pelo particular e não pelo universal, na essência continua a ser um fórum noticioso, diversificado e plural.

O seu funcionamento, embora se assemelhe ao do fórum normal, apresenta algumas peculiaridades que estabelecem a diferença. O utilizador envia, através de uma “*submissions bin*”, a informação que deseja pôr online e que pode assumir os mais diversos formatos: um texto, um link, um fragmento de uma página Web, ... Se o assunto for considerado relevante, actual ou apelativo, será escolhido e publicado por um dos editores do Slashdot que, diariamente, seleccionam entre os artigos submetidos aqueles que preencherão o *site*, escolhendo os melhores ou mais actuais para a primeira página e dividindo os restantes pelas diversas secções listadas à esquerda da página. Sob cada secção listada surge a data do último artigo ali colocado e o número de artigos publicados no próprio dia. Aos artigos é atribuído um ícone, que imediatamente elucida o leitor sobre o assunto (*‘topic’*) a que se refere.

O artigo publicado é, muitas vezes, apenas o início de uma longa lista de comentários que, como em qualquer fórum, acabam por ser não só reacções ao artigo inicial mas também reacções a reacções. Como muitos dos utilizadores do Slashdot são especialistas, ler os comentários pode muitas vezes ser mais produtivo que ler o próprio artigo. No entanto, nem todos os comentários são interessantes. Muitos deles podem de facto não dizer nada. Tendo isto em consideração, o Slashdot tem um sistema de moderação que procura “*separar o trigo do joio*”, por assim dizer, e em relação ao qual o utilizador pode escolher ter uma maior ou menor dependência. Esta escolha é importante na medida em que o que interessa a uns pode não interessar a outros. Os moderadores são escolhidos pelo sistema entre os utilizadores mais assíduos e com uma contribuição mais positiva. A sua função é atribuir uma pontuação aos comentários submetidos. Os comentários mais pontuados são, consequentemente, os mais lidos.

O estatuto de moderador é temporário, de modo a salvaguardar a pluralidade de ideias que caracteriza o *site*. Por outro lado, e para prevenir eventuais abusos, não lhe é permitido submeter comentários nas discussões que está a moderar.

### **Anonimato: um risco calculado**

Uma das características mais peculiares do Slashdot enquanto fórum noticioso é o facto de permitir o anonimato. Os participantes só se identificam se desejarem e a publicação dos artigos não depende de o autor se ter identificado ou não. Ao permitir intervenções anónimas ou sob pseudónimo, o Slashdot permite que os artigos sejam avaliados pelo seu conteúdo e não pela sua autoria e, por outro lado, oferece a quem tenha informação importante mas não possa ou queira identificar-se a hipótese de a divulgar sem medo.

Embora muitos artigos sejam publicados sem grande ou mesmo nenhum conhecimento sobre a sua origem ou veracidade, isso é considerado um risco apenas para quem submete a informação, pois dados falsos ou infundados são normalmente detectados com rapidez pela comunidade. Consequentemente, a falsa informação é rara, o que possibilita um ambiente de segurança e assegura o sucesso do sistema.

No entanto, consciente de que o anonimato, embora vantajoso para o utilizador, pode prejudicar a credibilidade do *site*, o Slashdot estabelece restrições a todos os utilizadores não identificados. Desde logo rotulados pelo sistema como “*Anonymous Cowards*” (AC’s), não podem ser moderadores e os seus artigos ou comentários recebem uma pontuação mínima, o que significa, na prática, que serão pouco lidos e, hipoteticamente, que poderão nunca vir a sê-lo.

### **Do universal para o particular: o filtro**

O Slashdot vem transformar as expectativas tradicionais em relação à informação noticiosa. São os seus utilizadores que fazem o *site*. São eles que pesquisam, que escrevem, que comentam, sem pretensões ao jornalismo.

A crescente quantidade global de informação dificulta a capacidade de filtrar o que realmente interessa e de avaliar o que é de confiança. E estes fóruns funcionam, no fundo, como filtros de um tipo de informação que interessa especificamente a uma comunidade virtual. Por outro lado, a multiplicidade de comentários que se gera em volta de cada tópico permite ao leitor obter uma visão muito mais ampla e aprofundada sobre a questão.

A natureza hipertextual/não linear das publicações online, bem como a instantaneidade e comodidade de acesso que permitem, justificam plenamente o seu sucesso, mas o facto de grande parte dos *sites* noticiosos serem pouco mais que espelhos das suas versões “reais” (real entendido enquanto oposto de virtual), transportando muitas vezes para o novo *medium* os vícios que lhe estão associados, travam esse sucesso e abrem espaço para a popularidade de *sites* como o Slashdot. Mas há também quem defenda que os valores do jornalista profissional devem marcar diferença no tipo e na qualidade da informação disponibilizada online, assegurando desde logo a objectividade e imparcialidade dos seus conteúdos, de modo a criar uma relação de confiança com o leitor.

### O Jornalismo integra, a Ética transcende

Quando se deu o “boom” da Internet, em 1994, foram muitos os cépticos e os temerosos em relação às possibilidades de o jornalismo vingar no novo meio sem ver diluídos os seus valores tradicionais. A inexistência de regras deixava antever o caos.

Cerca de oito anos depois, muitas regras continuam por estabelecer, mas uma análise do meio revela que, salvo raras excepções, os *sites* noticiosos tiveram um comportamento muito positivo. J.D. Lasica defende que os jornalistas souberam transportar para a rede os seus valores de longa data, concluindo que a dimensão ética transcende o meio.<sup>3</sup>

O que falhou foi, talvez, a falta de visão de futuro, que se traduz desde logo numa crónica incapacidade de experimentação. As reais potencialidades do novo *medium* só agora começam, timidamente, a ser exploradas.

O jornalismo online tem que ser visto como uma outra forma de jornalismo. Embora seja desejável que importe toda a deontologia que pauta a profissão, ultrapassa necessariamente os moldes tradicionais, desde logo ao permitir a convergência texto – som – imagem. É aquilo que Mark Deuze classifica como “*jornalismo integrado*” ou total.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>J. D. Lasica, *How the Net is Shaping Journalism Ethics*, 2001.

<sup>4</sup>Mark Deuze, *The Web Communicators: Issues in Research into Online*

A constatação de que os meios noticiosos online podem ser mais do que um prolongamento dos respectivos corpos impressos, televisivos ou radiofónicos é um primeiro passo para conseguir compreender com maior amplitude a possibilidade do seu nascimento na rede não como *outro do mesmo* mas como *algo em si mesmo*, ou seja, tendo nos *media* “reais” não um modelo mas apenas uma inspiração.

Elementos como “arquivo”, “recursos” ou “material de referência” são vantagens óbvias de uma publicação digital, que pode alimentar-se do imenso e crescente capital informativo armazenado nas extensas bases de dados que se estendem em rede por todo o mundo. Em termos de conteúdo, essa vantagem traduz-se desde logo pela possibilidade de solidificar a informação publicada disponibilizando links que permitam ao leitor uma percepção muito mais aprofundada do assunto. Deste modo, o texto passa a ter vários níveis de leitura (*“layers”*, segundo M. Deuze), algo que o jornal tradicional não pode oferecer.

O próprio texto é algo a que o jornalista online deve dedicar-se. A Net exige experiências com a linguagem e com o estilo, de modo a adaptar os mesmos a uma leitura que é, à partida, feita no monitor do computador e que requer rapidez, tendo em conta que o utilizador está a pagar para poder aceder à Internet e quer ter tudo no menor espaço de tempo possível.

Há, obviamente, novas considerações éticas a ser feitas ao pensarmos a Web como medium de recolha e difusão, pois ambas as vertentes colocam em causa a sua credibilidade. A recolha de informação pode ser feita das mais variadas formas através da Internet, desde a vulgar consulta à participação em fóruns e *chats*. Para evitar que a sua conduta seja posta em causa, o jornalista deve citar todas as fontes de onde retirou a informação utilizada no seu artigo e identificar-se sempre que se encontre num *chat* com o propósito de recolher material.

Mas é enquanto meio difusor de informação noticiosa que a Internet levanta mais dúvidas. A velocidade é simultaneamente a sua grande vantagem e o seu grande vírus. A competição pela divulgação da notícia em primeira mão é exacerbada no novo meio,

levando a que muitas vezes fiquem factos por confirmar ou sejam adiantadas informações erradas sobre acontecimentos ainda em desenvolvimento. Claro que um jornalista que respeite o seu código deontológico vai evitar estas situações, mas muitas vezes a sobrevivência num meio que tanto a dificulta pode ditar regras paralelas a que o jornalista é forçado a obedecer.

São estes “perigos” que deixam espaço para o sucesso dos vários *Slashdot's* que vão surgindo na rede.

### O Jornalismo pós-Slashdot

Analizadas as partes, a questão impõe-se: o que significaria, em termos concretos, a fusão entre o jornalismo e o modelo slashdot?

Embora, aparentemente, esta fusão permitisse testar a eficácia da filosofia *peer-to-peer* aplicada ao jornalismo, a natureza do Slashdot levanta algumas dúvidas. Desde logo a possibilidade de interacção com o leitor, que é transformado numa espécie de jornalista. Ora, elitismos à parte, nem toda a gente pode ser jornalista. Há, desde logo, uma formação inerente à profissão que, obviamente, não é inata. Se, por um lado, esta interacção (que é a base do Slashdot) é interessante e certamente sedutora para o utilizador, podendo garantir a sua assiduidade (R. Malda reconhece-o: “we feel that the unique nature of slashdot is largely because the contents of the homepage are determined by a handful of people”<sup>5</sup>), por outro não seria aconselhável salvaguardar a hipótese de rescrever os artigos, de modo a adaptar a matéria-prima aos parâmetros jornalísticos? Isto implica, à partida, eliminar por completo o carácter parcial do texto, que ficaria guardado para a secção dos comentários ou da opinião. A objectividade e a imparcialidade são valores fulcrais do jornalismo. Não sendo uma prioridade, ou sequer uma preocupação, para os membros da comunidade Slashdot, isso não poderia manter-se num jornal.

Além de permitir que qualquer pessoa participe e se expresse livremente, no Slashdot também o editorial pode ser da autoria de qualquer utilizador, bastando o envio antecipado de uma proposta.

---

<sup>5</sup>Rob Malda, *Inside Slashdot*, 1998.

Tendo em consideração que o editorial de um jornal deve conter uma ideia capaz de exprimir o espírito da publicação, a sua autoria deverá ser deixada a quem a queira?

Por outro lado, preocupações sintáticas e semânticas, descuradas no Slashdot a favor da rapidez de publicação, não podem ser esquecidas num *site* noticioso. Rob Malda assume que “a gramática é péssima”<sup>6</sup> mas, apesar de terem um *copy editor* cuja função é tentar encontrar e corrigir erros, a qualidade da escrita não é uma prioridade, o que certamente não poderia acontecer jornalisticamente.

A questão do anonimato levanta dúvidas óbvias. Apesar do sistema de moderação do Slashdot, faria sentido permitir artigos e comentários de autor não identificado, sabendo o efeito que isso pode ter na credibilidade da publicação? A identificação pedida pelo Slashdot resume-se a um *e-mail* que o utilizador deve submeter à autoridade central. Mas até que ponto um *e-mail* e um *nickname* tornam um utilizador menos anónimo? Não seria recomendável que fosse pedida mais informação, pelo menos a quem quisesse submeter um artigo?

Esta precaução é tanto mais pertinente se considerarmos que, num jornal, a verificação da autenticidade da informação não deve ser póstuma à sua publicação. Embora numa comunidade tão extensa como a do Slashdot a falsa informação seja facilmente detetada, isso torna-se demasiado arriscado num *site* ainda pequeno, que esteja a começar e que não pode ver a sua credibilidade afetada sob pena de não vingar.

A resposta a todas as dúvidas levantadas pela ideia do jornalismo *peer-to-peer* exige reflexão e análise. Exige sobretudo um laboratório real, no qual possam ser testadas todas as hipóteses de modo a avançar, um passo que seja, na determinação de um novo jornalismo, mais consentâneo com as imensas possibilidades apresentadas pela Internet.

*“Acredita-se que o jornalismo open source poderia fazer a catedrais mediáticas centralizadas como o Wall Street Journal, o New York Times ou a CBS o mesmo*

---

<sup>6</sup>Rob Malda, *Slashdot: Frequently Asked Questions*.



*que os programadores Linux estão a fazer à Microsoft*".<sup>7</sup>

## Bibliografia

**Bélanger**, André, *Journalisme et Nouveau Journalisme*, Multimédium, 1999, <http://www.mmedium.com/chroniques/abelanger/19990830.html>.

**Cramer**, Florian, *The Slashdot Effect*, [http://userpage.fu-berlin.de/~cantsin/h...ung/slashdot/blz\\_slashdot\\_-\\_english.txt](http://userpage.fu-berlin.de/~cantsin/h...ung/slashdot/blz_slashdot_-_english.txt).

**Deuze**, Mark, *The Web Communicators: Issues in Research into Online Journalism and Journalists*, First Monday – Peer-reviewed Journal on the Internet, [http://www.firstmonday.dk/issues/issues3\\_12/deuze/](http://www.firstmonday.dk/issues/issues3_12/deuze/).

**Glave**, James, *Slashdot: All the News that Fits*, Wired News, 1999, <http://www.wired.com/news/print/0,1294,21448,00.htm>.

**Kahney**, Leander, *CmdrTaco on Slashdot Sale*, Wired News, 1999, <http://www.wired.com/news/print/0,1294,20483,00.html>.

**Lasica**, J.D., *How the Net is Shaping Journalism Ethics*, The Well, 2001, <http://www.well.com/user/jd/newsethics.htm>.

**Lasica**, J.D., *A Scorecard for Net News Ethics*, Online Journalism Review, 2001, <http://ojr.usc.edu/content/story.cfm?request=643>.

**Malda**, Rob, *Inside Slashdot*, Linux World, <http://www.linuxworld.com/linuxworld/lw-1998-10/lw-10-slashdot.html>.

**Miller**, Robin, *From Niche to News Portal, How Slashdot Survived the Attack*, Online Journalism Review, 2001, <http://ojr.usc.edu/content/print.cfm?print=641>.

**Peer-to-peer Work Group** (página oficial), <http://www.p2pwg.org>.

---

<sup>7</sup>Bart Preecs, *Open Source Journalism*, s/d.

**Preecs**, Bart, *Open Source Journalism*, Make Your Own Media, <http://www.makeyourownmedia.org/osj.html>.

**Priestley**, Matthew, *Honest News in the Slashdot Decade*, First Monday – Peer-reviewed Journal on the Internet, [http://www.firstmonday.dk/issues/issues4\\_8/priestley/](http://www.firstmonday.dk/issues/issues4_8/priestley/).

**Slashdot FAQ – Frequently Asked Questions**, <http://slashdot.org/faq/>.

**Thompson**, Nicholas, *Reboot! How Linux and Open-source Development could Change the Way we Get Things Done*, The Washington Monthly Online, 2000, <http://www.washingtonmonthly.com/features/2000/0003.thompson.htm>.

# Slashdot, comunidade de palavra

Luís Nogueira  
Universidade da Beira Interior.  
E-mail: luisnog@sapo.pt

“Why has Slashdot become so successful? Slashdot is successful for the same reasons anything else is. We provided something that was needed before anyone else did, and we worked (and continue to work) our butts off to make it as good as it could be”. Se começo com esta citação é porque ela desde logo responde, parcialmente, à primeira questão colocada pelo objecto em análise: como surgiu o *site* Slashdot, e mais radicalmente, o conceito de Open Source Journalism (OSJ). Podemos sempre perguntar: o que está na origem de qualquer projecto, serviço, utensílio? Nada mais que uma necessidade. Podemos dividir a necessidade na origem do OSJ tal como é praticado no Slashdot em duas partes: a primeira é a necessidade de extrair do fluxo global da informação os temas e assuntos que especificamente interessam; a segunda relaciona-se com a necessidade de um fórum onde comentar as notícias de forma imediata e global, estipulando os preceitos e critérios dessa discussão e os ângulos de análise.

I. Mas sabemos que a solução de qualquer problema, necessidade ou carência depende, inevitavelmente, da tecnologia disponível, isto é, dos recursos, ferramentas e saberes inventados e acumulados, devidamente integrados num procedimento funcional pertinente, apropriado e consequente. Que quero dizer com isto? Em termos bastante simples, que, de certa forma, este tipo de jornalismo só pôde surgir porque a Internet apareceu, com as suas propriedades e faculdades revolucionárias. O que não significa que as questões que o OSJ coloca e a necessidade que lhe está subjacente não existisse antes. Estou, pelo contrário, em crer que todo o desenvolvimento das tecnologias da informação desde que as conhecemos não tem procurado outra coisa senão fazer aquilo que o Slashdot também intenta: aperfeiçoar mais e mais os modos de recolha, transmissão, discussão, organização e recepção de informação. Apenas variam os

tipos de tecnologias e saberes. Mais limitadas, as tecnologias anteriores à Internet? Talvez. Digamos apenas: diferentes, com outros intuitos e reivindicações. Mas se dizemos que é a existência da Internet que permite este tipo de jornalismo, em que sustentamos essa sentença? Em primeiro lugar, pela ubiquidade da informação; depois, pela velocidade de processamento da mesma; outro factor: a possibilidade de troca imediata de dados e opiniões (a tão falada interactividade); por fim, a capacidade de indexação (ou ligação) da informação nas suas múltiplas articulações em enormes bases de dados. Nestes factores estão implicados o espaço e o tempo de vida da informação, os meios da sua circulação e a forma da sua partilha, aspectos que tão determinantes são para a realidade mediática ou comunicativa. São estas algumas das condições que se podem identificar como necessárias para o surgimento deste tipo de jornalismo – se é que esta designação ou conceito ainda tem aqui inteira propriedade.

Se queremos falar com justeza desta nova realidade mediática, e sendo inevitavelmente esquemáticos, temos de ter em atenção as duas propriedades com que o tratamento da informação (e aqui penso em todas as suas formas, discursos e tecnologias) se tem debatido ao longo da história: a quantidade e a qualidade, e, mais precisamente a articulação destas duas categorias, ou seja, a sua organização. Torna-se evidente (mas essa evidência esconde uma dificuldade) que a quantidade de informação produzida cresce segundo uma regra que alguma fórmula matemática se calhar haverá um dia de deslindar e que parece encontrar-se entrevista na virtualidade da linguagem, nos meios tecnológicos ou nas trocas simbólicas. Ou talvez em nenhum deles ou em todos ao mesmo tempo. O jornalismo é uma das formas de tratar, organizar e difundir informação. Tem as suas regras, constrangimentos e objectivos específicos. Tem uma morfologia, uma linguagem, uma ética e se quisermos uma epistemologia próprias. Tem os seus esquemas de funcionamento. O que o OSJ vem fazer é instabilizar esse edifício que desde há dois ou três séculos tem vindo a ser construído.

Comecemos pelos dois pólos da cadeia mediática: o jornalista e o leitor. Logo aqui a primeira singularidade: de certa forma, o que acontece é a sua coincidência: quem escreve é quem lê, quem lê é

quem escreve. Poder-se-ia argumentar que os espaços de opinião (cartas dos leitores, opinion makers, editoriais, críticas) dos meios de comunicação habituais procuravam já responder a essa necessidade de interação e discussão, o que não deixa de ser verdade. No entanto, é possível verificar no OSJ a existência de novos moldes em que essa dialéctica se dá: em primeiro lugar, o leitor torna-se produtor de notícias, ele traz a informação para o espaço público; mas, mais importante, ele contribui para a estipulação da agenda informativa e social, ou seja, torna-se editor, ou co-autor, crítico da informação. Ele contribui para a gestão dos factos, das ideias, das opiniões; não só tem voz, como *dá* voz. Os critérios da visibilidade, da criação do espaço para que algo apareça, passa a ser uma incumbência, uma competência e uma faculdade sua através da moderação. E isto é uma novidade nos termos e nas condições da cidadania, um subsídio de vastas consequências para a natureza das relações e para a configuração, modelagem e dinâmica do espaço público. Novos papéis (ou pelo menos novas modalidades destes) estão disponíveis, novos direitos e exigências são criados. Novos direitos e exigências que implicam novas formas de arbitragem. E, neste aspecto, algo de novo há no sistema de moderação que vigora no Slashdot. Poder determinar a agenda ou ter notoriedade neste espaço implica um comprometimento na própria feitura do mesmo e o grau desse comprometimento é assegurado pelos sistemas de avaliação que permitem que uma notícia tenha um maior ou menor relevo e cada indivíduo uma maior ou menor capacidade de intervenção e decisão. O modelo do fórum, através da participação de todos, adquire contornos globais, onde há uma permuta de competências e desempenhos e as tarefas são levadas a cabo em rede (um aspecto importante que contraria a configuração do espaço mediático tradicional onde os papéis estão separados: de um lado quem produz a informação, do outro quem a recebe).

Relevância e selecção são, pois, as duas questões a que qualquer forma de transmissão de informação tem que responder. Questões que são colocadas pela enorme quantidade de informação. Ou seja: como atribuir qualidade à informação, como organizá-la, categorizá-la, hierarquizá-la, suprimi-la ou abandoná-la, acumulá-la ou entretecê-la? Talvez nestas questões esteja contida a maior dificuldade

(não diremos falácia) da noção e do funcionamento do hipertexto e o maior travão à euforia com que por vezes é olhado, ocultando-se tantas vezes os seus naturais limites atrás das promessas das suas inegáveis potencialidades. Isto porque toda a informação precisa de constrangimentos, regras, formas, porque, se quisermos arriscar uma caracterização, toda ela é narrativa, toda ela conta histórias, carece de um início e um fim, elementos de um código sem os quais só a entropia pode prevalecer; mesmo que esse fim e esse princípio não sejam definitivos, irremediáveis, inegáveis, e sejam sempre abertos, deslocáveis, arbitrários. Só pode surgir algo como um *conhecer* e acontecer uma solidificação do saber lá, onde o fio do sentido é agarrado, onde uma morfologia se estabiliza, solícita ainda que provisória. É por isso necessário impor níveis e limites na proliferação do hipertexto, enformar as suas matérias, senão algo como a infinidade do comentário do comentário do comentário surge no fluxo ininterrupto do discurso e da informação – o que no limite deixa adivinhar a impotência de qualquer hermenêutica ou consenso.

**II.** Mas falávamos da coincidência do leitor com o jornalista (e, a um outro nível, com o crítico ou o opinion maker). Questão nova, a propósito da qual importa referir que não há um justaposição total, que algo se encontra alheio à ideia tradicional do jornalista, do jornalismo e da sua deontologia: aqui não há garantias de veracidade ou autenticidade. Que muito se tem debatido em torno da exigência de objectividade no trabalho jornalístico, uns partidários da sua desmitologização, outros da sua necessidade doutrinária, bem o sabemos. Mas, esteja ainda o conceito de objectividade pertinente e operacional ou não, algo se torna incontornável: se a linguagem, qualquer uma, e as palavras por maioria de razão, é um instrumento de poder e se o seu uso está, quase inevitavelmente, marcado por vectores éticos, então não podemos nunca abdicar de instâncias de juízo, de certificação e de responsabilidade. A questão sobre o que é um autor é, não só na literatura como no jornalismo, na ciência ou no quadro jurídico, de uma extrema importância, pois nela está contida uma dimensão prática, accional, logo da ordem do político, e inevitavelmente categorias como sujeito, agente e autonomia são colocadas no centro da discussão. Daí a pertinente e difícil questão do anonimato e dos pseudónimos: quem escreve o

quê? E esta questão remete-nos para a célebre frase de Beckett: “Que importa quem diz?”. Às vezes importa. É pois preciso saber como.

E aqui por maioria de razão: que espaço está destinado para o jornalista, esse veículo pretensamente neutro da informação, da notícia, mas ainda assim com um nome, um estatuto, deveres, direitos, competências, algo como um autor, capaz de responder, ou seja de ser responsável, numa altura em que a circulação de informação pode ser dinamizada e proporcionada por qualquer indivíduo, qualquer agente social? Ou seja, o jornalista, supostamente instruído e julgado na sua função, não só vê o seu espaço ser disputado, como vê serem dados privilégios ao leigo que não são seus. Ou não será já o OSJ algo da ordem do jornalismo, será um novo tipo de discurso, com as suas vantagens, características e funcionalidades específicas, as suas instâncias e teleologias singulares? Caminharemos para uma indistinção entre facto e opinião num certo tipo de informação que antes englobámos sob a designação abrangente de jornalismo?

Afinal, se calhar, não de um ponto de vista estilístico, mas de um ponto de vista da responsabilidade cívica ou jurídica, importa mesmo quem diz. Isto é, quem tem os direitos e os deveres inerentes à prática jornalística, a função de desvelar a verdade dos factos, de responder pelas consequências dos seus enunciados. Neste aspecto sites como o Slashdot levantam questões que, talvez, nem estudiosos da comunicação nem juristas sejam ainda capazes de responder, uma vez que surgem, com a internet e a era do digital, situações novas que invalidam premissas que anteriormente se criam extremamente sólidas. A este respeito importa citar mais uma vez os responsáveis do site para melhor esclarecer o entendimento que fazem do seu funcionamento: a responsabilidade pelo conteúdo é dos emissores e da audiência. Isso está bem claro com a resposta dada à questão *How do you verify the accuracy of Slashdot stories?* E a resposta é: “We don’t. You do. If something seems outrageous, we might look for some corroboration, but as a rule, we regard this as the responsibility of the submitter and the audience. This is why it’s important to read comments. You might find something that refutes, or supports, the story in the main”.

Uma questão que, inevitavelmente, se vem cruzar com esta é a do anonimato e do pseudónimo, uma vez que há sempre que ter em conta as consequências éticas da informação: mentira, injúria, calúnia, boato advêm precisamente da recepção social da informação e da valorização que a acompanha no espaço público. Se os direitos e os deveres de quem informa (ou, de forma mais lata, de quem produz informação) são uma preocupação legal e jurídica, é certamente necessário saber, por um lado, quem é responsável por um enunciado e pelas consequências da sua entrada em circulação, e por outro, qual é a lei que constrange ou protege quem afirma e quem é visado. A palavra, houve já quem o dissesse, é um vírus, e é certamente um perigo. É um poder e uma acção, logo inscreve-se na polis, entra no regime do político: quem julga, quem pune, quem corrige, quem advoga, quem compensa?

**III.** Os tops, como as sondagens, não são coisa nova. São um dispositivo desde há muito comum de medição e ordenação, são também um instrumento útil para averiguação de tendências, preferências e desejos. São uma forma de diferenciar, um dispositivo estatístico de qualificação e valoração de conteúdos e ideologias. Aquilo que as tecnologias numéricas vieram proporcionar é a capacidade de poder ser utilizado um processo desse género potencialmente em todo o tipo de informação – ou seja: estarmos a ser objectos de uma espécie de sondagem permanente. Sendo possível fazer uma medição exacta dos acessos a uma fonte ou uma matéria informativa, tendencialmente poderemos caminhar para uma regulação absolutamente estatística da sua circulação. As divisões, classificações e escrutínio estatístico do(s) público(s) e gostos torna-se uma prática corrente. De certa forma há uma ingenuidade do indivíduo em cada passo que dá. Ele vai deixando trilhos, vai disseminando os passos da sua identidade nos percursos que faz no ciberespaço. Para quem souber recolher e integrar as marcas e as pistas de forma a resolver o puzzle, essa informação aparentemente inofensiva torna-se um possível dispositivo de controlo – logo, entra no âmbito do político, espaço onde o sujeito se joga ou é jogado, onde o cidadão se constitui ou é constituído, onde a ordem social, com os seus focos, privilégios ou exclusões é desenhada. Se calhar, com essa pan-estatística própria das tecnologias numéricas estamos



num passo mais adiantado em relação àquilo que Foucault chamou as disciplinas. Talvez seja este o novo paradigma do poder nas sociedades contemporâneas, ao mesmo tempo liberais e constrangedoras, desconstruindo modelos ou procedimentos éticos supostamente sólidos e claros, como se um mecanismo de equilíbrio invisível procurasse sempre compensações de funcionamento sem deixar a entropia invadir o reino das decisões individuais e das estratégias sociais e políticas, imbricando aquelas nestas.

Também o Slashdot faz uso dessa disponibilidade apresentada pela descrição numérica do tecido social e das preferências individuais. Lá temos os tops dos assuntos e dos artigos mais frequentados e visitados, dos colaboradores e autores mais dilectos e assíduos; a divisão em categorias e secções de interesses; a possibilidade de manifestações electivas e o sublinhado de cumplicidades e empatias, a criação de associações e dissensões (friend, neutral, foe; fan, freak – dispositivos diferenciadores de demarcação ou partilha), a possibilidade de separar ideologias e facções. No fundo, algo de muito semelhante àquilo que é o agonismo político, o qual constitui um dos mais importantes contributos históricos para o funcionamento das sociedades democráticas ocidentais e que podemos fazer remontar à ágora clássica. Que haja aqui uma espécie de émulo do regime político em vigor no espaço público e político comum não nos deve entristecer ou desiludir – a discussão é por natureza uma necessidade do saber, a partidarização pode enfermar de vícios circunstanciais e ser figurada por diferentes modelos e dinâmicas, mas o seu princípio é não só incontornável como requerido.

Salvaguardar as singularidades, as comunidades, no fundo, o pluralismo, aparece como a prioridade a eleger pela filosofia Slashdot. E isso está bem patente na declaração de intenções dos responsáveis pelo site; assumida com inteira consciência está uma preocupação: procurar a forma apropriada para comunicar com os leitores e – muito importante – com diversos tipos de leitores, que tenha em atenção não só vários e diferentes hábitos de leitura, mas também as várias formas de atenção e a natureza dos diversos interesses e predilecções. Sem que essa diversidade deva desviar-se do caminho eleito: a busca da qualidade, precisamente através da identificação de tendências, a avaliação de competências argumen-

tativas, a exposição de pontos de vista, a eleição de interesses, a concessão de privilégios e méritos. Com a vantagem da grande invenção do Slashdot: a partilha comum de responsabilidades e oportunidades: quem lê é quem comenta e avalia, como se aqui se estivesse bem perto de um modelo de democratização do acesso ao saber, da sua génese e validação, bem para lá dos estandartes e expectativas típicos das dissociações esquerda/direita, sociedade civil/estado. As consequências para os regimes políticos e organização social desta nova forma de discutir e valorizar competências, saberes e desempenhos estão ainda (e estarão com certeza por algum tempo) para ser averiguadas.

**IV.** O dispositivo da moderação e os moldes em que ele aqui funciona é extremamente importante e deve ser objecto de atenção analítica. Sendo um instrumento restritivo, ele procura responder a uma necessidade bem prosaica e cujas implicações nos parecem sempre passar um pouco ao lado: a incomensurabilidade da quantidade de informação produzida e a forma como lidar com ela para a tornar útil, esclarecedora e discutida. Momento algum da história dispensou organismos, entidades ou indivíduos incumbidos dessa tarefa de contextualização e organização do saber (pensemos nas bibliotecas, no sistema de ensino, na imprensa, na gramática, nos dicionários, nos sonhos dos enciclopedistas, nas grelhas e programas, nas listas e catálogos, e actualmente nos motores de pesquisa, nos portais). A entrada da informação no tecido social não dispensa uma procura de sentido, um fechamento, mesmo em territórios onde esse fechamento do sentido parece ser objecto de denúncia e renúncia tal acontece – pensemos no ready-made de Duchamp ou no non-sense irónico ou em certas poéticas.

Se não há proposição que não aspire (ainda que lhe seja vedado) a um estatuto de verdade, a possibilidade de esta surgir só acontece se existirem instâncias que assegurem e garantam a sua certificação. A natureza e tipologia dessas instâncias podem ser bem diversas: não são as mesmas para o jornalismo que para a ciência, para a literatura que para a filosofia, para a religião que para a arte. O que é interessante no caso do Slashdot é que a legitimação e crítica da informação e a confirmação ou infirmação da verdade das coisas é um procedimento integrado: são os emissores e os destinatários,

os quais são os mesmos indivíduos, a mesma comunidade, que se jogam nele e o assumem, vestindo em permuta ambas as peles. As condições de enunciação sofrem aqui, portanto, algo como uma metamorfose algorítmica em relação ao património comum dos meios de informação tradicionais: se nestes, os papéis são bem distintos, os direitos e deveres bem estipulados, as tarefas e faculdades bem distribuídas (o jornalista, o leitor, o editor, o director, as fontes, as leis, os códigos), no OSJ estamos ainda (ou já, dependendo da perspectiva em que se analise a questão) numa terra de ninguém, num feedback incessante, num espaço plural e partilhado, relativamente aberto e liberal, onde os direitos e deveres são mais da ordem do compromisso que da legalidade: estará aqui em potência alguma possibilidade de uma ultrapassagem do infinito esforço e necessidade do alargamento da lei ao mais ínfimo acto ou vontade tão típico do estado de direito?

Em relação aos moderadores, se eles procedem à selecção e seriação de informação, estão também sujeitos a uma selecção. É enunciado um conjunto de critérios que asseguram ou não a sua elegibilidade, que estabelece as condições do seu desempenho, procurando assim prevenir abusos e arbitrariedades. Há um legalismo implícito a esta realidade, mas é um legalismo corporativo, digamos assim, baseado em procedimentos internos. E há depois uma instância superior de moderação: os metamoderadores, cuja incumbência é, precisamente, moderar quem modera. Como hipótese poderíamos enunciar aqui outra questão: onde cessam as instâncias de moderação, qual é o último patamar, poderemos vislumbrar um processo em espiral ou em abismo de sucessão de níveis de avaliação? Entre quem produz informação e quem a disponibiliza há uma hierarquia – e aqui volta a colocar-se a questão de quem é o autor, quem responde. No final temos o proprietário do órgão de informação: quem responde é o responsável pelo ideário e a estratégia do serviço. Ou seja, se é quem possui que decide, o autor está intimamente ligado à posse e é essa posse que lhe incute a responsabilidade.

**V.** Claro que poderemos colocar a questão sobre a natureza ética e política do mecanismo de moderação: será ela censura? Como dizem os responsáveis do site, não o será, pois todo o conteúdo está

disponível para consulta. O que varia é a forma do seu acesso, o qual é naturalmente condicionado (para o bem e para o mal). No fundo, não se trata de qualquer procedimento singular; é aliás o que acontece não só com a informação jornalística, mas com toda ela: toda a informação exige (alguma forma de) censura, catalogação, selecção, exclusão, benefício, etc: no fundo, diferenciação. Os limites desse trabalho sobre a informação, do seu tratamento e dos seus privilégios ou eliminação são assegurados apenas pela figura jurídica do direito de expressão, o qual procura assegurar condições e oportunidades de enunciação semelhantes a todos os sujeitos, mas não salvaguarda cabalmente as modalidades da sua circulação e do seu juízo.

Todas as instâncias de valorização e gestão da informação têm, por norma, um objectivo, não evidente e não eterno, mas tácito: garantir o acesso a essa característica tão ambígua e tão querida da qualidade, se quisermos, aquilo que diferencia, enriquece, acrescenta, aquilo que é o património dos discursos, a sua memória. Ao mesmo tempo que se prossegue este objectivo de nobreza, de distinção, de sabedoria, a moderação tem também um fim bem mais prosaico: domar, categorizando, o caudal de informação que é por natureza infinito, perpétuo, exponencial: o ser humano tem capacidades de gestão de informação limitada; é preciso incentivar a discussão, para que dela nasçam os consensos e da sedimentação destes se gere a sabedoria. A sabedoria, esse património que funda e distingue o fazer humano, é o resultado do cruzamento dessas duas actividades (quotidianas, eruditas ou laboratoriais): a diferenciação e o privilégio – são estes os utensílios de fabricação da verdade. E, se aqui é permitido arriscar uma analogia com a selecção natural das espécies, não poderemos também dizer para a informação que ela é, metaforicamente falando, algo como um organismo colectivo, que a sua circulação se faz num cérebro gigante (constituído pelo conjunto dos indivíduos, das suas modalidades discursivas e aparelhagens tecnológicas, as suas instituições, linguagens e regras, as suas trocas e renúncias), sendo que todos estes elementos vão mantendo ligações de concordância ou dissensão em função dos objectivos, das ferramentas e dos contextos e desse modo incitando a metamorfose, a refuncionalização; passar-se-á algo semelhante ao

processo darwiniano: haverá no circuito da informação algo como um algoritmo da mutação, de depuração de espécies de formas e conteúdos?

**VI.** Se, como advogam os responsáveis do site, o que é bom é o que é interessante ou inspirado, importa então perguntar: o que é o interesse ou a inspiração? Na prática, é o que os moderadores decidem. No fundo, trata-se de um trabalho crítico em nada muito distinto do efectuado nos órgãos de comunicação convencionais por editores ou directores, ou, noutro plano, pela crítica e pelos opinion makers; salvo num traço bem distintivo: aqui quem faz o trabalho de edição são os também leitores. Ora, o que tal deixa ver é a existência de um sistema em paradoxo: ninguém tem, de antemão, o privilégio de vetar ou incensar assuntos ou perspectivas sobre os mesmos, o escrutínio da qualidade é constante, a discussão é ininterrupta – e nela todos participam. Poderemos vislumbrar aqui algo a caminho da situação ideal de palavra de que fala Habermas? “Um fórum completamente livre e aberto” como pretendem os fundadores do site?

Importa pois reter a ideia de fórum, de espaço de discussão, uma vez que não é o testemunho, não é o relato, não é a teoria, o género discursivo prevalecente nos conteúdos do site, mas sim o comentário. De certo modo podemos descrevê-lo como um jornalismo onde opinião e facto coabitam e a dificuldade do seu destrinçamento é evidente. Pode supor-se que se tratará de uma espécie de sabedoria partilhada ou de um iluminismo cívico, uma conquista de mais e mais inteligência, mais e mais razão, mais e mais tolerância através da participação, de uma chamada de cada indivíduo para o espaço da retórica e da argumentação que poderá muito bem deter ligações, ao mesmo tempo, com a prática sofística e com a metodologia socrática: um debate de experimentação e perspectivismo e ao mesmo tempo vigiado nas suas leis de instauração de (uma dada) verdade. Isso mesmo podemos ver numa espécie de manifesto e ao mesmo tempo guia onde um colaborador enuncia os requisitos de uma boa moderação (e, por extensão, de qualquer bom discurso ou contributo para o site): inteligência e ponderação; profundidade (na falta desta, o humor); oportunidade e pertinência; participação assídua (uma espécie de activismo que assume o de-

bate como uma causa, um direito ou um dever); originalidade (aqui oposta à redundância, tão mais nefasta quanto maior é a quantidade de informação a processar); autocrítica e auto-reflexão; assinatura (evitar o anonimato, de certa forma visto como um acto de cobarquia). Trata-se de um belo e exigente conjunto de princípios, algo entre a ética e a estética, entre a crítica e a teoria, entre a análise e a síntese, algo que, no limite, abre todas as condições para o surgimento de qualquer coisa tão vasta como o conceito de pensamento complexo – e se calhar de novas modalidades e categorias discursivas.

Conceito que, ainda a propósito da questão sobre o que é um autor que Foucault tão inspiradamente colocou, não deixa de remeter para a problemática do estilo – precisamente uma das instâncias em que a identificação e a categorização do que é um autor mais pertinente e complexamente se coloca. Se algo como um estilo remete quase sempre para uma singularidade, uma voz única, uma radicalidade fundadora, então poderíamos adivinhar nesta forma de escrita (e reescrita) plural, em regime de troca, de aperfeiçoamento, qualquer coisa como uma democratização do estilo? E de que forma é possível, neste modelo de funcionamento, assegurar aquilo que parece ser um mandamento da publicação: procura da diversidade respeitando a identidade? Que teoria dos domínios e dos conjuntos, das associações e das divergências, das influências e das rupturas se pode aplicar a esta forma de produzir e transmitir informação?

**VII.** E aqui gostaria de expor uma tese provocatória e arriscada: assumindo como premissa reconhecida pelos responsáveis do site que a urgência na divulgação de informação (questão de conteúdo) prevalece sobre a correcção gramatical ou sintáctica com que é feita (questão de forma), o que se poderá ganhar ou perder nessa espécie de anarquia linguística onde as regras formais são despidas até à sua mais estrita necessidade? Poderemos também aqui intuir algo de orgânico, um algoritmo que permite que, independentemente das inadequações formais da informação, ela mantenha o seu sentido, o seu conteúdo, e este consiga ser partilhado e comunicado? Bem sabemos que forma e conteúdo, ou semântica e pragmática, ou significado e significante, ou língua e fala são indistritáveis, mas desconhecemos de que forma cada um dos conjuntos determina o outro.

E desconhecemos também como, mau grado a tendência da forma para se aperfeiçoar sempre de modo a melhor transmitir o conteúdo, o quanto não haverá de redundante e desnecessário naquela para uma boa circulação deste. O que gostava de colocar como hipótese é a ideia tão prosaica e popular de que a necessidade aguça o engenho. E se isso é verdade, que novas formas de escrita, que métodos de abreviação e mecanismos de inferência poderão desenvolver-se num espaço de escrita onde as leis morfológicas e sintáticas são, por instantes, suspensas? O que acontece aos signos quando são manejados, utilizados? Como são eles refeitos, como se enlaçam a sua componente visual, icónica, e a sua leitura, decifração? Poderá esta aludida anarquia significar a possibilidade de novos códigos de leitura?

E se proponho esta tese para o âmbito da gramática e da semântica, gostaria de a colocar também ao nível mais lato dos discursos e das ideias, onde me parece legítimo intuir-se também uma espécie de lei morfogenética: uma lei de origem e aperfeiçoamento das formas talvez não muito distinta daquela que podemos averiguar nos artefactos e tecnologias, nos organismos vivos e nas instituições. Afinal, a linguagem e o pensamento possuem uma estrutura, uma lógica e uma evolução, elementos combinados, funções e metamorfoses explicáveis. Não será o Slashdot um laboratório onde, através do acaso, da tentativa, do erro, da correcção, da adequação, da experimentação, se procura, com a contribuição e competências diversas de todos os seus colaboradores e leitores, a mutação vantajosa das formas das ideias e das técnicas que servem a sua veiculação? E não será isso algo de muito semelhante ao que se passa, por exemplo, na pesquisa em inteligência artificial, em que se estipulam algumas regras mínimas para a resolução de um problema e se espera a melhor resposta dos agentes que nele estão empenhados?

Para finalizar, em jeito de conclusão, voltaria de novo à questão inicial: porque surgiu o OSJ, e porquê em determinada altura? Apontaria três razões: uma possibilidade tecnológica de recolher, tratar, transmitir, guardar e aceder a mais informação de uma forma mais rápida (o aparecimento da internet e das tecnologias digitais em geral); uma preocupação epistemológica de garantir a depuração, partilha e compartimentação de saberes, assegurando

as condições de um pluralismo que é uma das grandes conquistas do iluminismo e do liberalismo; uma preocupação ética de fazer coincidir os destinatários (leitores) com os emissores (editores), ou seja, de criação de condições propícias para a instauração de uma comunidade de sujeitos de enunciação, responsáveis e livres, onde os privilégios da gestão, orientação e selecção da informação típicos dos media tradicionais sejam substituídos por um mecanismo de avaliação mútua e comum. Se fosse útil, pertinente ou adequado (o que não me parece) hierarquizar por grau de relevância o contributo de cada um destes aspectos para o surgimento de um serviço como o Slashdot e de um paradigma como o OSJ, inclinar-me-ia talvez para o primeiro. Mas parece-me antes que eles são inseparáveis. Ainda que as tecnologias sejam um dos elementos fundamentais no modo de criação, circulação e partilha das ideias e, decerto, nas suas formas e conteúdos, é a disponibilidade e a exigência dos agentes individuais para usarem e discutirem a palavra que move a sua aplicação e aperfeiçoamento.