

A Internet, o Jornalista e as Inquietações

Sônia Padilha*

Universidade da Beira Interior

Universidade Metodista de São Paulo

Índice

1. Aprendendo a lidar com a Internet	2
2. Tirando proveito das mudanças	4
3. Inquietações	7
4. Bibliografia	9

Resumo

O novo papel do jornalista no mundo globalizado que tem como ícone máximo a Internet. Suas funções, atribuições, dificuldades e limitações. O descompasso entre a evolução tecnológica e a social. A infoexclusão e as possibilidades de democratização da rede mundial de computadores

Palavras-chaves : Internet e Jornalismo.

A era das novas tecnologias está impondo um ritmo alucinante ao quotidiano. Para se ter uma idéia de como tudo acontece numa velocidade impressionante no mundo dos bits, quando você acabar de ler este texto, cerca de 300 novas Home Pages vão estar inseridas na Internet, levando-se em consideração que a leitura do paper levará em média

20 minutos e que a cada 4 segundos surge uma HP na Web. A cada mês, em média, 50 novos jornais entram na Web¹. O primeiro estudo sobre a Internet no Brasil realizado pelo IBOPE e Ratings.com em setembro de 2000, mostrou naquela época que 14 milhões de pessoas já tinham acesso à rede mundial de computadores e que, em números, o país estava em segundo lugar entre os de internautas que ficam mais tempo conectados. Em 2002 o número de pessoas maiores de 16 anos de idade com acesso à Internet chegou a 19,7 milhões².

O volume de informações disponíveis reunidas em todas as mídias é imensurável. Paralelamente, a evolução das tecnologias é exponencial. Sendo assim as pessoas sentem-se na obrigação de estarem bem informadas, dominarem as novas ferramentas tecnológicas, fazerem inserções no contexto social e viverem entre o real e o virtual. Não estaríamos exagerando se afirmássemos que o homem, desde o final do século, vive a materialização do caos. Diante deste novo quadro mundial, as perguntas são muitas, mas as respostas estão longe de ser dadas

¹ Dados de 2003

² http://www.bbc.co.uk/portuguese/ciencia/030220_internetdi.shtml

*Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, professora do curso de Comunicação Social da UFRR- Universidade Federal de Roraima.

com o mínimo de confiança e, na melhor das hipóteses, têm um viés de incerteza.

Dentre as categorias profissionais do mundo globalizado, a dos jornalistas está entre as que mais sofrem os efeitos deste caos". Estão no olho do furacão, e como a maioria dos paradigmas é passível de revisão ou já foi quebrado, resta a árdua tarefa de olhar a tudo de forma atenta e reflexiva considerando que transitamos em comunidades virtuais, mas ainda temos fortes raízes com as regras do mundo real.

A era cibernética criou o cibernetropo, que no plano físico não é tão diferente do homem tradicional. A sua diferença está na absorção social de um comportamento ditado pelo refinamento da ciência e da técnica. Ele tem o seu comportamento centrado nos preceitos sociais da cibernação que domina com a automação os meios social, político, econômico e cultural como nos mostra Delfim Soares³. O jornalista que não estiver contextualizado com esse "novo modelo de ser", não acompanhar o ritmo do mundo globalizado e não souber nele inserir-se estará fatalmente sujeito a ser dragado pelo mais novo processo de eugenia: a Cibeugenia.⁴

Alguns estudiosos sustentam que Marshall McLuhan - que passou um tempo esquecido pelos teóricos da comunicação - foi visionário do mundo globalizado pela Internet. Agora, que ele volta a entrar em voga, muitas opiniões ainda serão manifestas sobre a validade desta questão. Vale a pena ressaltar que a tese das ferramentas como extensões do homem, defendida por McLuhan,

³ SOARES, Delfim. Glossário de Sociocibernética. Em: <http://www.compuland.com.br/delfim/gloss.htm>

⁴ DELFIM, op. cit.

mostrou que a automação tanto tirou quanto inseriu papéis ao ser humano. "Assim, como a automação, por exemplo, os novos padrões da associação humana tendem a eliminar empregos, não há dúvida. Do lado positivo, a automação cria papéis que as pessoas devem desempenhar, em seu trabalho ou em suas relações com outros, com aquele profundo sentido de participação que a tecnologia mecânica que precedeu havia destruído", afirma MacLuhan⁵.

Estamos em um caminho sem volta, de onde pode-se ver claramente que a máxima McLuhiana de que os homens criam as ferramentas e as ferramentas, por sua vez, recriam os homens é uma realidade inquestionável.

1. Aprendendo a lidar com a Internet

A Internet, ícone máximo do mundo globalizado, é o divisor de águas do nosso tempo. "A quem está dentro, tudo! A quem está fora, nada!": é o que reza o senso comum hodierno. O jornalista contemporâneo tem que saber usufruir da Web como ferramenta básica para o seu trabalho. Ela está imposta à sua sobrevivência tanto quanto a escrita. Isso não significa que o mundo dos átomos vai ser sugado do dia para a noite.

As opiniões de especialistas sobre a sobrevivência ou não dos jornais impressos são divergentes. Segundo Roger F. Filder, ex-diretor do projeto Knight-Ridder, os jornais eletrônicos irão substituir as edições impressas por volta de 2005. Já para o ex-diretor executivo do News and Observer, Frank M

⁵ MCLUHAN, Marshall. *Understanding Midia*. Os meios de comunicação como extensões do homem, P. 21

Daniels, os jornais em papel irão desaparecer nos próximos 10 ou 15 anos. Por outro lado, o consultor sobre publicações na Internet Steve Outing, garante que o jornal em papel terá seu lugar na era digital. Pesquisa realizada por Domica Mesing constatou que os jornais online praticamente não prejudicam suas edições impressas. Dos jornalistas entrevistados por Mesing, um terço afirmou que o serviço online aumentou o interesse dos leitores por seu produto em papel⁶. O que vemos hoje, só pelo olhar empírico, já nos mostra isso. A quantidade de publicações em papel não recuou. Muitas delas têm suas versões digitais, algumas copiando o que está em átomos e outras apenas fazendo algumas "adaptações" sem muita criatividade. O mais interessante é que grande parte faz um tipo de "link" para os outros meios de comunicação. São colunas, matérias e artigos em jornais ou revista discorrendo sobre a Internet; outros falando sobre a programação de TV em sistema broadcasting ou por assinatura, etc. A própria rede fazendo propaganda de produtos à venda em lojas não virtuais. O rádio e a televisão fazendo programação interativa com portais, e por aí vai.

Nesse mar de incertezas, o que interessa aos jornalistas é conhecer, acompanhar e praticar as mudanças em sintonia com os avanços nas linhas de produção e difusão da notícia. Elizabeth Saad⁷, que recorre a Manuel Castells para elencar algumas características do jornalista da sociedade digital enquanto gestor de conteúdo, e Angèle

⁶ ANDRÉ, Manta. Guia do Jornalista na Internet. Em: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/Guia/cap18.htm>

⁷ SAAD, Elizabeth. O Jornalista (brasileiro) na sociedade da informação. Ver. Comum. & Artes, SP. Jan-abr 1998.

Murad⁸, que se baseia na experiência de Steve Outing para sintetizar a nova realidade do jornalista, explanam sobre alguns tópicos pertinentes ao novo perfil do profissional da comunicação e à gestão de conteúdo por empresas que têm como produto a informação. Ao reunirmos os tópicos de ambos os estudos, podemos destacar três pontos básicos essenciais para que as empresas de conteúdo tenham sucesso, e outros três itens fundamentais para que o jornalista exerça com desenvoltura as suas funções. Para a gestão são eles: agregação de valor ao produto, incorporação de tarefas automatizadas e compartilhamento de conteúdo. Para o jornalista, temos: o enfrentamento de redações com trabalho ininterrupto, interação eletrônica e capacidade para trabalhar com editoração multimídia.

Atenção especial deve ser dada à compreensão do que vem a ser o trabalho do jornalista para um público que não é mais tão específico e, ao mesmo tempo, exige informações aprofundadas em um dado momento e generalizadas em outro. Nesse cenário, entra o hipertexto com suas camadas sobrepostas e múltiplas facetas. A leitura não linear que na sua forma mais primitiva - ou seja, cumprindo a missão de ser remissiva - já existia com os livros⁹, agora assume uma posição de destaque por ter o poder de fazer links através da multimídia com os diversos meios de comunicação em um só tempo e partindo de um só ponto.

É com o hipertexto que o leitor exigente

⁸ MURAD, Angèle. Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet . Em: <http://www.uff.br/mestcii/angele1.htm>

⁹ Ver: LEMOS, André. As estruturas antropológicas do cyberespaço. Em: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/estrcy1.htm>

vai deparar-se e decidir de acordo com sua vontade, se fica na superfície ou se mergulha para aprofundar-se. Daí a importância dos jornalistas e editores de conteúdos em realizarem um trabalho que proporcione ambas as possibilidades. Não existe nada pior para o internauta do que encontrar um ponto que o interessa e morrer na praia por falta de oportunidade para aprofundar-se. Na Web esta falha é comum.

O interessante é que o hipertexto muda a forma linear de ler e o fechamento que o leitor está acostumado, mas isso não significa que a noção de não-linearidade deva ser usada de forma taxativa. "Nossa experiência de leitura dos hipertextos deixa claro que é perfeitamente válido afirmar-se que cada leitor, ao estabelecer sua leitura, estabelece também uma determinada linearidade específica, provisória ..." ¹⁰.

2. Tirando proveito das mudanças

O fato de qualquer leitor poder ser potencialmente um editor, um agente de interação, o torna um netsurfista autor. Essa abertura nas possibilidades produtivas tem sido motivo de preocupação ética e profissional. O jornalista experiente não pode lançar mão de algumas informações sem estar bem certo da fonte e fazer checagem. Entretanto, nada deve ser relegado nas infovias. Alguns casos mostram que, informações contidas em páginas e sites desconhecidos podem ser pinçadas para averiguação e render um furo de reportagem. Foi o que acon-

teceu com o início do escândalo Mônica Lewinsky-Clinton. A lebre foi levantada por um repórter que mantém um site marginal ao sistema de meios jornalísticos norte-americanos, o Drudge Report. A página trazia a informação de que uma equipe da revista Newsweek tinha informações comprometedoras sobre um caso envolvendo o ex-presidente Bill Clinton, mas que estava impedida de publicar por causa de questões editoriais. Em pouco tempo toda a mídia norte-americana já estava investigando o assunto. Daí em diante, sabemos o desenrolar e o desfecho que foram cobertos amplamente por todos os meios de comunicação.

Dentre os meios utilizados para nos comunicar, o ciberespacial é o único que comprehende todos os processos de comunicação: do interpessoal ao de massa. Nele o emissor e o receptor passam a ser em muitas ocasiões o mesmo. Características de diferentes mídias estão reunidas nos sites. Vejamos: o áudio e a instantaneidade do rádio; a imagem e a agilidade da televisão, a profundidade e o detalhamento e fotos do fato jornalístico nos impressos; a capacidade de armazenar informações da informática; o canal de voz do telefone; e a interatividade da multimídia. Com a Internet é possível conversar instantaneamente; emitir opinião, identificando-se ou não; manter conversação com imagem simultânea, através da videoconferência; ler textos e livros; enviar correspondência com anexos de áudio e imagem, inserir e disponibilizar livros, textos, artigos, matérias, teses, etc. A super-rede, associada à uma série de equipamentos eletrônicos e interfaces proporciona a utilizações dos *bits* de várias formas.

A Internet mudou muito a relação do jornalista com o leitor e as fontes. Ela destruiu

¹⁰ PALACIOS, Marcos. Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva . Em: <http://www.facom.ufba/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html>

o monopólio da informação que era exercido de certa forma pelos comunicadores. Ainda não se sabe ao certo o papel de cada um nessa nova relação. É como se estivesse sendo construído um relacionamento aberto e centrado na relação mútua de poder.

Nesse alargamento no espaço de veiculação e acessibilidade às informações, a função de gatekeeper (intermediário no processo de informação), do jornalista fica em xeque. É claro que com tanta informação transitando pelos meios através de inúmeros veículos o jornalista fica sujeito à imperfeições. Alie-se a isso, o fato de que o produto diário do trabalho jornalístico é fruto de ritmo muito acelerado. Para complicar, a concorrência entre os sites ou portais e a frenética pressa em dispor rapidamente a informação para o leitor na Web, está levando alguns a proporem jornadas de trabalho muito além do suportável. Alguns sites ou portais que abrem janelas para notícias, estão fazendo o tipo de degustador informacional. Ou seja, três frases curtas sobre a notícia, e só.

Algumas grandes empresas noticiosas trabalham com os bibliotecários, profissionais que auxiliam na busca de informações e registros, fazendo pesquisa em bancos de dados. Hoje, o trabalho de pesquisa ganha destaque para que as matérias dos jornalistas não sejam apenas uma tábua rasa. Nora Paul, estudiosa das bibliotecas jornalísticas e diretora do Instituto de Novas Mídias da Universidade de Minnesota, diz que "um bom pesquisador é um bom repórter, e um bom repórter é um bom pesquisador"¹¹.

A busca hoje na Internet não garante

¹¹ OUTING, Steve. O repórter como pesquisador. Em: <http://www.uol.com.br/colunas/parem>

de um resultado satisfatório. Os buscadores estão divididos em três grupos: catálogos, robôs e metabuscadores, mas ainda precisam ser aperfeiçoados para facilitar a pesquisa na rede. Uma simples busca com uma única palavra pode render mais de 100 mil páginas, um oceano de informação. Só em fevereiro de 2000 já existiam mais de 1 bilhão de páginas www. Muitas vezes afunilar a pesquisa ou usar técnicas indicadas para estreitar a busca para que o alvo fique mais fácil também não resolve o problema. Por enquanto, a paciência e a insistência têm sido fundamentais para que consigamos resultados mais positivos. Nora Paul faz críticas às empresas jornalísticas afirmando que uma das maiores "vergonhas" das redações modernas é que os repórteres não são treinados para usar a fantástica ferramenta de pesquisa de que dispõem em suas mesas - a Internet.

A questão da credibilidade das fontes à disposição é fator crucial para o trabalho de busca, tanto do jornalista quanto do pesquisador. Os sites não costumam divulgar publicamente suas políticas de preservação da credibilidade. A CNET é uma das poucas que faz isso. Mantém na home page do site um link [.about CNET](#) onde descreve o modelo de negócios adotado por ela. Steve Outing¹² diz que todo o site noticioso deveria ter uma declaração ao público disponível em sua home page, definindo claramente suas políticas editoriais com relação às empresas com as quais tenha laços comerciais e de que forma seu conteúdo editorial e suas estratégias de negócios se integram mutuamente.

Saber em que forma disponibilizar as in-

¹² OUTING, Steve. Jornalismo online: será que já chegamos lá ? Em: <http://www.uol.com.br/colunas/parem>

formações também é outro grande segredo. Enquanto não chegamos a concretizar a visão futuresca de Negroponte¹³ de que o receptor disponibilizará da informação em bits num único aparelho e decidirá em que forma deseja abri-la: na forma de imagens, áudio ou impresso; os editores, técnicos e jornalistas têm que dar ao usuário da Internet as opções que melhor se adequem e enriqueçam a recepção. Negroponte vai mais além e deixa claro que o desafio da próxima década é de que o computador não apenas ofereça às pessoas telas maiores, melhor qualidade de som e um painel gráfico de comando mais fácil, e sim, fazer com que reconheça os usuários, aprendam quais as suas necessidades e entenda linguagens verbais. Essa será um outra revolução a ser encarada pelos que fazem a comunicação. Por enquanto, os editores de conteúdo ainda trabalham oferecendo poucas opções de recepção, de certa forma em função das limitações do aparato tecnológico que os usuários têm à disposição.

Para quem procura os filões do mercado no momento, a dica são os chamados boletins informativos customizados. Eles são a cara do cliente e o fazem ganhar tempo - ingrediente fundamental para o cibernetropo. O Jornalista Alceu Nader, que presta serviço de informação criando esses tipos de boletins, deu uma entrevista a Renato Cruz, em dezembro de 1997, publicada em 98 por Sebastião Squirra¹⁴. Nader, diz que sete pessoas trabalham com ele, mas quem faz a seleção e orientação do que deve ir para o cliente são dois jornalistas e um sociólogo.

¹³ NEGROPONTE, Nichollas. *A vida digital*, p. 58.

¹⁴ SQUIRRA, Sebastião. *Jornalismo online*. SP, Arte Ciência, p. 105.

O rastreamento das informações é feito usando o acesso à Internet. O trabalho começa às 3 horas da manhã para que por volta das 9 horas o produto esteja disponível ao cliente. Nenhum produto é igual ao outro. A função do jornalista é filtrar a massa de informação e descer mais fundo, tendo que ir ao corpo da matéria para que a pesquisa fique completa. Negroponte¹⁵ ratifica esse tipo de produto ao afirmar que na era da pós-informação, o público que se tem é, com frequência, composto de uma única pessoa. Tudo é feito por encomenda, e a informação é extremamente personalizada.

Com o advento da internet a lista de atributos do profissional sofreu acréscimos consideráveis, mas o jornalista continua tendo que lidar em primeiro lugar com a palavra. "... a palavra manter-se-á como nossa ferramenta de trabalho. Por mais que venham tecnologias e se consigam modificar os suportes com os quais trabalhamos, nossa relação com a palavra, com os fatos, com as opiniões, enfim, a necessidade de entender o mundo - e passar isso para o leitor - permanecerá"¹⁶.

O jornalista do mundo global tem também que saber lidar com o local. Respeitar a hibridação de culturas. Não é aconselhável imitar modelos só porque estão na moda ou vêm das urbes. Nestor Garcia Canclini¹⁷ deixa claro essa premissa quando cita exemplos de adaptações feitas nos formatos de produtos conhecidos como a Coca-cola e o Jeans, para

¹⁵ NEGROPONTE, op. cit., nota 11, p. 157.

¹⁶ MURAD, Angèle. *Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet*. Em: <http://www.uff.br/mestcii/angele1.html>

¹⁷ CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos; conflitos multinacionais da globalização*, p. 171.

as realidades locais da Espanha e do Brasil respectivamente. Os exemplos são de acomodações feitas em produtos, mas podem servir para mostrar que os estilos dos sites e até a forma de disponibilizar as notícias também devem respeitar as peculiaridades e as culturas locais. Mesmo assim, é importante ter em mente que os conteúdos não são acessados obrigatoriamente pelo interesse no referencial local (geográfico), mas sim por temas. É claro que o morador de São Paulo vai querer saber prioritariamente as notícias ligadas à sua realidade local (por questões de proximidade geográfica, afetiva, cultural, etc.), mas também vai, ocasionalmente, dependendo do interesse, querer saber mais sobre algum outro assunto. As áreas de demarcação indígenas, por exemplo. Aí é provável que esse internauta se depare com páginas e sites voltados para a região Norte do Brasil, *home pages* produzidas por ONGs, autores ou pesquisadores ligados à questões indigenistas. E este editor de conteúdo provavelmente vai estar baseado em um local próximo ao seu objeto de interesse. No caso, as áreas disputadas por índios e brancos. Enfim, trata-se de não relegar à regra da proximidade e respeitar a nova ordem que instaurou a desterritorialização de interesses.

Pesquisas indicam que cerca de 90 % das páginas da Web hoje são em inglês, mas Steve Outing diz que a medida que sites em outras línguas forem sendo disponibilizados, as pessoas naturalmente optarão por serviços de Internet que melhor refletem sua identidade cultural. Para não perder essa fatia de usuários, muitos sites já disponibilizam translate em pelo menos três idiomas.

O contato pessoal também não deve ser de forma alguma relegado pelo jornalista. Pesquisa realizada em novembro de 1999

com os americanos mostra que eles não recorrem à Internet tanto quanto se suporia, privilegiando a conversa pessoal com suas fontes como meio para obtenção de informação¹⁸

3. Inquietações

O fato de vivermos numa aldeia global, dentro de uma cabana local, com um *link* mundial, traz vantagens e desvantagens para as tarefas do dia-a-dia. O teletrabalho que transformou o espaço privado em espaço público é um dos aspectos que tem ambas as características. O jornalista pode fazer os seus horários, mas corre o risco de um descontrole desse horário. Esse é um aspecto real que não é tratado de forma clara pelos tecnoevangelistas.

Um dos maiores estudiosos dos efeitos da tecnologia sobre o dia-a-dia das pessoas na nossa era, Larry Rosen, em entrevista à revista *Veja*¹⁹, diz que queremos fazer tudo na velocidade do computador, mas que acabamos sofrendo de tecnostress por não sabermos lidar com as nossas próprias limitações, com as falhas das máquinas e não colocarmos limites entre trabalho e lazer. "Acabamos exigindo demais de nós mesmos, expondo nosso cérebro à constantes situações-limite e não demora muito para começarmos a sentir os efeitos disso", diz Larry. Ele afirma que tudo isso faz com que percamos a memória com freqüência. O

¹⁸ Ver: SOUZA, Pedro Jorge. Os novos meios electrónicos em rede. Um estudo prospectivo sobre o jornalismo on-line e outros conteúdos na Internet portuguesa. Em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-pedro-jorge-jornalismo-on-line.html>

¹⁹ Ver entrevista das páginas amarelas da revista *Veja*, edição n.º 1674. 8 de novembro de 2000.

próprio estudioso se diz uma das vítimas do tecnostress. Em geral as pessoas que trabalham com informação noticiosa enfrentam as consequências desse desajuste imposto pelo ritmo frenético da ditadura tecnológica.

A volatilidade do emprego no mundo virtual é um dos aspectos que reforça as vantagens do teletrabalho. Ao se tornar um *freelancer* exercendo o teletrabalho, o jornalista vai estar talvez mais seguro do que em uma empresa convencional ou até em uma das empresas virtuais de conteúdo. As fusões de empresas que estão na Internet acontecem freqüentemente. O mercado de trabalho é considerável, mas a concorrência é selvagem, a instabilidade é real e não existe amparo legal que garanta alguns direitos trabalhistas. Os jornalistas que estão dentro de empresas provedoras de conteúdo também sofrem a falta de entendimento com os programadores e técnicos. Como eles trabalham conjuntamente, o bom resultado do trabalho de um depende do outro. Mas nem sempre acontece o fluxo de idéias para que se possa chegar a um produto final de qualidade. O problema centra-se no fato de que um conhece pouco o terreno de domínio do outro. Assim, fica impossível administrar os conflitos.

Alguns autores vêem o *cyberspace* como o Eldorado. Outros criticam alguns aspectos da globalização lançando um olhar sobre as questões sociais centradas na dependência tecnológica, como é o caso de Delfim Soares com trabalhos que tratam da globalização, sociocibernética e ciberhumanismo²⁰. Sendo a Internet o ícone máximo da globalização, ela está para a nossa era como a escrita es-

teve para os Egípcios e o papel esteve para a escrita; por isso é importante o exercício de visão crítica sobre a rede. Quem está inserido na grande rede, mesmo como usuário fica inebriado e muitas vezes perde o eixo da compreensão do que vem a ser a Internet enquanto potencial democrático e ao mesmo tempo ditatorial.

A Internet tem um certo aspecto democrático justamente por não permitir o controle de si mesma e por dar poderes de manifestação diversa. Mas essa característica por si só não a torna um instrumento democratizante. Basta vermos que a grande maioria da população mundial não lhe tem acesso. "Diremos que a Internet tem um imenso potencial democrático no plano tecnológico que não encontra sustentação no plano sócio-econômico da globalização das colônias", afirma Delfim Soares²¹.

A democratização da rede passa também pela possibilidade de real acesso. Ou seja: condições financeiras para uso da rede. O preço do conjunto de equipamentos e provedores que proporcionam o acesso à Internet (computadores multimídia, *softwares*, *hardware*s, provedores, etc.) tem caído, mas está longe de poder ser adquirido ou contratado por muitos. O governo brasileiro não fez o acordo necessário para isentar de impostos de importação produtos de informática. Resultado: não foi possível o barateamento desses produtos. Assim, chegamos ao absurdo de pagarmos o dobro, em alguns casos, pelos produtos de tecnologia importada. Isso vale também para os equipamentos utilizados pelos provedores.

²⁰ Textos disponíveis em:
<http://www.compuland.com.br/delfim/>

²¹ SOARES, Delfim. Globalitarismo e dependência tecnológica - Considerações sobre a transnacionalidade de uma crise. Revista eletrônica Ciberlegenda, n.º 2. - 1999 <http://www.uff.br/mestcii/delff3.htm>

O Brasil que é o país das contradições vive esse dilema: protege a tecnologia nacional com a manutenção de altos impostos para importação de produtos internacionais e, ao mesmo tempo, tem um discurso que dissemina a idéia de que o é uma nação sintonizada com a evolução da era cibernética. A burocracia e a ineficiência do setor público são os maiores aliados quando se trata de travar os avanços.

As mudanças tecnológicas estão muito a frente das sociais. Enquanto alguns questionam essas mudanças, outros apenas aderem sem saber muito bem a razão. Esse talvez sintam-se apenas envolvidos pelas ondas maremóticas do mundo virtual. Na dicotomia dominantes/dominados, está o cenário perfeito para que a mídia, ao lado dos monopolizadores (detentores do poder), plantem mais uma bandeira no território das conquistas. Delfim chama atenção para a ilusão democrática que se cria com o advento das mudanças tecnológicas e da globalização²².

É verdade que, enquanto tivermos um oceano de pessoas fora do mar da Internet, ela jamais será democrática. O direito à informação ainda é privilégio de nichos espalhados mundo a fora. O mundo ficou menor, mas apenas para alguns. Para os excluídos, resta a distância de uma galáxia do mundo da informação.

O sistema globalizando também traz a contradição local/global. Nele situa-se mais uma vez a ilusão de que não somos mais cidadãos de lugar algum. Seríamos cidadão do mundo. Mas não é bem assim. As de-

²² SOARES, Delfim. Revolução cibernética na comunicação e ilusão democrática. Em: <http://www.uff.mestcii/delf1.html>

sigualdades e diferenças permanecem de forma arraigada, marcando o divisor entre os que teriam características globais e os que se enquadram no "traso" local. E o controle tecnológico tem muito a ver com esse fosso.

Nesse mundo cibernético, confunde-se muito os antagonismos. Um exemplo muito visível está na esfera do conteúdo que circula na Web. Informação e propaganda já não têm diferença. E mais: "revolução da massificação, muito mais do que as anteriores, produz confusão entre vulgarização e democratização, elitização e demagogia, consumismo e liberdade, manipulação e alienação" (SOARES: 1998)²³.

Como ainda não vislumbram-se luzes suficientes sobre as várias facetas da globalização (em especial a midiática) e seus aparatos, como a Internet, as inquietações, oriundas de questionamentos que sequer têm um arcabouço de resposta, continuarão carecendo de estudos. As contradições e implicações do sistema globalizado, centrado nos aparatos tecnológicos com a Internet, ratifica a necessidade de debruçarmos sobre as instâncias epistemológicas do conhecimento nesse campo. E Nessa tarefa o jornalista, como pesquisador, tem um papel fundamental.

4. Bibliografia

ANDRÉ, Manta. Guia do Jornalista na Internet

<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/Guia/cap18.htm>
(maio de 2000)

CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores

²³ SOARES, Delfim. Revolução cibernética na comunicação e ilusão democrática. Em: <http://www.uff.mestcii/delf1.html>

- e cidadãos; conflitos multinacionais da globalização. 4¹ ed. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1999.
- DELFIM, Soares."Glossário de Socio-cibernética".
<http://www.compuland.com.br/deflim/gloss.html> (agosto/2000).
- LEMOS, André. As estruturas antropológicas do cyberespaço.
<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/estrcy1.html>
- MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding Media): Cultrix, SP.
- MURAD, Angèle. Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet
<http://www.uff.br/mestcii/angele1.html> (novembro/2000).
- NEGROPONTE, Nicholas. A vida digital. Cia das Letras, 1997.
- OUTING, Steve.O repórter como pesquisador
<http://www.uol.com.br/colunas/parem>
- OUTING, Steve. Jornalismo online: será que já chegamos lá ?
<http://www.oul.com.br/colunas/parem> (novembro de 2000).
- PALACIOS, Marcos. Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearilidade discursiva
<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html>
- (setembro/2000).
- SAAD, Elizabeth. O Jornalista (brasileiro) na sociedade da informação. Revista Comum. & Artes, SP. Jan-abr 1998.
- SOARES, Delfim. Globalitarismo e dependência tecnológica - Considerações sobre a transnacionalidade de uma crise. Revista eletrônica Ciberlegenda, n.º 2. - 1999
<http://www.uff.br/mestcii/deflf3.htm> (agosto de 2000)
- SOARES, Delfim. Revolução cibernética na comunicação e ilusão democrática.
<http://www.uff.br/mestcii/delf1.html> (agosto de 2000)
- SOUZA, Pedro Jorge. Os novos meios eletrônicos em rede. Um estudo prospectivo sobre o jornalismo on-line e outros conteúdos na Internet portuguesa.
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-pedro-jorge-jornalismo-on-line.html> (outubro/2000).
- SOUZA, Pedro Jorge. Os novos meios eletrônicos em rede. Um estudo prospectivo sobre o jornalismo on-line e outros conteúdos na Internet portuguesa.
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-pedro-jorge-jornalismo-on-line.html> (outubro/2000).
- SQUIRRA, Sebastião. Jornalismo online. SP, Arte Ciência, 1998.