



Cibercultura de Bolso: Processos Jornalísticos e a Notícia ao Alcance dos Dedos¹

Diogo Silva Miranda de MIRANDA²
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

Resumo

O presente trabalho busca perceber a presença das novas tecnologias de comunicação e informação nos ambientes de produção de notícia, a partir da compreensão que, na sociedade contemporânea, essas ferramentas estão se configurando como novos espaços de conexão com o ciberespaço e que levam o contato com o leitor para outra dinâmica social. O objetivo é identificar as transformações proporcionadas pelo uso dos *smartphones* na prática do webjornalismo produzido em Belém, na tentativa de compreender como a necessidade de domínio e utilização dessas tecnologias móveis alteraram o perfil do profissional que está envolvido com a produção de notícias para a internet.

Palavras-chave: smartphone; internet; mobilidade; ciberespaço; webjornalismo.

Introdução

Na década de 1980, quando Gibson escrevia sobre o futuro da sociedade humana pós-moderna, sua intrínseca relação com as tecnologias e a existência de um espaço virtual simultâneo à realidade, provavelmente não imaginou que sua obra seria enredo para o nosso cotidiano. Hoje, a sociedade vive imersa em um mundo de informação, onde a cibercultura está diante de nós, palpável e ao alcance das mãos de todos que disponha de recursos, não como nas páginas de “Neuromancer”, mas de maneira mais acessível.

Hoje, o ciberespaço não é mais objeto de ficção e sim realidade construída a partir do surgimento da microinformática, em meados dos anos de 1970, e dos impactos socioculturais que ela proporcionou, grandemente influenciada pelo movimento de contracultura americana (LEMOS, 2010). Materializado pela internet, esse virtual está em constante crescimento e expansão de seus canais, principalmente a partir da popularização da rede em meados de 1990, interligando cada vez mais o real e o digital e esmaecendo as fronteiras de seus limites.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Multimídia do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 17 a 19 de maio de 2012.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, da Universidade Federal do Pará – UFPA. E-mail: diogo.sm2@gmail.com.



Nesse sentido, é possível perceber que as *neotecnologias da comunicação* (SODRÉ, 2010) têm novamente proporcionado mudanças no funcionamento da sociedade e acometidos novos desafios e oportunidades aos hábitos sociais (PELLANDA, 2009). E, diante dessa realidade, de um objeto que a cada inovação modifica seu funcionamento, faz-se necessária mais uma vez a observação e renovação das teorias existentes sobre o tema, conforme ilustram diversos pesquisadores, como Thompson (2008) e Wolton (2007).

O objetivo deste trabalho é realizar uma breve observação a cerca da relação entre os processos jornalísticos desenvolvido nos portais de notícias de Belém e as rotinas de seus produtores de conteúdos, tudo a partir do incremento das tecnologias móveis de acesso a web – em nosso caso, especificamente, os *smartphones* – em suas atividades diárias. Ou seja, busca-se compreender como estão se constituindo as relações sociais mediadas por essas tecnologias em escala local e como essas novas dinâmicas sociais contribuem para alterar os processos de produção das notícias. Para tal, a pesquisa foi estruturada de forma a fazer um resgate conceitual sobre tema, por meio de um levantamento bibliográfico, a fim de contextualizá-lo. Em seguida, o mesmo levantamento dá suporte à pesquisa empírica e de campo, desenvolvido por meio de entrevistas com gerentes e produtores dos determinados veículos de comunicação, a fim de garantir uma exploração mais ampla da formação do webjornalismo em sua fase mais atual.

Sociedade, internet e “revoluções”

É corriqueira a expressão “revolução da informação” ser utilizada hoje em dia para descrever os processos pelos quais a sociedade passa nos últimos anos, principalmente se observadas às mudanças a partir das constantes inovações tecnológicas. Contudo, desde os anos 1945, a partir da Guerra Fria – período que marca o surgimento da internet em seu formato embrionário e com fins militares (CARVALHO, 2006) – a sociedade vive uma dinâmica de contínua adaptação de sua rotina ao funcionamento dos aparatos técnicos.

A busca em adequar a realidade e as práticas culturais às dinâmicas que essas ferramentas proporcionam mostra como a humanidade permanece “atordoada” diante das transformações, sem compreender o que são as ditas “revoluções”. Sevchenko (2001) ilustra essa fase como uma volta em uma montanha russa, em que se vivencia um



looping do brinquedo: procura-se desesperadamente acompanhar as transformações técnico-científicas, enquanto ainda não se compreendeu as possibilidades que mudanças anteriores permitiram.

Em outras palavras, para falar de internet, cibercultura ou mesmo web 2.0 – temáticas deste trabalho – é necessário compreender todo o “(...) conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 17). É preciso ter ciência de que, apesar de seu formato embrionário datar de um período anterior, a rede só se desenvolve a partir dos anos 1970, quando entra em contato com a efervescência do movimento social de “contracultura” americana, que migra as possibilidades do processamento de dados das grandes corporações para o uso do computador pessoal (LÉVY, 1999). Ou seja, que torna acessível ao “sujeito comum” as possibilidades comunicativas antes restritas a grandes empresas. É desde então que o ciberespaço cresce e, em suas entrelinhas, também os movimentos sociais que dele se utilizam. Na realidade, não apenas concomitantemente, mas é exatamente a partir do uso dado a este canal pelos atores sociais.

Nesse sentido e resgatando o início da discussão, falar de “revolução” significa compreender que mudanças estruturais nas dinâmicas da sociedade só são possíveis a partir do uso que grupos e segmentos da população dão as tecnologias. O termo se apresenta como possível a partir da usabilidade que atores implicam sobre as ferramentas e como essas mudanças podem ou não alterar o fluxo das relações sociais. Assim, conforme ilustra Sabbatini (2006), uma mudança, uma “revolução” só acontece a partir da alteração nas práticas sociais.

(...) uma mudança cultural não é obtida em função de critérios de eficiência, (...) mas somente através de uma mudança interna na concepção do uso da tecnologia e do mundo no qual os usuários a operam. Esta mudança não é promovida somente pela tecnologia, mas sim pelas relações sociais e econômicas dentro do ambiente organizacional e dos valores da sociedade, de forma mais geral (SABBATINI, 2006, p. 226).

Em se tratando de novas tecnologias de comunicação, o cuidado com o uso do termo deve ser ainda mais refinado. Sodré (2010) discorre em oposição à forma de encarar como “revolução” os avanços dessas neotecnologias que apenas aperfeiçoaram a interatividade e a multimídia. Para o autor, o vocábulo pode se revelar até enganoso, pois nesse aumento do fluxo de informação e de capital não houve ruptura de



ideologias ou um novo valor ético inscrito na sociedade, e sim uma agilização das mesmas estruturas de poder.

(...) não se trata exatamente de descobertas linearmente inovadoras, e sim da maturação tecnológica do avanço científico, que resulta em hibridização e rotinização dos processos de trabalho e recursos técnicos já existentes sob outras formas (telefonia, televisão, computação) há algum tempo. Hibridizam-se igualmente as velhas formações discursivas (texto, som, imagem), dando margem ao aparecimento do que se tem chamado de hipertexto ou hipermídia (SODRÉ, 2010, p. 13)

Para o autor, o fator que realmente revolucionário em nossa sociedade é a capacidade de armazenar e transferir dados em tamanha velocidade, capaz de anular a barreira física espaço-tempo. A exemplo da Revolução Industrial, não é a tecnologia em si que transforma a sociedade e sim sua aplicação. Ou seja, a velocidade e fluidez dos processos. “*Se a [revolução] Industrial centrou-se na mobilidade espacial, a da Informação centra-se na virtual anulação do espaço pelo tempo, gerando novos canais de distribuição de bens e a ilusão da ubiquidade humana*” (SODRÉ, 2010, p. 14).

Dentro desse contexto, hoje, o mundo assiste novamente a mais uma “revolução”: o crescimento do mercado de telecomunicações durante os últimos anos evidencia a presença da telefonia móvel em todos os setores sociais e, mais recentemente, tem-se assistido a um crescimento exponencial pela procura dos telefones inteligentes.

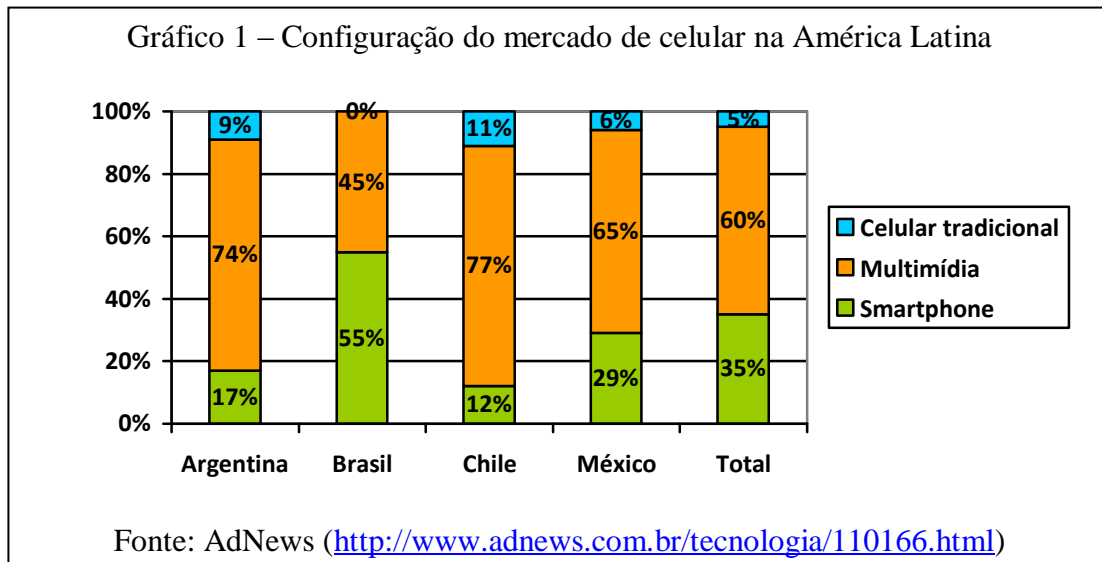
Inúmeros sites jornalísticos exibem o crescimento do setor. Em 2009, a indústria da telefonia móvel havia comercializado cerca de 151 milhões de *smartphones* no mundo inteiro, enquanto no ano seguinte apresentou um crescimento de 94%, alcançando a comercialização de 293 milhões de unidades³. Países em desenvolvimento como o Brasil também acompanharam a tendência de mercado e, hoje, o país apresenta o maior índice da população com acesso à internet entre seus vizinhos na América Latina (ver Gráfico 1), com cerca de 39% de sua população usufruindo da tecnologia⁴.

Apesar das mesmas fontes jornalísticas também demonstrarem uma participação relativamente pequena (tendo passado de 3,4% de participação nas vendas

³ As informações são da agência *Strategy Analytics* e foram publicadas no site *Mobilepedia* (Disponível em: <http://www.mobilepedia.com.br/noticias/vendas-globais-de-smartphones-quase-dobram-em-2010>. Acesso em 01 de novembro de 2011)

⁴ As informações são do site *Internet World Stats* e os índices são referentes a última atualização da instituição, em dezembro de 2011 (Disponível em: <http://www.internetworldstats.com/stats10.htm#spanish>. Acesso em 04 de abril de 2012).

de telefonia móvel em 2010, para 5,8% do mercado de celulares)⁵, elas indicam que o setor tem se configurado como importante palco de disputas entre as fabricantes dessa tecnologia.



Na realidade, a constituição desse cenário demonstra a nova atualização do ciberespaço, alcançada pela participação do usuário junto sua configuração. E é nesse cenário, que popularmente se conhece como web 2.0 (alicerçada sobre as ideias proféticas de Gibson), em que se constroem novas possibilidades a partir de uma cibercultura “viva”, de uma miscelânea entre o mundo físico real e o mundo digital dos dispositivos tecnológicos, um planeta globalizado, interconectado e interativo, em que seus sujeitos são pró-ativos e não absorvem conteúdos massificados, mas manifestam-se publicamente através da rede e, cada vez mais, por meio de dispositivos móveis que emergem de uma cultura wireless (FERNANDES, 2009, p. 19).

Em outras palavras, “*O aumento das conexões resultantes da tecnologia móvel no país tem proporcionado diferentes oportunidades e desafios aos hábitos sociais...*” (PELLANDA, 2009, p. 11). É a expansão e a popularização dessas plataformas móveis e seus serviços que permitem que a web 2.0 acompanhe o usuário em seu deslocamento físico – no bolso, por assim dizer – e que fazem da experiência da cibercultura uma “revolução” cada vez mais integrada.

⁵ As informações referentes ao ano de 2010 são da Nielsen Brasil (Disponível em: br.nielsen.com/news/Balanco_Telecom.shtml. Acesso em: 03 de novembro de 2011), enquanto os dados referentes ao primeiro semestre de 2011 também são da mesma, mas divulgados pelo Portal G1 (Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/08/vendas-de-smartphones-crescem-165-no-brasil-diz-pesquisa.html>. Acesso em: 03 de novembro de 2011).



Formatação da notícia: webjornalismo

Nesse sentido, compreender o webjornalismo deve abranger o entendimento do conceito de web. Ou seja, analisar a prática noticiosa para internet deve passar pela facilitação do uso dos recursos disponíveis na web 2.0. A partir de cada local de fala e diante das peculiaridades de cada meio de comunicação, o jornalismo se adapta ao jogo de trocas simbólicas, desenvolvendo seu discurso de acordo com os recursos e as dinâmicas existentes.

Historicamente, a web 2.0 designa uma natureza emergente, orgânica e social da rede, que surge na virada do século XX para o XXI, diferenciando uma série de sites que naufragaram no estouro da Bolha da Internet⁶ de inúmeras iniciativas baseadas em uma metodologia de desenvolvimento colaborativo entre os participantes, que produzem uma experiência integrada (SPYER, 2009, p. 28). Mielniczuk (2003) demonstra que há uma separação conceitual entre os termos “internet” e “web”, em que a primeira abrange fatores técnicos e específicos, enquanto a última revela ao usuário uma plataforma amigável, de fácil manuseio.

Dentro dessa nova fase (web ou web 2.0), o que se destaca é a construção de plataformas cada vez mais fáceis de utilização e que permitam a construção colaborativa dos conteúdos informacionais. O webjornalismo, neste estágio, se adequa a participação do usuário na produção de seu conteúdo. reúne uma convergência de multimídia, com sons e imagens em apoio aos textos, recursos de interatividade, como fóruns, enquetes e a participação de personalidades públicas em *chats*, configuração do produto de acordo com preferências de cada leitor, leitura não linear por meio do hipertexto, e a atualização constante de notícias em cada webjornal, permitindo um acompanhamento quase “instantâneo” ao acontecimento dos fatos (MIELNICZUK, 2003).

Dessa forma, é possível visualizar que a prática do “fazer notícia” sofreu alterações diretamente a partir das novas tecnologias de informação e comunicação. Hoje, esse setor de atividade tem exigências próprias às dinâmicas da web 2.0, como interatividade, multimídia e/ou não linearidade. Tal mudança de rotina também é reflexo do crescimento do híbrido internet móvel (SODRÉ, 2010) e dos recursos que a ferramenta proporciona.

⁶ O estouro da Bolha da Internet foi o acelerado crescimento do setor econômico baseado de empresas virtuais e sua dramática crise, que se deu da mesma forma acelerada, levando inúmeras empresas a falir pela desvalorização do setor (cf. SPYER, 2009, p. 28).



Smartphones: possibilidades e tecnologia nas mãos de quem faz a notícia

Não é possível determinar um ano exato para o surgimento dos celulares inteligentes, pois se sabe que sua criação é resultado de longo processo de desenvolvimento tecnológico, a partir da compilação de inúmeras outras tecnologias pré-existentes. Desde a década de 1990 e a partir de aparelhos como agendas eletrônicas, palms e PDAs, a telefonia móvel tem desenvolvido suas diferentes plataformas, o que culminou para a construção dos smartphones. Em pouco mais de dez anos de vida, esses telefones inteligentes surgiram e se popularizaram, conquistando boa parte do mercado internacional e nacional, estando presente em diversos setores da sociedade contemporânea (MORINOTO, 2009).

Contudo, mais que mesclar recursos, os *smartphones* tem proporcionado uma expansão maior do ciberespaço entre as camadas mais populares. O recente barateamento da tecnologia e dos serviços demonstrada pelo crescimento de mercado apenas demonstra como “*a comunicação móvel tem a potencialidade de ser ainda mais transformadora em um país de dimensões continentais e uma população multicultural e única na velocidade da adoção de novas tecnologias*” (PELLANDA, 2009, p. 18), como é o caso do Brasil.

Produtores de conteúdos para os portais noticiosos de Belém demonstram que, hoje, a população possui um contato muito maior com as redações graças a popularização das ferramentas.

“Não é só por telefone, mas eles participam diretamente conosco. Por foto, por filmes gravados em celular. Hoje, a gente tem uma rotina de ficar monitorando o Twitter para ver o que de factual acontece, se tem foto. Caso seja relevante, a gente publica e coloca os créditos de cada internauta. Mas é nítido que, com essa popularização dos *smartphones*, há um acesso maior dos internautas ao portal. Até pela praticidade de poderem acessar a página de qualquer lugar” (Rafaela Costa, editora assistente do Portal ORM. Entrevista concedida para uso no trabalho)

Não apenas usuários comuns, mas os próprios agentes envolvidos com a atividade do jornalismo diário voltado para a web tem realmente mudado sua forma de produzir conteúdos diante das novas ferramentas e da acessibilidade da população a aparatos portáteis. Em entrevista concedida para esta pesquisa, a jornalista Ivana Oliveira, gerente do Portal Cultura, destaca que a ferramenta favorece uma maior



interação com o usuário pela rapidez de acesso a informação, mas também por reunir os recursos de diversos meios de comunicação numa única plataforma.

“O jornalismo tem mudado sua forma de produzir notícias para a internet e é natural. Cada vez mais a gente tem o *feedback* imediato de quem lê a notícia e isso torna a interação maior. Nos dá a tarefa de atualizar o maior número de informações com maior rapidez e com o menor percentual de erros também” (Ivana Oliveira, gerente de jornalismo do Portal Cultura. Entrevista concedida para uso no trabalho)

Considerações finais

Apesar da pesquisa demonstrar questões de forma sucinta, fica claro que as novas dinâmicas sociais estão cada vez mais incrementadas a atividade jornalística. E, hoje, essas questões são ainda mais acentuadas pelas transformações que essas tecnologias implicam sobre o funcionamento da sociedade. Os *smartphones* são apenas uma atualização dessa realidade da web 2.0, que ainda buscamos compreender como seu funcionamento realmente acontece dentro de nosso cotidiano.

Por trás dessas questões ainda existem inúmeros levantamentos pertinentes, como os reflexos dessa realidade sobre a sociedade, como devemos apreendê-lo e, principalmente, a importância de entender tais processos comunicativos antes de simplesmente abandoná-los diante de outras novas tecnologias da comunicação.

Este estudo ainda é fase inicial de uma pesquisa prévia de finalização de especialização, mas o processo mais importante desta construção é a construção do objeto empírico de pesquisa para futuras questões de mestrado e doutorado.

Referências

CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de. **A trajetória da internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores às instituições dos mecanismos de governança.** Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Engenharias: Ciências de Engenharia e Sistemas de computação. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

FERNANDES, Fábio. Cyberpunk. In SPYER, Juliano (Org.). **Para entender a internet: Noções, práticas e desafios da comunicação em rede.** Não Zero, 2009. Disponível em: <http://paraentenderinternet.blogspot.com/>. Acesso em: 23 março de 2010.

GIBSON, William. **Neuromancer.** São Paulo: Editora Aleph – 4. Ed., 2008. Disponível em: http://www.4shared.com/document/ORGgN_G5/William_Gibson_-_Neuromancer.html. Acesso em: 4 de abril de 2009.



LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

LE MOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na Web. In: MACHADO, Elias, PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

MORINOTO, Carlos E. **Smartphones: guia prático**. Porto Alegre: Sul Editores, 2009. Disponível em: <http://www.hardware.com.br/livros/smartphones/>. Acesso em: 5 de outubro de 2011.

PELLANDA, Eduardo Campos. Comunicação móvel no contexto brasileiro. In LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio (Orgs). **Comunicação e Mobilidade: Aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009.

PRIMO, Alex. Interatividade. In SPYER, Juliano (Org.). **Para entender a internet: Noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. Não Zero, 2009. Disponível em: <http://paraentenderinternet.blogspot.com/>. Acesso em: 23 março de 2010.

SABBATINI, Marcelo. Do receptor passivo ao emissor ativo. In MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano (Org.). **Mídia cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006. p. 221-228.

SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI: no loop da montanha russa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. 5. ed. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SPYER, Juliano. Web 2.0. In SPYER, Juliano (Org.). **Para entender a internet: Noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. Não Zero, 2009. Disponível em: <http://paraentenderinternet.blogspot.com/>. Acesso em: 23 março de 2010.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina – 2ª Edição, 2007.