

JORNALISMO NO CIBERESPAÇO¹

Por

S.Squirra

Cyberspace is the 'place' where a telephone conversation appears to occur.
Not inside your actual phone, the plastic device on your desk.
Not inside the other person's phone, in some other city.
The place between the phones. The indefinite place out there,
where the two of you, human beings, actually meet and communicate.

Bruce Sterling

Observações iniciais:

- a) a citação acima foi obtida em pesquisa 'online' a partir de um computador doméstico, acesso telefônico e uma conta em Universidade.
- b) o termo '*cyberspace*' foi cunhado por William Gibson no romance *Neuromancer*.
- c) a palavra 'cyber' deriva do verbo grego "Kubernao" que significa guiar, pilotar, dirigir e traz a raiz para o verbo "governar".
- d) No ciberespaço é possível navegar dentro de um texto com o recurso do Hipertexto, que sucessivamente leva o leitor a documentos localizados em outros centros e computadores, muitas vezes funcionando em diferentes partes do globo.

Those who use these tools
(computer-assisted reporting) will be ahead.
Those who don't will be left behind
-and may not survive"

Pat Stith - News and Observer.

I. Introdução

Nos dias atuais nas sociedades dinâmicas, principalmente nos EUA, grandes mudanças estão acontecendo na relação da oferta e do consumo de informações. Novas áreas e usos comunicacionais estão constantemente sendo redefinidos, provocando o surgimento de novos conceitos e aplicações. A sociedade no sentido geral, mas principalmente este segmento econômico/cultural, está recebendo o forte impacto dos recursos informatizados aplicados em praticamente todos os níveis.

Isto provocou, por exemplo, que a definição amplamente aceita do que seja comunicação eletrônica ficasse bem mais abrangente, passando por exemplo, a englobar também aqueles setores que tradicionalmente publicam produtos impressos. No país líder em publicações e formas de entretenimento, uma profunda mudança está ocorrendo na indústria e mercado aqui definidos como da 'informação', conceito que sublinho, é bem mais envolvente que o brasileiro.

¹ Apostila publicada pela Cátedra Unesco para o Desenvolvimento Regional da Umesp, no.2, 1996

As transformações neste setor estão sendo tão abrangentes e atingindo volume tão significativo de pessoas que é possível afirmar que está acontecendo processo de democratização no acesso à informação, num país já tão vigoroso pela publicação de toda sorte de jornais, livros e revistas. E onde tem-se dado a disseminação de grande volume de programas num vasto número de emissoras de rádio e televisão, meios hegemônicos a partir da metade do presente século.

Atualmente percebe-se que novas formas de comunicação estão se consolidando, confirmando a tendência dos países avançados em aderir de forma resoluta às tecnologias de ponta. A comunicação eletrônica instantânea, propiciada pela união do computador com o telefone (e os sistemas de satélites e TVs por cabos), mais as empresas prestadoras de serviços e os grandes *Databank* estão delineando de forma radical como as pessoas nos EUA, por exemplo, estão e deverão acessar informações, quer seja para o lazer ou para o trabalho (que tornou-se *Telecommuting*, ou trabalho à distância). O uso da palavra 'radical' é justificável, já que muitos acreditam inclusive que estas *novas formas* significam real 'revolução' nas comunicações (quer seja pessoal ou coletivo-empresarial). Ressalto que, como não poderia ser diferente, o fenômeno está também se verificando de forma irreversível na área jornalística.

II) A nova comunicação

As sementes das mudanças foram lançadas no início dos anos 70, quando os EUA começaram a realizar experiências para delinear o perfil do que passou a ser chamado de 'cidades cabeadas' (depois, 'nações cabeadas'). O governo queria implementar programas que aumentassem a qualidade da vida nas pequenas cidades, estimulando padrões para o desenvolvimento cultural regionalmente localizado, que acabaram cunhando o conceito de *think global, act locally*.

Os experimentos e conceitos de comunicação daí advindos propiciaram o surgimento da 'Infovia', ou 'Information Superhighway', hoje detidamente discutida nas sociedades modernas. Um recente documento do governo Clinton destacou que

"A Infraestrutura Nacional de Informação (NII- *National Information Infrastructure*) vai revolucionar a forma como trabalhamos, aprendemos, compramos e vivemos, e vai proporcionar aos americanos *tudo* o que eles precisam, no *momento* que eles precisam, e *onde* eles querem -tanto na forma de texto, imagens, sons ou vídeo".

Os recursos desta moderníssima comunicação vão revolucionar a forma como as pessoas se entretêm, mas, sobretudo, como elas acessam qualquer tipo de informação. A mudança é tão significativa que se prevê que invés de ter que ir atrás da informação, esta é que "virá até o cidadão". Neste cenário -digno de ficção científica-, a interatividade com o meio será possível (eliminando de vez a mão única dos tradicionais meios de comunicação de massa), fazendo com que se assista o *que* se deseja e *quando* se está disposto a isto, unindo definitivamente o computador pessoal, o aparelho de TV doméstico e a disponibilidade das pessoas.

Tudo começou com a revolução dos computadores que, menos de 10 anos atrás, provocou fantástica mudança nos hábitos dos consumidores nos EUA. A adesão tem se dado de forma tão rápida, que as compras realizadas 'on-line' devem crescer de 200 milhões em 1994 para 4,8 bilhões em 1998, e o número de consumidores 'eletrônicos' deve saltar de 4,2 milhões em 94 para 19,5 milhões em 1998. Recente estudo da Morgan Stanley Research estimou que nos EUA hoje um em cada três domicílios possui computador em casa, que as vendas de computadores em 1994 representaram mais de 8 bilhões de dólares, acumulando pouco mais de

31 milhões de unidades em todo o país. Hoje, mais de 90 por cento dos computadores vendidos contém CD-ROM e recursos para conexão via linha telefônica.

Este fenômeno levou Nicholas Negroponte, do Media Lab/MIT, um dos mais respeitados cientistas a afirmar que :

"O crescimento dos computadores pessoais está acontecendo tão rapidamente que o futuro da televisão é o PC. ... Não haverá indústria de TV no futuro, ela será nada mais nada menos do que a indústria dos computadores."

A malha combinada de fibras óticas/cabos coaxiais/telefone deve tornar realidade o fantástico sistema de 500 canais na TV por Cabos, prometida nos EUA para 94. Dados disponíveis revelam que os operadores ainda não conseguiram colocar todo este enorme sistema em ordem, mas as novas tecnologias já permitiram um significativo aumento na oferta de opções nas casas dos consumidores norte-americanos. Com isto, abalaram inapelavelmente o já cambaleante poderio dos concessionários de sistemas de televisão convencionais, atingindo profundamente as 'Três Irmãs' (CBS, NBC e ABC) que vinham de quedas de audiência contínuas nos últimos anos e que agora parecem estar recebendo o *coup de grace* na sua hegemonia - acreditadamente imbatível- de cerca de meio século.

Ainda pelo estudo, hoje são quase 51 mil 'redes' (56% delas nos EUA) que proporcionam acesso à Internet. Para o ano 2000, prevê que no mundo existirão 150 milhões de pessoas acessando as redes e 175 milhões de usuários do correio eletrônico. Este cenário (aqui recheado de números) está determinando o comportamento de boa parte do mercado (alvo fixo da atenção dos pesquisadores sociais nos EUA). Mas está também redirecionando o foco das pesquisas acadêmicas e redefinindo os objetivos dos editores e jornalistas de todos os veículos.

III) O 'novo' jornalismo

Para George Landau, jornalista do St.Louis Post-Dispatch, os jornais convencionais vão morrer se não aprenderem como usar as informações 'online' hoje amplamente disponíveis nos EUA. Esta radical opinião foi veiculada em reportagem na edição de 17 de fevereiro do corrente ano na revista Editor&Publisher (p.14).

Ela servirá como exemplo da evidência das novas formas de acesso às informações que estão sendo amplamente praticadas pelos jornalistas e pesquisadores. A citação acima foi pinçada de um texto eletrônico, obtido a partir de pesquisa realizada com computador pessoal em Database acadêmico localizado na Universidade do Estado do Colorado (a partir da residência na Carolina do Norte). Para isto, fiz 'download' do texto sumarizado para meu computador em casa, sem precisar ir à Biblioteca ou assinar a edição da revista. Na realidade, realizei extensa pesquisa usando algumas palavras-chave e me foi oferecida razoável quantidade de *papers* e artigos sobre o assunto escolhido. Isto, no conforto do escritório e na facilidade do acesso instantâneo disponível na ponta dos meus dedos.

Mas, o material oferecido não se resumia somente a este texto e achei mais coisas interessantes: a partir das palavras-chave definidas, descobri também que a Universidade de Indiana fez pesquisa, selecionou e disponibilizou 'online' os 12 melhores endereços (sites) para o trabalho diário dos jornalistas (profissionais e aspirantes). Ou ainda que usando o acesso eletrônico via computador, um jornalista do *Philadelphia Inquirer* descobriu e revelou que a prefeitura de uma pequena cidade estava desviando recursos para cobrir déficits sem o conhecimento da Câmara de Vereadores. O original desta história também estava na American Journalism Review de 29 de março do corrente (p.34), disponível na Biblioteca central.

Da mesma forma, foi possível saber que já são 240 os jornais com versão eletrônica hoje nos EUA (anexo relação dos mesmos, também obtida eletronicamente). Outra pesquisa online deu-me a seguinte informação, que apresento na sua forma original:

FOURTH ESTATE LIKES CYBERSPACE

A survey by the Columbia University School of Journalism and Middleberg & Associates found that more than two-thirds of journalists polled use the Internet or commercial online services to track breaking news or do research, and almost 25% go online every day. Daily journalists are the most likely to be Net surfers. More than half of the respondents favored phasing out paper press releases, preferring online versions. The publishing industry is responding to the online revolution as well -- more than three-fourths of the newspapers and magazines represented in the study plan online editions, up from 54% last year. (Investor's Business Daily 1 Feb 96 A10)

É importante ressaltar que estas são versões eletrônicas de relatos disponibilizados de graça em Bancos de Dados

A facilidade e a profusão de fontes de informação é seguramente a razão pela qual grande volume de pessoas está procurando assinar alguma forma de acesso eletrônico. Uma pesquisa recente realizada pela Dataquest revelou que 60 por cento das 100 maiores médias e grandes empresas hoje praticam alguma forma de acesso à Internet. E, certamente, estão valorizando esta forma como sistema de disseminação de informações para o significativo número de pessoas com acesso ao sistema hoje. Com a extraordinária vantagem de que a partir de uma conexão à rede, qualquer pessoa, de qualquer lugar do planeta poderá ter acesso às informações. Isto realmente, mudou a forma como as empresas difundem informações e interpretam a comunicação nos dias atuais.

Os empresários da comunicação (e sobretudo os anunciantes) estão satisfeitos pois os usuários estão sendo simultaneamente submetidos a formas dinâmicas e não agressivas de publicidade. Estes formatos de comunicação estão demonstrando que podem atender e agradar a todos, tanto consumidores quanto produtores.

Na prática do jornalismo, passou-se a conviver com a “palavra digital” disponibilizada nos diversos Bancos de Dados públicos ou pagos, nos sistemas das Universidades, nos inúmeros computadores das entidades dos governos local, regional e federal, nas diferentes fontes informatizadas alternativas (ONGs, por exemplo) e muitas outras. Ou na florescente indústria dos CD-ROMs. Como resistir: num único disquete cabem 300 mil páginas de texto, de mil a 40 mil imagens, de 1 a 48 horas de áudio, de 1 a 5 horas de vídeo e que, dependendo dos cuidados, pode durar até 250 anos. Vale lembrar que o papel não suporta áudio, nem vídeo e tem vida útil estimada entre 50 a 100 anos.

No acesso chamado ‘online’, a potente Knigh-Ridder (que tem 26 jornais diários nos EUA) comprou no ano passado um emergente servidor e planeja colocar 100 jornais no sistema informatizado até o ano que vem. Esta empresa e a NCN-New Century Network planejam colocar todos os jornais dos EUA na Internet em futuro próximo. Não só os jornais estão se preparando para estar na WWW: as principais revistas já lá estão e as menores procuram entrar. A Enciclopédia Britânica oferece seus serviços ‘online’. Como procuram fazer muitas publicações individuais (as “zines”), os periódicos eletrônicos (de associações profissionais e de pesquisa acadêmica).

Quanto aos jornais impressos, a adesão está sendo tão grande que a NAA-*Newspaper Association of America* revelou que o número de adesão às formas digitais tinha triplicado no ano passado, comparativamente ao ano de 94. Em fevereiro do corrente ano, eram 175 jornais norte-americanos e, levantamentos indicavam ser 775 o número global de jornais na Web. Em todo caso, muitos ainda deverão achar seu caminho, pois a NAA representa cerca de 1.500

jornais dos EUA e Canadá. Estes dados foram todos obtidos em documentos eletrônicos que informam que o leitor pode fazer ‘links’ com qualquer jornal ‘online’ a partir da direção: <http://www.infi.net/naa> . Este foi aliás, o local onde fui buscar os dados aqui apresentados. O importante é ressaltar que qualquer jornalista pode acessar estas fontes e usar os dados ali disponíveis para realizar seu trabalho.

Entretanto, uma questão paira no ar: a questão da confiabilidade das fontes disponíveis ‘online’. Este não parece ser um problema difícil de resolver, pois os jornalistas e pesquisadores sempre têm como saber se as fontes são confiáveis e se o que elas estão dizendo poderá ser confirmado em outras instâncias. Entretanto, uma nova legislação está em preparação para resolver as questões cibernéticas latentes, como o direito autoral, por exemplo. Legisladores estão preocupados com a pornografia e os advogados estão se preparando para enfrentar questões referentes à privacidade e aos direitos individuais.

As Universidades americanas estão investindo em Laboratórios, Web-servidores, facilidades informáticas e na formação de LANs (Local Area Networks). Desde o início dos anos 90, disciplinas de CAR (*Computer-Assisted Reporting*) estão sendo oferecidas e hoje estão integradas nos Currículos da grande maioria dos Cursos de Jornalismo do país. Assim, hoje é difícil imaginar um aluno de jornalismo (não só de jornalismo, aliás) sem endereço de correio eletrônico (em muitos lugares isto é obrigatório para todos os alunos!). Com este recurso, pode realizar *searchs* para suas pesquisas e práticas acadêmicas ou ainda fazer transferências de informações via FTP (File Transfer Protocol). Muitos mantêm inclusive uma ‘Home Page’ onde veiculam informações sobre assuntos de suas especialidades e interesses específicos.

Os computadores que permitem acesso ao fantástico Banco de Dados Lexis-Nexis são disputados por todos na Biblioteca Central. A partir de uma simples indagação neste sistema descobri, por exemplo, que a Internet recebeu a média de 5.6 referências por edição do New York Times durante o mês de Janeiro do corrente ano, revelando a importância dedicada ao tema pelo mais importante diário do país.

Neste cenário, várias entidades acadêmicas e de pesquisa estão oferecendo interessantes edições científicas na forma eletrônica. Diferente das congêneres impressas, estas podem ser acessadas instantaneamente de qualquer local do globo e, para evitar o problema da língua, estão sendo traduzidas para diferentes idiomas em várias partes. É o caso do Edupage (Folheto eletrônico tri-semanal da Educom norte-americana que se define por ser “um consórcio formado por importantes faculdades e universidades que buscam transformar a educação através do uso da tecnologia da informação”) que está sendo oferecido no Brasil, com tradução e distribuição em português pela RNP, um órgão do CNPq. Todos os pesquisadores que se inscreverem neste serviço receberão gratuitamente as informações em seu computador doméstico. Este é *um* dos serviços disponíveis e que aborda *um* dos segmentos da ciência da comunicação.

Outra notícia, aqui apresentada também na forma eletrônica original revela a dimensão deste tipo de prática:

EDUPAGE IN LITHUANIAN

We are pleased to announce a Lithuanian edition of Edupage, which will be produced and distributed by the Open Society Fund of Lithuania, in Vilnius, Lithuania. Welcome to our Lithuanian readers of Edupage! Sveiki, naujieji Edupage skaitytojai is Lietuvos! To receive the Lithuanian edition of Edupage, send mail to: osflistserv@osf.lt with the message: subscribe edupage-lt. (Besides English, Edupage is now available in French, German, Hebrew, Hungarian, Italian, Lithuanian, Portuguese, Romanian and Spanish editions.)

Em anexo, um exemplo de um boletim da Edupage em português e como fazer para assinar o serviço. Ressalto que as notícias vêm com as fontes referenciadas, o que possibilita

usá-las nos trabalhos científicos e profissionais. Este é um bom caminho e todos estão procurando achar sua identidade neste cenário. A Universidade está procurando se adaptar à nova realidade.

Vejam outra informação eletrônica:

OPEN UNIVERSITY TRAINS 25% OF ALL MBA STUDENTS IN U.K.

The Open University in the United Kingdom, which specializes in "distance education," is educating one fourth of all MBA students in the U.K. (1200 in the current academic year), and is one of just a few business schools to have been given an "excellent" rating by the Higher Education Funding Council. Distance learning is the only method of instruction offered by Open University, and one administrator says: "For us it's the only thing we do; we have to get it right." (Financial Times 11 Mar 96 p9)

O "Jornalismo Ciberespacial" está captando a atenção de muitos profissionais do jornalismo pois significa um processo irreversível no exercício desta forma de atividade. Representa natural conseqüência da informatização das redações, fenômeno recentemente experimentado também em nosso país. Num primeiro momento, a informatização possibilitou razoável economia de tempo, facilitando em muito o trabalho do jornalista que, todavia, permanecia atado aos arquivos da empresa e às fontes que acessava pelo telefone. A combinação do computador com o modem (linha telefônica) passaram a possibilitar que ele "navegasse" para onde bem entendesse e acessasse fontes antes não disponíveis. Muitas delas, representantes de outros setores da sociedade e não mais somente aqueles segmentos costumeiros das vias tradicionais.

Por isso, creio que o jornalismo vive hoje um momento realmente muito importante (reflito sobre o uso do termo 'revolucionário') tanto do lado de quem pratica quando daquele de quem usa os serviços. Uma coisa é certa: quem souber se adaptar e usufruir das modernas facilidades de acesso às múltiplas fontes de informação estará na frente.

Obviamente, isto não é tudo pois o jornalista precisa de outras habilidades, persistência e muita devoção (mas, isto todos estão cansados de saber).

O que pretendo enfatizar é que o domínio da habilidade que trato neste *paper* com certeza, ajudará para que um jornalista torne-se mais pluralista, dinâmico e universal.

E, justamente por mais estes predicados, tenha seu passe ardentemente disputado no mercado.

São Paulo, julho de 1997