



Moisés de Lemos Martins & Manuel Pinto (Orgs.) (2008)
Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação
6 - 8 Setembro 2007, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho)
ISBN 978-989-95500-1-8



Jornalismo para quê e para quem? A reinvenção da área em um cenário tecnológico

MÁGDA RODRIGUES DA CUNHA

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul ~ magda.cunha@uol.com.br

Resumo:

O atual contexto, influenciado pelas modernas tecnologias de comunicação, traz à tona alguns questionamentos sobre o papel e a tendência do Jornalismo. O mundo evidencia um horizonte onde um elevado percentual das informações circulantes são produzidas fora da mídia convencional e não mais são mediadas. São produzidas pelo que anteriormente se convencionou denominar audiência ou recepção. Muito se produz fora das empresas de comunicação e menos por intermédio de jornais ou emissoras de rádio e televisão. O movimento das informações jornalísticas, que historicamente ocorria de dentro das organizações de comunicação, dirigidas à audiência, hoje tem outro fluxo. Uma das questões que começam a se impor e que deve ser discutida dentro do ambiente acadêmico: para quem e para que Jornalismo se muitos podem publicar? O que vai diferenciar a atividade jornalística da simples produção de informações por qualquer pessoa? Estas são algumas perguntas sobre as quais este texto busca refletir. Para a investigação, pretende-se situar historicamente o jornalismo, considerando o fluxo da informação mediada pelas empresas de comunicação, em comparação ao atual contexto em que muitos publicam para muitos, paralelamente às organizações de mídia convencional. Neste texto, emerge ainda a intenção de descrever as diferentes alternativas de publicação por parte do público, observar a situação no Brasil e em que medida estas iniciativas tangenciam as características da produção jornalística.

Palavras-chave:

Jornalismo, tecnologia, tendência, reinvenção, blogs

Muitos autores arriscam informações catastróficas sobre o futuro do Jornalismo e dos próprios meios. Outros entendem que o papel do Jornalismo será fortalecido, com a diversidade de possibilidades de produção de informações, distribuída não somente entre profissionais, mas por toda a sociedade.

Traquina(2002) escreve que alguns autores arriscam, quando o jornalismo mal começa a sofrer o impacto do cibermídia, tomar posições categóricas sobre o futuro do Jornalismo. Cita o pensamento de John Pavlik, diretor do Centro de Novos Media da Universidade de Columbia, por exemplo, para quem os jornalistas são uma espécie ameaçada ou David Bartlett, cuja previsão é de que os jornalistas tornar-se-ão desnecessários. Com o assunto em pauta, surgem os opositores a este pensamento, como é o caso de Howard Rheingold, também citado por Traquina(2002), que defende uma valorização do papel dos jornalistas nas sociedades contemporâneas com a chegada do cibermedia.

Os meios têm escravizado as informações e as linguagens utilizadas para narração dos fatos. Os suportes tecnológicos e as formas de narrar se sobrepuseram aos próprios acontecimentos durante muito tempo. Agora, não interessa mais onde está a narração, mas sim o próprio acontecimento. Com isso, chega-se à hipótese de que instalam-se muitas frentes de produção de informação, que questionam o lugar do jornalismo.

O Jornalismo passa por novas interrogações que chegam a refletir sobre a sua obsolescência. Certamente, será preciso aproveitar este momento de rupturas na cultura para que o Jornalismo se aproprie das novas variáveis que dão ao fato e à própria linguagem a soberania sobre a forma tecnológica da narrativa. Os meios não mais podem aprisionar os acontecimentos aos seus moldes, já que eles se encontram em novas e diversificadas formatações.

Adelmo Genro Filho (2004:160), ao abordar a necessidade de uma teoria do Jornalismo, ressalta que a distinção entre o Jornalismo e a imprensa é fundamental: a imprensa, segundo ele, é o corpo material do Jornalismo, é o processo técnico e mecânico que resulta num produto final, composto de papel e tinta, “o jornalismo é a natureza da informação que surge em função destes meios e das necessidades sócio-políticas de um período histórico.”

O autor afirma ainda que o

aparecimento do Jornalismo está ligado à difusão da ideologia que vai funcionar como cimento do edifício da ordem social burguesa. Essa estrutura de comunicação (de caráter industrial), como o próprio sistema mecânico que lhe serviu de corpo, é incorporada à humanidade como um aspecto de sua capacidade criadora, através da qual se origina a ideologia, a cultura e o próprio conhecimento. (Adelmo Genro Filho, 2004: 162,163)

Logo, segundo ele, o desaparecimento do Jornalismo está condicionado ao desaparecimento da necessidade social que o fez surgir, ou seja, existirá até que seja superada a necessidade da informação de caráter jornalístico. O pensamento confirma as relações tramadas na cultura entre Jornalismo, meios tecnológicos e linguagens narrativas.

O acontecimento, “aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais”, conforme esclarece Rodrigues (1993:27), circula sem mediação em alguns momentos. Narrá-lo simplesmente não é mais suficiente. Por isso, as técnicas jornalísticas cada vez mais tornam-se relevantes. É preciso observar o fato e investigá-lo sob diferentes dimensões que podem levar ao texto, ao áudio, à imagem ou à multimídia. Esta investigação e escolha estão associadas à técnica da narração jornalística. Os critérios de noticiabilidade, conforme descrição de Wolf (2002), sobre os fatos que têm a capacidade ou não de virar notícia, mantêm sua importância num ambiente de grande diversidade de possibilidades narrativas. Porém, além dos valores-notícia, sugeridos pelo autor, surgem os valores de narração, que vão emergir sempre por intermédio de linguagens, determinadas na base da observação do fato. O acontecimento não é somente noticiável ou não, mas tem narratividade mais adequada através de uma ou outra linguagem, associada ou não a um meio específico.

O profissional precisa estar preparado para assumir a re-acomodação que passa também pela valorização da profissão, como a única capaz de combinar as diferentes técnicas de observação e de narração do acontecimento. É necessário que neste momento o jornalista se aproprie destas possibilidades e atue diretamente na consolidação da linguagem do ciberespaço, que chega ao século XXI sofrendo o impacto da cultura, mas também exercendo influência sobre ela. Fato e linguagem são soberanos. O jornalismo, como lugar da técnica narrativa, certamente sofre as influências deste processo, mas também vai influenciá-lo.

E, neste jogo de influências, a cultura é influenciada e influencia esta re-acomodação de papéis nos diferentes momentos. As linguagens, a produção de informações e o jornalismo estão na base e, relacionados aos meios, interferem e são, simultaneamente, resultado da cultura. Somente as

mudanças culturais é que podem levar ao desaparecimento ou obsolescência de qualquer técnica ou prática.

A cultura, no pensamento de Barthes (1988:69), é tudo e é também linguagem. O texto é um espaço de dimensões múltiplas, é um tecido de citações saídas dos mil focos da cultura e o homem precisa dessa cultura. Ambas estão relacionadas a certas regras que vêm de uma lógica milenar da narrativa, que constitui a pessoa antes do nascimento. Autores e leitores, sugere Barthes (1988), não são mais do que uma passagem desse imenso espaço cultural.

Barthes (1988:105) reflete sobre a cultura e afirma que para dizer-se homem, o homem precisa de uma linguagem, isto é, da própria cultura. Encontram-se hoje no organismo vivo as mesmas estruturas que no sujeito falante, pois a própria vida está construída como uma linguagem.

Em resumo, tudo é cultura, da roupa ao livro, da comida à imagem, e a cultura está por toda a parte, de uma ponta à outra das escalas sociais. Essa cultura, decididamente, é um objeto bem paradoxal: sem contornos, sem termo oposicional, sem resto.

Santaella (2003:13) utiliza uma divisão das eras culturais em seis tipos de formações: cultura oral, cultura escrita, cultura impressa, cultura de massas, cultura das mídias e cultura digital. Salienta que tais divisões são pautadas na crença de que os meios, desde o aparelho fonador até as redes digitais atuais, mesmo sendo meros canais de transmissão de informação, são capazes não só de moldar o pensamento, “mas também de propiciar o surgimento de novos ambientes sociais.” É possível evidenciar aqui a cultura em situação de diálogo com os diferentes períodos históricos de surgimento e desenvolvimento das linguagens e das mídias.

A autora destaca outro aspecto importante no que diz respeito a esta divisão de eras culturais. Não são períodos culturais lineares, com o desaparecimento de uma era para surgimento de outra. Há sempre um processo cumulativo de complexificação, “uma nova formação comunicativa e cultural vai se integrando na anterior, provocando nela reajustamentos e refuncionalizações.” Santaella (2003:13) Afinal, segundo ela, a cultura comporta-se sempre como um organismo vivo, inteligente, com poderes de adaptação imprevisíveis e surpreendentes.

Conforme Santaella (2003: 31), uma definição breve e útil aponta que a cultura é a parte do ambiente que é feita pelo homem. Está implícito que a vida humana é vivida num contexto duplo, o habitat natural e seu ambiente social. Implica também que a cultura é mais do que um fenômeno biológico.

Ela inclui todos os elementos do legado humano maduro que foi adquirido através do seu grupo pela aprendizagem consciente, ou, num nível algo diferente, por processos de condicionamento – técnicas de várias espécies, sociais ou institucionais, crenças, modos padronizados de conduta. A cultura, enfim, pode ser contrastada com materiais brutos, interiores ou exteriores, dos quais ela deriva. Recursos apresentados pelo mundo natural são formatados para vir ao encontro de necessidades existentes.

A idéia completa o pensamento de Barthes de que todo o texto é resultado de um tecido de citações, obedece a uma lógica milenar da narrativa a qual todos estão presos mesmo antes de nascer. Entendemos aqui que entre os recursos formatados para vir ao encontro das necessidades humanas estão também as tecnologias de comunicação e as linguagens que as acompanham. Tais técnicas evoluem a partir de um condicionamento, mas também de uma demanda por aperfeiçoamento, resultando diretamente da e na construção da cultura.

Cultura e linguagens

Santaella (2003: 52) aponta que dois tipos de cultura se delineavam nas sociedades ocidentais até meados do século XIX. A cultura das elites, de um lado e a cultura popular, produzida no seio das

classes dominadas. A cultura de massas, a partir da explosão dos meios de reprodução técnico-industriais – jornal, foto, cinema –, seguida dos meios eletrônicos, rádio e televisão, produziu um impacto “atordoante” naquela tradicional divisão da cultura em erudita, culta, de um lado e cultura popular de outro.

Ao absorver e digerir, dentro de si, essas duas formas de cultura, a cultura de massas tende a dissolver a polaridade entre o popular e o erudito, anulando suas fronteiras. Disso resultam cruzamentos culturais em que o tradicional e o moderno, artesanal e o industrial mesclam-se em tecidos híbridos e voláteis próprios das culturas urbanas.

Com o “agigantamento” crescente dos meios de comunicação de massa, no século XX, foram crescendo as dificuldades para se estabelecer distinções claras entre o popular, o erudito e o massivo. Até o final do século XIX não era tão complicado quanto hoje determinar as formas, os códigos e os gêneros da cultura. A partir da revolução industrial esse cenário se complicou com o aparecimento de meios técnicos de produção cultural. Entretanto, entende a autora, não obstante o poder de que se revestem, contra todos os prognósticos, os meios de massa não levaram as formas mais tradicionais de cultura, a cultura superior, erudita, e as culturas populares ao desaparecimento. Provocaram recomposições nos papéis, cenários sociais e até mesmo no modo de produção dessas formas de cultura, assim como “borraram” suas fronteiras, mas não apagaram sua existência.

A explicação, entende a autora, está no fato de que a cultura humana existe num continuum, ela é cumulativa, não no sentido linear, mas de interação incessante de tradição e mudança, persistência e transformação. Quando aborda o caráter cumulativo das eras culturais, destacando a não linearidade deste processo, o pensamento de Santaella coincide, de certa forma, com as três idades da linguagem descritas por Souza (2001): a oralidade, a escrita e a imagem eletrônica, multímídia. Em relação à cultura, a autora faz um desdobramento dessas idades da linguagem.

Mudanças na cultura e obsolescência de conceitos

A obsolescência de conceitos também é alvo de reflexões em diferentes áreas e, considerando-se aqui qualquer prática só pode tornar-se obsoleta por intermédio de mudanças na cultura, busca-se o pensamento de Alasuutari (2005) em torno do futuro dos meios. Para ele, o conceito básico dos meios começa a tornar-se obsoleto, por estar rodeado de um conjunto de imagens, baseado na idéia de esfera pública como arena onde as pessoas que nela falam podem ser ouvidas por muitas outras. A outra imagem é a do canal por onde se tem informação sobre a sociedade, “a lente pela qual se tem a imagem da realidade fornecida pelos media, que pode ser distorcida ou não.”(Alasuutari,2005: 13)

De acordo com o autor, os dois conceitos tornam-se obsoletos em um contexto com diversidade de canais, incluindo a telefonia celular ou a internet, onde existem diferentes argumentos e informação variada, não fazendo sentido debater se a imagem dada por determinado canal estaria ou não distorcida. Na essência desta “imagem dada” pelo canal, está a narração dos fatos praticada pelo Jornalismo. Todavia, a cultura narrativa aprisionou o Jornalismo a uma forma, ditada pelos meios, pelas linguagens existentes, onde as técnicas determinam o formato final assumido pelo acontecimento.

Mas a principal mudança ocorrida no contexto digital é, certamente, a possibilidade de muitos publicarem, por intermédio da internet, e ainda, através da mídia convencional, que já busca estratégias para acolher os pensamentos da audiência. Muitos são os conceitos cunhados nesta contexto. Nesta reflexão, tentaremos trabalhar com aquele que aponta para o cidadão-jornalista, que tem provocado muitos debates.

Jornalismo Cidadão

A pesquisa intitulada *The State of the News Media 2007*, quando aborda a questão da Mídia Cidadã, relembra o pensamento de James Carrey, professor da Columbia University, que descreveu o Jornalismo essencialmente como uma conversa entre cidadãos. Segundo ele, comunicação é cultura e o que se constrói é uma comunidade de “conversadores”, de pessoas que falam umas com as outras, que resolvem disputas umas com as outras enquanto falam.

Os dados da pesquisa, que indica a situação da mídia nos Estados Unidos anualmente, apontam que em 2006 o chamado Jornalismo Cidadão continuou a crescer como parte do Jornalismo Online. Mesmo mudando de nome, de web sites pessoais para blogs, todos têm uma característica em comum: o entusiasmo das pessoas em criar pessoalmente, participando das notícias diárias. Jornalismo Cidadão, de acordo com a pesquisa, trata-se da redescoberta da verdade essencial que Carey cunhou antes mesmo de a internet ser inventada.

Gillmor (2005) lembra que quando começa a década de 90, os computadores pessoais estavam amplamente espalhados, mas as pessoas online eram em número ainda reduzido. Nos 10 anos seguintes, porém, várias possibilidades começam a se desenhar, chegando a um cenário preparado para o aparecimento de um novo gênero de informação. Entre os retoques que faltavam, de acordo com Gillmor, estava a possibilidade de proporcionar às pessoas comuns as ferramentas necessárias para poderem entrar no diálogo que emergia na sociedade. Outro aspecto, citado pelo autor, era de natureza cultural, voltado à percepção de que colocar as ferramentas em milhões de mãos poderia dar origem a uma comunidade sem equivalente no passado.

No início do século, observa Gillmor (2005), os alicerces essenciais do emergente jornalismo cívico estavam construídos. A web já era um lugar onde organizações noticiosas tradicionais e os “recém-chegados” exerciam a velha profissão com ferramentas melhoradas. Todavia, no dia 11 de setembro de 2001, com a explosão do World Trade Center, o catalisador que mostraria os limites, se materializou.

Blogs

De muitos para muitos ou de alguns para alguns, como estabelece Gillmor, o blog é o meio de comunicação. Na opinião do autor, os blogs e respectivos ecossistemas expandem-se para o espaço que está entre o email e a web, podendo construir o elo que faltava na cadeia de comunicação. São a ferramenta que mais se aproxima da concepção original de uma web interativa e foram a primeira ferramenta a tornar mais fácil a publicação na internet.

A definição de blog apresentada por Gillmor(2005) ainda é esclarecedora, num contexto em que os diários assumem formatos os mais variados. Trata-se de um jornal online, composto de hiperligações e apontamentos em ordem cronológica invertida, onde o apontamento mais recente ocupa o topo da página. Abrangem toda a gama de assuntos e estilos, podendo ser um comentário apressado sobre acontecimentos correntes, mostrar uma série de meditações pessoais ou de comentários e reportagens sobre política.

De sua parte, as grandes empresas de informação, conforme reflete Gillmor, que se dispõem a ouvir o seu público, tendem a não ultrapassar certos limites. Os blogs, por sua vez, têm levado tempo para impor-se nos meios convencionais. Em muitos países, cresce o número de jornais que permite a publicação de fotografias ou histórias narradas pelo próprio leitor.

Blogs no jornalismo brasileiro

O Brasil, no que diz respeito a blogs jornalísticos, vive algumas situações que não poderiam ser consideradas peculiares de um país ou de uma determinada cultura. São marcas de uma

intersecção, que pode ser expressa pelo continuum ou degradé descrito pelos autores anteriormente. No atual contexto, os blogs vivem três fases. A primeira diz respeito a sua constituição inicial, uma iniciativa que começou associada aos diários íntimos ou como um treinamento, por intermédio de páginas pessoais, para dominar a técnica de como colocar texto e fotos na internet. De certa forma, como afirma Schittine (2004), o blog surgiu como um sistema de disponibilização de textos e fotos na web, menos complexo e mais rápido, o que facilitou a fabricação de páginas por indivíduos com pouco conhecimento técnico.

O relacionamento com o jornalismo começou quando ele foi descoberto realmente por profissionais da área. Sozinhos, eles começaram a produzir suas informações independentes das grandes empresas de comunicação, atuando ou não nestas organizações. Porém, é importante ressaltar que estes profissionais construíram sua credibilidade na mídia convencional e hoje migram esta mesma credibilidade para blogs particulares ou mesmo organizados pelas empresas. Neste caso, podem ser citados profissionais brasileiros como Ricardo Noblat, Juca Kfoury, ex-comentarista de esportes da Rede Globo, atualmente atuando na ESPN Brasil, Paulo Markun, TV Cultura, entre outros. Tratados jornalisticamente com preconceito numa fase inicial, esses blogs hoje tem respeitabilidade e são largamente citados pelos jornais convencionais. □Ricardo Noblat manteve um blog independente durante alguns anos e recentemente levou seu blog para o portal Globo.com, representando um bom exemplo de absorção de um espaço independente para uma empresa convencional.

Uma terceira fase que se desenha neste momento diz respeito às empresas jornalísticas que lançam blogs de seus profissionais mais conhecidos que, ao acompanharem um determinado acontecimento para o veículo, narram simultaneamente para o seu blog. O espaço, todavia, não fica distinto da página web da empresa. Os internautas que buscam o blog devem acessar a página da própria organização. Este é o caso, por exemplo, da RBS, no Rio Grande do Sul, proprietária de empresas de rádio, televisão e jornais, além de portais na internet. Esta pode ser apontada como uma das mais significativas evidências de um continuum na apropriação das mídias pela cultura, neste momento. Trata-se de uma influência dos novos modelos midiáticos sobre os convencionais. A diversidade de iniciativas também evidencia o fato. Se até agora, todos faziam jornais, rádio e televisão de uma maneira muito parecida, as tentativas de acompanhar as modificações, usando as iniciativas proporcionadas pela internet são díspares. Simultaneamente ao fato de um jornalista escrever seu blog e atuar em uma empresa, no centro do país, na região sul do Brasil uma outra organização procura usar blogs de comunicadores de rádio, televisão e jornal em seu portal.

O site de Paulo Markun, www.markun.weblogger.terra.com.br, traz comentários sobre o dia-a-dia da política nacional. □Na opinião do jornalista, no Brasil, os blogueiros ainda não têm essa capacidade de furar a imprensa, pois falta aproveitar melhor as principais características do blog, que são a velocidade e a absoluta independência. No entendimento de Markun, □em sua imensa maioria, os blogs são versões eletrônicas de velhos diários pessoais.

Paulo Rebêlo, correspondente no Brasil da Wired News, subeditor do Webinsider e um dos integrantes do PontoJOL, blog sobre jornalismo online, é incisivo quanto ao lugar do Jornalismo. “Jornalismo requer responsabilidade, sempre. É difícil encontrar responsabilidade jornalística nos blogs, excetuando uns poucos. O blog não tem nada a ver com democratização da informação - a internet, propriamente dita, é que tem.” Segundo ele, conceitual e democraticamente, não há diferença entre manter um blog ou um site pessoal. O editor entende que o blog apenas facilita por causa da ferramenta de atualização, que é bem simples e funciona como diário e arquivo ao mesmo tempo.

O fato de um blog ser mantido por um profissional qualificado, com reconhecida responsabilidade jornalística, tende a tornar o espaço mais conhecido. Antes de tudo, na avaliação de

Rebêlo, é preciso lidar com fatos, fontes fidedignas, bagagem cultural e embasamento teórico e prático. “Opinar qualquer um faz. E o blog é uma ferramenta perfeita para opinar, além de ser versátil, fácil e rápido.” No pensamento de Rebêlo, existe público para todo tipo de veículo ou abordagem. Do mesmo modo como há público para determinadas revistas ou emissoras. Uma alternativa, segundo ele, é se jornalistas das redações fizessem algo em conjunto, driblando assim os problemas de espaço/anunciantes.

Credibilidade

A credibilidade, um conceito chave do jornalismo, também vem à tona no debate. O jornalista Carlos Castilho, em coluna no Observatório da Imprensa, relembra que o tema principal do congresso sobre blogs, jornalismo e credibilidade ("Blogging, journalism & credibility: battleground and common ground", na Universidade de Harvard, EUA) era a credibilidade na informação online. Porém, o assunto que dominou os debates foi a relação entre blogs e jornalismo, especialmente as mudanças que a tecnologia está provocando em valores da imprensa como objetividade, isenção e direito autoral. O encontro foi considerado o mais importante evento sobre o futuro do jornalismo e da imprensa já realizado até agora, mesmo que a proposta inicial não tivesse esta pretensão. □

Um destaque, conforme Castilho, é de que o atual modelo de veracidade jornalística já não faz o mesmo sentido. Os executivos da mídia entendem que o problema é causado pela falta de controle mais rígido na produção das notícias. Os blogueiros e pesquisadores de novas mídias acreditam que a questão é mais complexa, pois, o que estaria havendo é uma substituição de padrões de credibilidade fixados por grupos restritos de pessoas, em benefício de percepções coletivas. De qualquer forma, uma questão é certa: o jornalismo descobriu os blogs depois que as audiências criaram o modelo por intermédio da rede.

Personalização

Uma das possibilidades oferecidas pelo jornalismo praticado por intermédio dos blogs é a personalização de conteúdos, conceito ainda não descrito claramente. Até agora, entende-se personalização como uma prerrogativa do emissor da informação, mesmo em um blog. A notícia tem as características de quem produz, neste caso. Em uma cultura que viveu durante muitos anos baseada na segmentação de informações, ainda relacionada aos meios convencionais, com finalidades especialmente comerciais, as tecnologias digitais oferecem a perspectiva de personalizar as informações, chegando ao extremo da individualização. Mais uma vez, os meios, acostumados a falar para as grandes massas, a informar as grandes audiências, encaram um paradoxo: a demanda por uma informação individual. □

Personalização em comunicação pode estar ligada também à possibilidade de o público interagir sobre a forma e o conteúdo do jornal, para consumir unicamente o que quer e como quer, dentro dos limites da própria tecnologia. Incluem-se aí as notícias, o recebimento de um jornal a la carte, o recebimento de newsletters ou mensagens com fins publicitários.

Com maior ou menor credibilidade, personalizando informações, com atuação de jornalistas ou não, silenciosamente, o Jornalismo Cidadão deixa de ser uma iniciativa amadora e assume características profissionais. Aumentam também, de acordo com a pesquisa *The State of the News Media*, o número de leitores de blogs. Porém, um dado interessante diz respeito à motivação para produção de blogs. Cinquenta e dois por cento dos blogueiros pesquisados nos Estados Unidos usam o blog para expressar-se criativamente e 50 por cento para documentar suas experiências pessoais.

Por que muitos desejam expressar-se criativamente ou documentar suas experiências?

Entende-se que as formas de expressão e as apropriações em relação às tecnologias narrativas encontram-se em diálogo dentro de um mesmo contexto e emergem simultaneamente. Augé (2006) reflete sobre a individualização dos destinos ou dos itinerários e sobre a ilusão da livre escolha individual, o que, segundo ele, se desenvolve, a partir do momento em que se debilitam as cosmologias, as ideologias e as obrigações intelectuais com as quais estão vinculadas. Augé (2006 p.107) cita que “o mercado ideológico se equipara a um self-service, no qual cada indivíduo pode prover-se com peças soltas para ensamblar sua própria cosmologia e ter a sensação de pensar por si próprio.” Passividade, solidão e individualização se encontram em várias dimensões, inclusive religiosas, segundo Augé (2006).

Solidão e individualização são duas variáveis que podem estar na base de uma certa independência da audiência na busca de expressão e registro de experiências. Se, historicamente, os meios apropriaram-se das possibilidades narrativas, decidindo o que é notícia, com o desenvolvimento das tecnologias digitais este cenário passa por um processo de reinvenção. E esta é uma independização que não começa no século XXI, mas inicia seu desenho bem antes. As relações com os meios podem ser parte de uma redefinição dos indivíduos com o meio.

Augé(2006) cita o pensamento de Max Weber que, para evocar a modernidade, fala sobre o desencanto do mundo, apresentando três características. A primeira é o desaparecimento dos mitos de origem, dos mitos de fundação, de todos os sistemas de crença que procuram o sentido do presente da sociedade em seu passado. Surge também o desaparecimento de todas as representações e crenças que, vinculadas a esta presença do passado, submetiam a existência e, inclusive, a definição do indivíduo de seu meio. O homem do Século das Luzes é o indivíduo dono de si mesmo, de quem a Razão corta os laços supersticiosos com os deuses, com a terra, com sua família, que afronta o porvir e se nega a interpretar o presente baseado em magia ou bruxaria.

O terceiro termo que define a sobremodernidade, conforme o pensamento de Augé (2006), consiste na individualização passiva, diferente do individualismo conquistador do ideal moderno. Trata-se de uma individualização de consumidores, cujo aparecimento está relacionado com o desenvolvimento dos meios de comunicação. Conforme o pensamento do autor, a relação com os meios de comunicação pode gerar uma forma de passividade, na medida em que expõe cotidianamente os indivíduos ao espetáculo de uma atualidade efêmera, uma forma de solidão na medida em que os convida à “navegação solitária” e na qual toda telecomunicação abstrai a relação com o outro, substituindo com o som ou a imagem o corpo a corpo. Augé (2006) entende isto como uma forma de ilusão, na medida em que deixa a critério de cada um a elaboração de pontos de vista, opiniões em geral bastante induzidas, mas percebidas como pessoais. O autor salienta que não descreve uma fatalidade, mas um conjunto de riscos, de tendências.

Os blogs, entende-se aqui, são uma das manifestações desta elaboração de pontos de vista. Há atualmente uma audiência interessada em manifestar suas opiniões, suas percepções, independente de uma identificação com a atividade jornalística.

O pensamento de Lipovetsky (2004) descreve como hipermodernidade o conceito baseado numa sociedade hiperindividualista, onde investe-se emocionalmente naquilo que é mais próximo, nos vínculos fundados sobre a semelhança e a origem em comum. Na atual sociedade nasce toda uma cultura hedonista e psicologista que incita à satisfação imediata das necessidades, enaltecendo o “florescimento” pessoal. Na comunicação, estas características apontam para uma tendência à produção individualizada ou personalizada de informação, dentro da lógica em que todos produzem para todos.

As tecnologias digitais oferecem a possibilidade de personalizar, chegando ao extremo da individualização. Os meios, acostumados a falar para as grandes massas, a informar as grandes

audiências são pressionados a uma reinvenção, uma vez que seus públicos buscam e produzem informações.

Mas e afinal: são os blogs manifestações jornalísticas ou meios de expressão criativa do público? Talvez as duas interpretações. Traz-se aqui novamente o pensamento de Augé(2006) para quem a sociologia real ou a sociedade real é mais complexa do que os modelos que tentam dar conta dela. Na realidade concreta, os elementos que justificam ou dirigem a elaboração de modelos interpretativos não se excluem, se sobreadicionam.

Na realidade, tal como podemos observar concretamente, nunca houve desencanto do mundo, nunca houve morte do Homem, fim de grandes relatos ou fim da História, mas houve evoluções, inflexões, mudanças e novas idéias, ao mesmo tempo em que reflexos e motores de mudanças.(Augé, 2006:115,116)

Seguindo a linha de pensamento de Augé, entende-se que realmente as formas de expressão ampliam-se no horizonte do século XXI. Muito do que se falava há alguns anos, de que os blogs suplantariam a mídia convencional, parece antiquado, de acordo com a pesquisa *The new state of media*. As relações entre os blogs e a media tradicional, parece ser mais complementar, com o passar do tempo. O jornalismo cidadão e a interatividade prometidas enriquecem o potencial do jornalismo tradicional.

Os blogs são uma forma que complementa a produção de informações. Todavia, levarão a uma reinvenção dos modelos midiáticos convencionais, numa convivência em alguns momentos harmoniosa e em outros competitiva. Isto especialmente pela exacerbada individualização por intermédio da qual se produz muita informação na internet. Os meios tradicionais precisarão reinventar-se para esta convivência. O papel do jornalismo se mantém, porque segue existindo baseado na técnica do fazer jornalístico, papel assumido por um profissional ou outro narrador independente.

Este narrador independente ocupava o lugar do leitor. Nesta reinvenção é necessário reconhecer o lugar da produção que agora ocupa o que se conhecia como audiência, recepção ou público. Santaella (2004) descreve o leitor do ciberespaço, chegando ao conceito de leitor imersivo. O que parece certo, segundo a autora, é que no contexto comunicacional da hipermídia, o infonauta lê, escuta e olha ao mesmo tempo. Acrescenta-se aqui nesta reflexão que este mesmo infonauta também produz, acrescentando mais uma dimensão às atividades de navegação já descritas. Não se trata mais de exclusão, mas de sobreadição, como define Augé (2006).

Santaella(2004:183) avalia a conexão entre as mídias e aponta para os indicadores segundo os quais as tecnologias portáteis serão muito importantes.“De todo modo, quer se trate de agendas eletrônicas, telefones celulares, palmtops ou computadores portáteis, os instrumentos cotidianos do homem do século XXI serão nômades, comunicativos e inteligentes.”

Em consonância com o pensamento de Augé (2006) são tecnologias, distribuídas para produção de informação em larga escala, seja nas mãos de profissionais ou público para que estas falas tenham origem em qualquer lugar ou não-lugar. Navegar, como afirma Santaella (2004), veio para ficar, pois se trata de uma atividade performativa e cognitiva que não está presa a um único tipo de equipamento. O que permanece, de acordo com o seu pensamento, é o leitor imersivo, cuja principal característica é a interatividade.

Ao final, conclui-se que cada vez é menos pertinente apontar para o fim de qualquer formato, mas é cada vez mais adequado falar em reinvenção. Ratificando o que afirma Augé, não se pode falar em fim da História ou mesmo obsolescência do jornalismo, conforme referido no início deste texto. Neste ambiente cada vez mais complexo e de sobreadições, a reinvenção dos modelos é o resultado de uma história contada e recontada, na qual o leitor passa também a narrador. É

necessário reconhecer que, vive-se em um contexto de mudanças culturais. Os papéis e as técnicas podem sofrer modificações e algumas tornarem-se obsoletas. Mas tudo dependerá de alterações culturais significativas. Acredita-se mais no *continuum* descrito por Santaella, interferindo gradativamente na cultura, a partir da qual a sociedade ainda verá mudanças relevantes.

A reinvenção, energizada pela internet traz à tona um mundo, como afirma Chartier (1998), em que um produtor de texto pode ser imediatamente o editor, no sentido daquele que dá forma ao texto e daquele que o difunde diante de um público de leitores. Na rede eletrônica esta difusão é imediata. O autor cita ainda o sonho de Kant de que cada um fosse ao mesmo tempo leitor e autor, que emitisse juízos sobre as instituições de seu tempo, quaisquer que elas fossem e que pudesse, ao mesmo tempo, refletir sobre o juízo emitido pelos outros. Este é talvez um dos grandes diferenciais deste contexto, que reúne hoje uma grande “comunidade de conversadores”.

Referências

- Alasutari, P.(2005) *O conceito clássico de mídia está a tornar-se obsoleto*. Entrevista a Anabela de Souza Lopes e Carla Baptista. In *Media & Jornalismo*. Coimbra: Edições Minerva Coimbra.
- Augé, M. *Sobremodernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã*. (2006) In Moraes, Denis. *Sociedade Mídia*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Chartier, R. (1998) *A aventura do livro, do leitor ao navegador*. São Paulo: Fundação Editora da Unesp.
- Genro Filho, A. (2004) *Sobre a necessidade de uma teoria do jornalismo*. In *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol.1, n.1. Florianópolis: Insular.
- Gillmor, D.(2005) *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença.
- Lipovetsky, G. (2004) *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Editora Barcarolla.
- Rodrigues, A. (1993) *O acontecimento*. In Traquina, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e história*. Lisboa: Vega.
- Santaella, L. (2003) *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus.
- Santaella, L. (2004) *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus.
- Schittine, D. (2004) *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Souza, M. W. (2001) *Novas linguagens*. São Paulo: Editora Salesiana.
- Traquina, N. (2002) *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos.
- Wolf, M. (2002) *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença.

Sites

- Blog do Noblat <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/> (consultado em 2007-07-12)
- Observatório da Imprensa <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=314ENO001> [consultado em 2007-06-10]
- Panopticon http://www.facom.ufba.br/panopticon/2002_09/ent_fmace_rebelo.htm [consultado em 2007-06-05]
- Link – Sua vida digital http://link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=2992 [consultado em 2007-06-05]