



# A “cultura da convergência” e o processo de apuração no Webjornalismo

*The “convergence culture” and the process of verification in Web Journalism*

**Vilso Junior Santi**

Doutorando em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Porto Alegre, RS - Brasil, e-mail: vjsanti@yahoo.com.br

---

## **Resumo**

Neste trabalho, por meio da apresentação sistemática de algumas características e conceitos relacionados à “Cultura da Convergência”, a partir de Jenkins, e ao Webjornalismo junto com suas rotinas de produção, especificamente no que diz respeito às mudanças nos processos de apuração jornalística, objetivamos contribuir para a compreensão crítica dos novos tempos do fazer jornalístico, junto com seus efeitos nos modos midiáticos de organização social da atualidade. Também procuramos favorecer o desenvolvimento da capacidade avaliativa em relação aos produtos Webjornalísticos e à prática profissional a eles vinculada, seja ela acadêmica e/ou de mercado, para assim facilitar o entendimento dos “câmbios” nos procedimentos de apuração jornalística no Webjornalismo e/ou no jornalismo do ciberespaço e também a sua contribuição na reconfiguração de nossa matriz cultural, agora assentada num paradigma convergente.

**Palavras-chave:** Webjornalismo. Apuração jornalística. Rotinas de produção.

## ***Abstract***

*In this work, through the systematic presentation of some features and concepts related to the “Convergence Culture” from Jenkins, and web journalism along with their daily production, specifically with regard to changes in the processes of journalistic verification, we aim to contribute to a critical understanding of the new era of doing journalism, along with its effects on modes of social organization spread in the media today. We also seek to encourage the development of evaluation capacity in the products of journalism web and professional practice linked to them, whether academic or market, to facilitate the understanding of “trade” in the procedures of calculating*

*the journalism, web journalism or journalism in cyberspace as well as their contribution to the rewriting of our cultural matrix, now seated in a convergent paradigm.*

**Keywords:** *Web journalism. Journalistic verification. Production routines.*

## Introdução

Nosso percurso neste ensaio está marcado por alguns momentos que, de imediato, gostaríamos de apontar. O primeiro deles, mais genérico, está relacionado a um esforço de contextualização, em que elementos da nova “Cultura da Convergência” e de outros ramos do fazer jornalísticos são pinçados para nos ajudar a entender o que diz respeito à apuração jornalística e ao próprio conceito de ciberespaço ou ciberespacial. Aqui, os aportes de Bahia (1990), Lemos (1997) e Jenkins (2008) são fundamentais. Num segundo momento, procuramos qualificar e posicionar as diferenças terminológicas entre jornalismo eletrônico, jornalismo digital, ciberjornalismo, jornalismo *online* e Webjornalismo, caracterizando cada um deles conforme classificação proposta por Mielniczuk (2003).

Depois, a fim de desdobrar as complexas questões envolvidas na apuração jornalística no ciberespaço e seu imbricamento com a emergente “cultura da convergência”, apresentamos as características gerais do Webjornalismo junto com as particularidades de cada uma das gerações por ele experimentadas – primeira, segunda, terceira e quarta gerações – para só então detalhar as mudanças e as especificidades da apuração jornalística no Webjornalismo de hoje, ou seja, no Webjornalismo de quarta geração. Nessa fase nos dão suporte principalmente as considerações de Machado (2000) e de Schwingel (2005).

Por fim, procuramos fechar nossa incursão com um comentário crítico acerca dos produtos jornalísticos na web e da própria prática profissional nesse novo palco convergente de atuação. Para isso, tomamos como base os postulados de Del Bianco (2004) e Pereira (2004), principalmente no que diz respeito ao jornalismo e/ou ao “jornalista sentado” junto com suas implicações na apuração e no fazer jornalístico na atualidade onde todos são, ou ao menos podem ser, ao mesmo tempo, produtores e consumidores de informação.

## Cultura da convergência

Um fenômeno ainda pouco estudado acontece no ambiente cada vez mais virtual dos dias de hoje. Os novos criadores da mídia, ao menos nos Estados Unidos, têm quase todos menos de 18 anos. Estatísticas recentes indicam que pelo menos 57% dos jovens norte-americanos têm seus próprios *blogs*, desenham suas próprias páginas na internet, fazem filmes digitais e inventam dia e noite novos personagens de ficção que atravessam o globo em sofisticados videogames e que estão transformando a cultura do mundo contemporâneo. A extraordinária produção realizada dentro dos quartos de dormir de milhões de adolescentes está hoje em rota de colisão com a produção realizada na sala das grandes corporações que dominam o mercado *online*. Essa é apenas uma das advertências que nos faz Jenkins (2008) ao nos apresentar os preceitos do que ele qualifica como uma nova e irreversível “cultura da convergência”.

A chamada “revolução da mídia participativa”, segundo Jenkins (2008), apresenta hoje, e apresentará mais ainda num futuro próximo, inevitáveis consequências relacionadas aos processos culturais. Esse, no entanto, não se trata de um processo homogêneo e/ou homogeneizador. Para o autor, ainda convivem na atualidade diversas maneiras de se lidar com a mídia, e os diferentes tipos de pessoas seguem diferentes padrões de relacionamento midiático. Os adultos, por exemplo, têm claramente uma forma diferenciada de lidar com as mídias, principalmente quando comparados ao padrão adolescente de intercâmbio midiático. Jenkins (2008) diz que, no geral, os adultos estão deixando de usufruir de algumas coisas importantes, já que vivemos num mundo em que histórias fluem facilmente por meio de diversas plataformas midiáticas e fazer mídia é tão importante quanto consumir mídia. Para o autor, esse é o mundo da “cultura da convergência”.

Assim, ao caracterizar o mundo convergente, Jenkins (2008) contrapõe a ideia de convergência apenas como um processo tecnológico e, por

isso, fala explicitamente em “cultura da convergência”. Nessa ótica, a palavra “convergência” consegue englobar transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. Para o autor, o maior problema no entendimento da convergência tecnológica é supor que existe e/ou existirá um aparelho mágico capaz de agrupar todas as mídias, porém, nunca se viram tantos equipamentos sendo utilizados ao mesmo tempo como hoje. Assim, a convergência como processo cultural, segundo Jenkins (2008, p. 27), refere-se prioritariamente ao fluxo de imagens, ideias, histórias, sons, marcas e relacionamentos, por meio do maior número de canais midiáticos possíveis. Um fluxo moldado por decisões originárias tanto em reuniões empresariais quanto em quartos de adolescentes. Um turbilhão moldado pelo desejo de grandes empresas de mídia de promoverem ao máximo suas marcas e mensagens e, ao mesmo tempo, pelo desejo dos consumidores de obterem a mídia que quiserem, onde e como quiserem, até por meios ilegais, caso seja impossível por meios legais. Para Jenkins (2008), esses dois fatores trabalham em conjunto, garantindo uma ampla circulação de qualquer tipo de mídia que compõe esse fluxo – e isso é o que acaba por caracterizar fundamentalmente a nova “cultura da convergência”.

No entanto, cabe ressaltar que os meios de comunicação tradicionais ainda exercem um pronunciado controle sobre a sociedade, mesmo nos tempos da convergência. Jenkins (2008) lembra que as cinco maiores empresas de mídia dos EUA controlam ainda grande parte da mídia disponível em escala mundial, mas, ao mesmo tempo, vivemos num mundo em que praticamente não há mais filtros de informação. Conforme o autor, algo em torno de 52% dos adolescentes americanos já produziram algum tipo de mídia e 1/3 deles já veicularam mídia além do círculo de amigos e da família. Portanto, ocorre claramente na atualidade o convívio conflitivo de duas visões distintas de mundo: uma delas baseada no consumo constante e na absorção de mensagens criadas pelos grandes centros midiáticos; e a outra baseada na produção pulverizada de mídia na qual as ideias veiculadas no YouTube, por exemplo, são consideradas tão essenciais à cultura quanto aquelas veiculadas em redes de televisão.

Nesse sentido, ao tratarmos de “cultura da convergência”, abordamos uma cultura de transição, na qual ainda estamos aprendendo a utilizar

plenamente as ferramentas cada vez mais interativas das novas mídias. No momento, segundo Jenkins (2008), os maiores investimentos dos agentes promotores da “cultura da convergência” têm se concentrado não nas chamadas “atividades úteis”, mas em ferramentas e “atividades de diversão”, como os videogames. Só que, para o autor, isso não é um problema, pois mesmo aí estamos desenvolvendo habilidades a serem utilizadas de formas mais sérias num futuro próximo. Diz ele que, assim como numa sociedade de caçadores as crianças aprendem brincando de arco e flecha, numa sociedade da informação elas apreendem jogando com informações. Portanto, acessar jogos, comunidades virtuais de fãs, criar *blogs* e/ou modificar e remixar mídias possibilita um processo de aprendizagem que salienta as atividades em redes sociais, o que ajuda na formação coletiva do conhecimento e na circulação de ideias por meio da sociedade.

Outra mudança importante no caminho rumo à “cultura da convergência” é, para Jenkins (2008), a compreensão da premissa de que um único indivíduo não pode mais controlar todos os campos do conhecimento. Até então, os grandes intelectuais da história conseguiam gerir grande parte do saber de uma sociedade numa época dada. Hoje em dia, porém, há uma explosão de informações e não é mais possível saber tudo. Segundo o autor, estamos vivendo num tempo de “inteligência coletiva”, num mundo em que ninguém sabe tudo e todos sabem algumas coisas importantes; em que um membro de uma comunidade tem ao seu dispor o mesmo saber que a comunidade como um todo, isso imediatamente e a todo instante. Conforme Jenkins (2008), essa é a raiz da “sociedade em rede”. Nela, em vez de se prepararem crianças para o aprendizado autônomo, deve-se ensinar como participar da produção coletiva do conhecimento, como compartilhar conhecimento e como dispor da experiência alheia.

Nessa “sociedade em rede” educada no compartilhamento, não existe, porém, o risco da “overdose de informação fragmentada”, como afirmam alguns. Mesmo que algumas pessoas, principalmente os adultos, sofram com a abundância informativa, basicamente por não saberem lidar com ela e/ou pela incapacidade de absorvê-las todas a tempo, isso só ocorre, segundo Jenkins (2008), porque estamos tentando aplicar uma lógica do homem renascentista a um modelo de informação

desenvolvido para ser coletivo e colaborativo. Para o autor, em vez de tentarmos absorver todo o conhecimento para si, nesses novos tempos, deveríamos aprender a confiar na comunidade a nossa volta, a confiar uns nos outros para processar as informações. Em vez de cidadãos bem informados, na “cultura da convergência”, temos de nos transformar em “cidadãos monitoradores” – alguém que vasculha o horizonte e filtra informações necessárias, agindo de forma pontual e objetiva e em contraste com a necessidade do entendimento profundo sobre tudo o que nos rodeia.

Em outras palavras, para Jenkins (2008), deveríamos aprender a ser, além de seletivos, colaborativos. Deveríamos aprender a escolher o foco de nossa atenção e tentar criar um modelo que possibilite uma espécie de “moderação coletiva” e que traga informações essenciais à comunidade. Segundo ele, existem variadas formas de se processar a informação na e para a “cultura da convergência”, só que precisamos aprender como participar plenamente dela ou seremos “soterrados” por informações sem sentido. Esse processo de “soterramento” que ocorre, por exemplo, com o profissional do Webjornalismo de quarta geração empresta aquela sensação de complicação que recentemente se cola aos processos tradicionais de apuração jornalística na Web.

Porém, cabe ainda ressaltar, conforme Jenkins (2008), que os meios tradicionais de comunicação não encontrarão seu fim nos tempos da “cultura da convergência”. Para o autor, a televisão, o cinema e os jornais continuarão a funcionar na sociedade, já que a história ensina que não existe “mídia morta” e sim “tecnologia morta”. Essas mídias, no entanto, deverão passar por um processo de metamorfose, assumirão um caráter de “transmídia” e farão parte de um ecossistema comunicativo mais amplo. Nesse novo ecossistema midiático, ainda assim, após um dia cansativo de trabalho, talvez alguém só queira se esticar no sofá e assistir a algo passivamente. Por outro lado, haverá momentos em que esse sujeito vai querer participar ativamente das discussões sobre o que passa na TV, por exemplo. Assim, ele vai navegar na internet, participar de jogos e/ou redes sociais. Essa, segundo o autor, é uma forma mais ativa de interação midiática, típica da “cultura da convergência”, na qual as mídias tradicionais continuarão existindo, mas dentro de contextos que exigem opções por comportamentos mais participativos.

A convergência e a cultura que ela propaga, portanto, não constituem um processo que vem das mídias para os consumidores, mas sim dos consumidores para os suportes midiáticos. Dessa forma, as empresas midiáticas estão tendo que aprender a acelerar os fluxos dos seus conteúdos pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de manter e atrair seus públicos, seus lucros e seus mercados. Para Jenkins (2008, p. 45), a convergência exige que as empresas midiáticas repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, e isso influi diretamente sobre os seus processos de produção e apuração, inclusive no caso do Webjornalismo. É por isso que as empresas passaram a tentar “expandir” mercados potenciais por meio de movimentos de conteúdo em diferentes sistemas de distribuição, sempre com “sinergia” para garantir as oportunidades econômicas que essa expansão possibilita, e com “franquia” para sustentar o empenho coordenado em imprimir uma marca e um mercado a conteúdos ficcionais e/ou jornalísticos. Essas três palavras “expansão”, “sinergia” e “franquia” significam puramente convergência, segundo Jenkins.

## Apuração jornalística

Segundo Bahia (1990, p. 40), “a apuração é o mais importante para a notícia, da mesma forma como a notícia é o mais importante para o jornalismo”. Ela é um elemento essencial no processo da informação e quer dizer, em jornalismo, o completo levantamento dos dados de um acontecimento que servem de substrato para se escrever a notícia. “É o processo que antecede a notícia e que leva à formulação final do texto”, resume o autor. No jornalismo, a partir do século XIX, a reportagem se tornou um dos atributos próprios para definir a atividade jornalística e o seu papel social. Já a apuração jornalística adquiriu um caráter padronizado, elegendo, por exemplo, a entrevista como uma técnica jornalística, introduzindo a pauta como condutor da ação do repórter e absorvendo as novas tecnologias na rotina de trabalho – como denuncia o uso intensivo do telefone como recurso para contato com as fontes de informação.

Por reportagem não estamos nos referindo necessariamente a um gênero de jornalismo informativo caracterizado pelo aprofundamento e pela investigação, mas à própria atividade cotidiana

do jornalista ao recolher informações que servirão de base para a elaboração dos relatos jornalísticos. Podemos, então, citar como exemplo preocupações como as de Meyer (2002), que procurou alterar os procedimentos de apuração jornalística, aplicando os métodos utilizados pelas ciências sociais, particularmente os de base quantitativa. A execução de um “jornalismo de precisão” foi proposta de forma sistemática pelo autor em seu livro *Precision Journalism*, em 1973. Nessa concepção, Meyer afirma que o jornalismo de precisão diz respeito à “aplicação de métodos de pesquisa das ciências sociais e comportamentais para a prática do jornalismo”. Com isso, a ideia de Meyer (2002) era que um novo conjunto de ferramentas de apuração pudesse ampliar o leque de tópicos acessíveis à investigação jornalística.

Contudo, na atualidade, nos tempos da “cultura da convergência”, conforme Machado (2003), as reais transformações no jornalismo com as redes telemáticas são de outra grandeza, envolvendo alterações em todas as etapas da produção jornalística, de que nem as ideias de “jornalismo de precisão” ou de “reportagem assistida por computador” podem dar conta, já que elas caracterizam a tecnologia apenas como ferramenta auxiliar no trabalho jornalístico. O correto, no entanto, é que, no jornalismo em geral e no Webjornalismo em particular, possamos nos referir à existência de um método próprio de trabalho, método este que diz respeito a um conjunto de regras procedimentais de apuração de um fato, baseadas em valores e concepções sobre o papel e as formas de atuação jornalística, que visam a atingir um determinado fim (produzir notícias) sobre fatos e opiniões considerados de interesse público ou diversionais. Desse modo, falar em método de apuração jornalística significa falar de um conjunto de práticas (habilidades e técnicas) executadas pelos jornalistas, como, por exemplo, a observação de eventos e de seus desdobramentos, entrevista com fontes de informações, leitura de documentos e outros dados de natureza técnica etc.

Entretanto, não custa lembrar que ao longo do tempo o jornalismo se tornou uma atividade coletiva, organizacional e industrial, que exige do repórter uma operacionalidade nos seus atos e objetivos, expressa em uma pauta pré-definida, balizada por

parâmetros de avaliação da noticiabilidade dos eventos e cuja execução é controlada por outros jornalistas. Nessa lógica, a produção com poucos recursos e em períodos exíguos de tempo para uma publicação cada vez mais acelerada conduz a uma simplificação do método de trabalho jornalístico e por vezes acaba por limitar a capacidade de captar e verificar informações. É a partir dessa crítica ao “positivismo” presente numa proposta de um jornalismo de precisão que pesquisadores sociais de matriz qualitativa consideraram necessário rever tanto os modos tradicionais de reportagem jornalística quanto às contribuições que as ciências sociais quantitativas poderiam trazer à atividade em tempos de cultura convergente.

O ponto de vista de Machado (2003) é de que métodos e técnicas qualitativas como a etnografia, a observação participante e a entrevista em profundidade poderiam complementar a apuração jornalística, a qual, no modelo tradicional, já não forneceria a variedade de habilidades necessárias para uma completa cobertura noticiosa em um ambiente de mídia interativa, global e convergente. Com essa preocupação, os jornalistas, bem como os pesquisadores em comunicação, estão sendo forçados a ampliar o grau de validação de suas construções, o que estimula a combinação de métodos de trabalho, sejam de base qualitativa ou quantitativa. Essa combinação, seguindo os preceitos da “cultura da convergência”, deve ocorrer simultaneamente nas reportagens, buscando confrontar os dados oriundos de diferentes fontes para que se complementem e permitam elaborações mais precisas.

Um exemplo ilustrativo dessa combinação de abordagens é o uso que o jornal *Folha de S. Paulo*<sup>1</sup> faz do Instituto de Pesquisa Datafolha<sup>2</sup> para levantar dados eleitorais e situações sociais complexas. Para isso, no rastro da cultura convergente dos novos tempos, a atividade jornalística depende da composição de uma equipe multidisciplinar para pesquisa, interpretação, compilação e distribuição flexível dos dados.

## Caracterização dos termos

Apesar do desenvolvimento cada vez mais pronunciado da “cultura da convergência”, de a

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://www.folha.uol.com.br/>>.

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/>>.

explosão da utilização da internet para fins jornalísticos ter ocorrido há quase uma década e de diversos estudos significativos já terem sido desenvolvidos sobre o assunto, ainda não há um consenso sobre a terminologia a ser utilizada quando nos referimos ao jornalismo praticado na internet, para a internet ou com o auxílio da internet. Em linhas gerais, observa-se que autores norte-americanos utilizam o termo “jornalismo *online*” ou “jornalismo digital”; já os autores de língua espanhola preferem o termo “jornalismo eletrônico”. Também são utilizadas as nomenclaturas “jornalismo multimídia” ou “ciberjornalismo”. De forma genérica, pode-se dizer que autores brasileiros seguem os norte-americanos, utilizando com maior frequência o termo “jornalismo *online*” ou “jornalismo digital”.

Buscando ordenar as terminologias, Mielniczuk (2003) propõe uma sistematização que privilegia os meios tecnológicos, por meio dos quais as informações são trabalhadas, como fator determinante para elaborar a denominação do tipo de prática jornalística, seja na instância da produção, seja na instância da disseminação de informações jornalísticas. Conforme a autora, o âmbito “eletrônico” seria o mais abrangente de todos, visto que a aparelhagem tecnológica que se utiliza no jornalismo é, em sua maioria, de natureza eletrônica, seja ela analógica ou digital. Dentro do espectro eletrônico, existe a “tecnologia digital”, a qual ocupa um espaço maior a cada dia que passa. Esse crescimento acontece tanto na captura quanto no processamento ou na disseminação da informação. O “jornalismo digital” também pode ser denominado de “jornalismo multimídia”, pois implica a possibilidade da manipulação conjunta de dados digitalizados de diferentes naturezas: texto, som e imagem.

Já o prefixo “ciber” remete à palavra “cibernética”, sendo o ciberespaço um espaço hipotético ou imaginário no qual se encontram imersos aqueles que pertencem ao mundo da eletrônica, da informática. A concepção de Lemos (1997) diz que o ciberespaço pode ser entendido a partir de duas perspectivas: “como o lugar onde estamos quando entramos num ambiente virtual (realidade virtual); e como o conjunto de redes de computadores, interligadas ou não, em todo o planeta”. Para o autor, porém, na “cultura da convergência” estamos caminhando para uma interligação total dessas duas concepções do ciberespaço, pois, segundo ele, as redes vão se interligar e, ao mesmo tempo, permitir a interação por

mundos virtuais em três dimensões. “O cyberspaço é assim uma entidade real, parte vital da cybercultura planetária que está crescendo sob os nossos olhos”, aponta Lemos (1997, p. 5). Interessa, portanto, que, em acordo com Mielniczuk (2003), a palavra “ciberjornalismo” vai nos remeter ao jornalismo realizado com o auxílio de possibilidades tecnológicas oferecidas pela cibernética ou ao jornalismo praticado no – ou com o auxílio do – ciberespaço. A utilização do computador para gerenciar um banco de dados na hora da elaboração de uma matéria é um exemplo da prática do ciberjornalismo.

O termo “*online*”, por sua vez, reporta à ideia de conexão em tempo real, ou seja, fluxo de informação contínuo e quase instantâneo. As possibilidades de acesso e transferência de dados *online* utilizam-se, na maioria dos casos, de tecnologia digital. Porém, nem tudo o que é digital é *online*. Já “Webjornalismo” refere-se a uma parte específica da internet que disponibiliza interfaces gráficas de uma forma bastante amigável. A internet envolve recursos e processos que são mais amplos do que a web, embora esta seja, para o público leigo, sinônimo de internet.

Conforme Canavilhas (2001), a nomenclatura em jornalismo encontra-se direta ou indiretamente relacionada com o suporte técnico. O autor aponta que, para designar o jornalismo desenvolvido para a televisão, utilizamos “telejornalismo”; o jornalismo desenvolvido para o rádio, “radiojornalismo”; e chamamos de “jornalismo impresso” àquele que é feito para os jornais impressos em papel. É dessa forma, portanto, que podemos usar “Webjornalismo” para falar do jornalismo feito para a Web.

Na rotina de um jornalista contemporâneo em tempos de convergência, segundo Mielniczuk (2003), estão presentes atividades que se enquadram em todas essas nomenclaturas. Por exemplo: ao consultar o arquivo da empresa na qual trabalha, o profissional poderá assistir a uma reportagem gravada em fita VHS (jornalismo eletrônico); usar o recurso do e-mail para comunicar-se com uma fonte ou mesmo com seu editor (jornalismo *online*); consultar a edição anual condensada – editada em CD-ROM – de um jornal (jornalismo digital); verificar dados armazenados no seu computador pessoal (ciberjornalismo); ler em *sites* noticiosos disponibilizados na web material que outros veículos já produziram sobre o assunto (Webjornalismo).

## Webjornalismo e suas peculiaridades

Ao estudar, sustentados nos pilares da “cultura da convergência”, as características do jornalismo desenvolvido para a web, Bardoel e Deuze (2001) apontam quatro elementos como distintivos: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia. Palacios (2002), com a mesma preocupação, estabelece cinco características desse novo fazer jornalístico: multimídia, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. Essas características, junto com a supressão dos limites de tempo e espaço para a postagem de informações, suportam a ontologia do Webjornalismo, ou seja, constituem a natureza primeira do jornalismo dos tempos da cultura convergente.

Conforme Mielniczuk (2001), a interatividade diz respeito à capacidade do Webjornalismo de fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte do processo. Isso pode acontecer pela troca de e-mails entre leitores e jornalistas; pela disponibilização da opinião dos leitores, como é feito em *sites* que abrigam fóruns de discussões; e/ou por com jornalistas. Porém, a interatividade pode se dar também no âmbito da própria notícia, ou seja, a navegação pelo hipertexto, que, conforme Machado (1997), constitui-se numa situação interativa. Já a customização do conteúdo ou personalização, também denominada de “individualização”, consiste na existência de produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais do usuário. Há *sites* noticiosos, entre eles o da CNN<sup>3</sup>, que permitem a pré-seleção dos assuntos de interesse. Assim, quando o *site* é acessado, ele já é carregado na máquina do usuário atendendo à demanda pré-solicitada.

A hipertextualidade, por sua vez, traz a possibilidade de interconectar textos por meio de *links*. Bardoel e Deuze (2001) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar-se para outros textos, como: aqueles originários de *releases*, originários de outros *sites* relacionados ao assunto, o material de arquivo dos jornais etc. Enfim, para textos que possam levantar os “prós” e os “contras” do assunto em questão. No contexto do Webjornalismo são características ainda a multimídia, que trata da convivência dos formatos

das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico; e a memória, que aponta para o acúmulo das informações, fato mais viável técnica e economicamente no Webjornalismo do que em outros suportes de mídias. Sendo assim, o volume de informação diretamente disponível ao usuário é consideravelmente maior, seja com relação ao tamanho da notícia ou à disponibilização imediata de informações anteriores.

Tudo isso inegavelmente acaba por caracterizar o jornalismo feito para web como uma das expressões midiáticas mais atualizadas da “cultura da convergência”. Se o Webjornalismo traz consigo todas essas características (multimídia, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória), não seria exagero qualificá-lo, por tanto, como a materialização mais objetiva da cultura convergente que como uma onda se espalha na atualidade.

## “Gerações” do Webjornalismo

Conforme a lógica progressiva, mas não homogênea, da “cultura da convergência” e os postulados de autores como Pavlik (2001), Silva Jr. (2002), Palacios (2002) e Mielniczuk (2001), podemos classificar o Webjornalismo e o seu desenvolvimento, a partir da esfera do produto, em quatro gerações. No Webjornalismo de primeira geração (1G), os produtos oferecidos foram ou são meras reproduções de partes dos grandes jornais impressos, que passavam a ocupar o espaço na internet. As primeiras experiências realizadas, o que era chamado então de “jornal *online* na web”, não passava da transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias para um novo suporte.

O Webjornalismo de segunda geração (2G), mesmo favorecido pelo desenvolvimento da estrutura técnica da internet, ainda era ou é atrelado ao modelo do jornal impresso, porém nele começam a ocorrer experiências na tentativa de explorar as características específicas oferecidas pela rede. Nessa fase, o jornal impresso é utilizado como metáfora para a elaboração das interfaces dos produtos. Tal cenário começa a se modificar com o surgimento de iniciativas tanto empresariais quanto editoriais

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.cnn.com/>>.

destinadas exclusivamente para a internet. Isso marca o Webjornalismo de terceira geração (3G). Um dos primeiros e, talvez, principal exemplo dessa situação seja a fusão entre a Microsoft e a NBC, uma empresa de informática e uma empresa jornalística de televisão, ocorrida em 1996. O <www.msnbc.com> talvez tenha sido o primeiro *site* de jornalismo que não surgiu como decorrência da tradição e da experiência do jornalismo impresso.

Já o Webjornalismo de quarta geração (4G) se utiliza largamente dos bancos de dados que, graças à tecnologia internet, junto com as linguagens de programação muito dinâmicas, passaram a gerar páginas que somente existem por causa das solicitações do usuário ao navegá-las; e/ou telas que podem apresentar áreas de informações flexíveis em estruturas que possibilitam a correlação de dados e de campos informativos. Nessa fase, expressão máxima da “cultura da convergência”, a utilização de tecnologias de banco de dados associadas a sistemas automatizados para a apuração, edição e veiculação de informações é o elemento marcante para o Webjornalismo. Nela ocorre a efetiva industrialização dos processos jornalísticos para a web que até então eram elaborados de forma intuitiva e artesanal.

Nessa geração, com a definição de campos para as informações nos bancos de dados jornalísticos, conforme aponta Fidalgo (2004), pode-se buscar uma ampla contextualização das informações, de forma automática e potencializada, desenvolvendo um sistema de apuração diferenciado para o Webjornalismo. Nessa fase surge a possibilidade e a necessidade de correlacionar “metadados”, ou seja, em identificar e colocar em análise informações dentro das informações. Os “metadados”, segundo Colle (2002), são dados sobre outros dados e se constituem em ferramentas que devem guiar os usuários tanto na consulta quanto na busca de novas informações sobre os mesmos e sobre o sistema em si.

## Processo de apuração no Webjornalismo 4G

Em um sistema convergente e automatizado de produção no Webjornalismo, característico de sua quarta geração, o controle do processo parece se encontrar na elaboração de sua “arquitetura da informação”, já que em todas as demais etapas

há a possibilidade de incorporação do usuário. A publicação aberta e o desenvolvimento colaborativo que caracterizam o Webjornalismo a partir de então parecem representar, principalmente para o jornalista, além da materialização objetiva da “cultura da convergência”, a perda do controle do processo de produção de informações no ciberespaço (MACHADO, 2003). Nessa fase, porém, será a estrutura da informação que vai estabelecer os elementos do sistema e sua hierarquia; e a navegação é que, por sua vez, vai relacioná-los, traçando os possíveis caminhos e possibilidades que os usuários seguirão no sistema.

Dessa forma, podemos considerar três os passos fundamentais ao pensarmos a “arquitetura da informação” de um sistema convergente: o primeiro representa um sistema de orientação para se chegar a determinadas informações, conforme foi pensado nas décadas de 1960 até 1990; o segundo constituiu-se em um sistema que orienta o usuário na busca de informações, possibilitando a recuperação delas, conforme identificado nos anos 1990; e o terceiro se estabelece como um roteiro para a criação de narrativas multimidiáticas. Atualmente, é esse o aspecto mais reivindicado pelos pesquisadores e pelos profissionais vinculados a produtos jornalísticos e com preocupações comunicacionais (LÓPEZ; GAGO; PEREIRA, 2003; MACHADO, 2003).

Assim, no caso dos profissionais, destaca-se no Webjornalismo de quarta geração da cultura convergente o “arquiteto da informação”, termo cunhado por Rosenfeld e Morville (1998). Arquiteto é o profissional que possui uma visão sistêmica de todo o processo comunicativo. Suas atribuições estão vinculadas às inúmeras etapas da elaboração de um produto noticioso, desde o armazenamento das informações nas máquinas servidoras até as ferramentas de publicação, edição e divulgação das páginas internet, ou seja, do projeto à veiculação. O “arquiteto da informação” é ou deveria ser um profissional que compreende de forma ampla, na teoria e na prática, o ambiente internet, as características do ciberespaço e os conceitos propostos pela cibercultura, desde o hipertexto até seus princípios fundadores.

Um “arquiteto da informação”, portanto, ao elaborar um sistema de publicação que contemple modelos distintos de narrativa, precisaria analisar desde as estruturas do hipertexto jornalístico, as

possibilidades e tipologias de ligações sistematizadas pela pesquisa até as características de cada gênero jornalístico em sua função social para, então, estabelecer as possibilidades de múltiplas estruturas narrativas.

“Sistemas de publicação”, conforme Schwingel (2005), podem ser considerados como ambientes tecnológicos que possuem as potencialidades dos sistemas de administração de conteúdos e de gerenciamento de portais adaptados às rotinas produtivas do Webjornalismo. Ou seja, em sua concepção, um “sistema de publicação” integra, ou necessitaria integrar: ferramentas que explicitem o processo de apuração de uma matéria, ferramentas que facilitem a publicação das informações de forma a apresentar modelos previamente elaborados de roteiros narrativos para os distintos gêneros jornalísticos e ferramentas que facilitem a veiculação e a distribuição das informações.

Dessa forma, na “cultura da convergência” e no Webjornalismo de quarta geração, os “sistemas de publicação” não permitem mais desvincular os sistemas de apuração, da publicação ou da distribuição das notícias, em função da nova sistemática da produção jornalística, da incorporação dos usuários enquanto coprodutores de informação e principalmente da instantaneidade ou atualização contínua que o Webjornalismo apresenta e/ou exige. Nele, o ideal passa a ser a utilização de um mesmo banco de dados para todas as etapas produtivas, já que, em última instância, desde a apuração até a publicação todas as informações estão em rede.

É assim que o Webjornalismo de quarta geração da cultura convergente pode consolidar a utilização de bancos de dados complexos (relacionais, voltados a objetos) por meio da utilização de ferramentas automatizadas e diferenciadas (sistemas para a apuração, a edição e a veiculação das informações) na elaboração de produtos jornalísticos. Essas ferramentas acabariam por vincular diferentes plataformas e distintos ambientes, utilizando-se de tecnologias também diferenciadas de acordo com seus interesses e conveniências (SCHWINGEL, 2005).

Tais sistemas complexos necessitam ser desenvolvidos, em conjunto com os públicos, ou por “arquitetos de informação” com formação em jornalismo ou por jornalistas em conjunto com profissionais de informática, e em especial da área de análise de sistemas e gerenciamento de conteúdo. O trabalho, portanto, deve ser imprescindivelmente

em equipe na qual as fronteiras entre produtores e consumidores tem de ser apagadas e/ou, no mínimo, flexibilizadas a fim de que se possam adaptar os produtos informativos às exigências da nova “cultura da convergência”.

## Considerações finais

O Webjornalismo nos tempo da cultura convergente inegavelmente mudou a rotina de trabalho do jornalista e o seu papel na estrutura produtiva da informação. Se antes o profissional despendia muito tempo ao deslocar-se a uma biblioteca para fazer uma pesquisa, hoje com um simples clique no *mouse* é possível acessar informações sobre tudo e de todo o mundo. A internet oferece aos profissionais do jornalismo a possibilidade de buscar informações em diversas fontes e em qualquer ponto do globo, o que auxilia na confecção e na definição das pautas, na produção e na apuração da informação com potencial de notícia. Ela também permite a fonte transformar-se em produtora de informação apagando e/ou flexibilizando as fronteiras entre quem produz e quem consome notícia. Nesse sentido, numa visão corporativa, o jornalista na internet, para Del Bianco (2004), tem de estar o tempo todo atento aos detalhes que envolvem as pautas e tem de ter capacidade de produzir um texto final, que não dependa necessariamente da aprovação de um editor. Isso porque a internet é um meio que exige mais agilidade e necessita de profissionais que tenham iniciativa.

Porém, as redes seguindo os preceitos da “cultura da convergência” não são apenas uma ferramenta auxiliar na elaboração de conteúdos para os meios clássicos, ainda abastecidos com métodos clássicos de coleta de dados, mas um suporte para todas as etapas do sistema jornalístico de produção. Hoje, tanto a pesquisa e a apuração quanto a circulação dos conteúdos estão circunscritos às fronteiras da internet. Esse “novo” jornalismo, principalmente em sua quarta geração, liberta tanto os produtores como os consumidores dos pontos de vista limitados de especialistas e fontes oficiais, pois possibilita a eles buscarem informações na origem dos acontecimentos. Enquanto que, nos modelos de pesquisa nos meios convencionais, a apuração parte de fatos que podem ser localizados com facilidade e, mais frequentemente, de declarações, no

modelo eletrônico de apuração jornalística os fatos são substituídos pela necessidade de uma “frase de busca” que defina a questão ou o problema pautado. No modelo clássico, antes de o relato ser publicado, o jornalista deveria encontrar os fatos, buscar os produtores destes, para contrastar os indícios com os fatos arquivados no jornal, além da obrigação de entrevistar as pessoas e/ou autoridades vinculadas ao assunto. No caso da apuração eletrônica, em tempos de convergência, qualquer cidadão, seja ele profissional da notícia ou não, pode partir de uma frase para buscar e/ou descrever o tema de uma notícia ou reportagem. Antes do relato contextual dos fatos, o agora produtor-consumidor pode consultar dados armazenados ou fontes disponíveis na internet, falar interativamente com os sujeitos dos fatos e também avaliar independentemente o conteúdo das declarações.

Porém, por outro lado, a estrutura convergente, mas descentralizada, da internet pode complicar o trabalho de apuração do leitor-produtor nas redes graças à multiplicação das fontes sem tradição no tratamento de notícias, espalhadas agora em escala mundial. É por isso que uma das principais novidades do Webjornalismo 4G reside na sua possibilidade de descentralização da apuração e difusão da informação, o que provoca a alteração na relação de força entre os diversos tipos de agentes do processo comunicativo, pois concede a todos os usuários da rede o *status* alternado tanto de leitores quanto de produtores. Por isso, não é exagerado afirmar que o Webjornalismo 4G desenvolvido sob a égide da “cultura da convergência” promove uma inversão no processo tradicional de produção de notícias, porque o agora repórter-leitor, antes de sair na perseguição de uma personalidade qualquer para recolher uma declaração sobre um determinado fato, pode empreender um levantamento dos dados necessários para elaborar a notícia ou a reportagem onde ele estiver, desde que disponha de um ponto de acesso à rede. De fato, conforme essa lógica, a rede tem sido também um instrumento para coletar informações prontas, de segunda ou terceira mão, e a qualquer momento. Essa modalidade tornou a internet “parte constitutiva” do próprio método de checagem e apuração de informação na atualidade (DEL BIANCO, 2004).

É por isso que, ao constituir-se num ambiente no qual as pessoas se movem em busca de

informação, onde exercem a tarefa de escolher entre centenas de acontecimentos aqueles que merecem o *status* de informação e/ou notícia, a internet pode debilitar o processo tradicional de checagem, enfraquecendo o jornalismo de verificação, na medida em que permite fácil acesso às matérias e às declarações sem que se faça o trabalho de investigação. Mesmo assim, conforme Del Bianco (2004), a realidade virtual estaria se convertendo em um novo modo de conhecimento do mundo exterior e das pessoas, consolidando o hábito de adotar práticas midiáticas de conhecimento do real. A internet, segundo Pereira (2004), coloca nas mãos dos cidadãos a possibilidade de obter rapidamente a informação necessária para complementar as “suas matérias”, contribuindo paradoxalmente tanto para contextualização e aprofundamento dos temas abordados quanto para padronização do conteúdo pelo uso frequente das mesmas fontes.

Isso leva à aplicação e/ou à adaptação para a produção jornalística convergente na web do conceito francês de “jornalista sentado” (*journaliste assis*). Conforme Néveu (2001), o termo é utilizado para designar um jornalismo mais orientado ao tratamento (formatação dos textos, gênero editorial ou comentário) de uma informação que é coletada por terceiros – os chamados “leitores-produtores” e/ou “produtores-leitores”. Assim, a alimentação dos *sites* jornalísticos baseia-se hoje, em grande parte, num modelo que dispensa a apuração realizada nos moldes convencionais. “Em linha implica um jornalismo estritamente sentado que consiste em reunir informações disponíveis (e frequentemente propostas espontaneamente pelas fontes), disponibilizá-las pelo valor e dirigi-las ao público” (RUELLAN, 1998, p. 83). O resultado, segundo Pereira (2004), é a publicação de notícias a “conta-gotas”, de informações ainda sem confirmação e de notas praticamente irrelevantes. Essa publicação de notícias a “conta-gotas” seria, na opinião de Marcondes Filho (2000, p. 45), uma opção ideológica que destaca a primazia da técnica no processo de produção da notícia. Por isso, o trabalho do “jornalista sentado”, que não é mais necessariamente um profissional diplomado e que pode ser qualquer cidadão com acesso à rede, se resume, muitas vezes, a copiar as informações e a colar no banco de dados que alimenta o *site*, o jogo ou *blog*.

Os argumentos que desqualificam o leitor-produtor e o jornalista e/ou o jornalismo sentado

defendem a apuração junto às fontes primárias como um fator essencial na atribuição das rotinas de produção da notícia ao mesmo tempo em que renegam para um segundo plano muitos dos princípios da nova “cultura da convergência”, conforme aqui nos propusemos a qualificá-la. É notório também que, com a internet e com a emergência desses “profissionais não profissionais”, a noção de apuração perde terreno para a necessidade de alimentação contínua de um sistema *online*. Mas, por outro lado, não podemos esquecer que a simples transformação de informações externas em notícias não deixa de ser um trabalho jornalístico valioso – mais flexível, mais participativo e, ao mesmo tempo, mais democrático – que segue os preceitos da nova ecologia transmidiática postulada por Jenkins (2008) na convergente matriz cultural configurada em nossos tempos.

## Referências

- BAHIA, J. **Jornal, história e técnica**: as técnicas do jornalismo. São Paulo: Ática, 1990.
- BARDOEL, J.; DEUZE, M. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. **Australian Journalism Review**, v. 23, n. 2, p. 91-103, 2001. Disponível em: <<http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze%2BNetworkJournalism%2B2001.pdf>>. Acesso em: 1º maio 2009.
- CANAVILHAS, J. M. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. In: CONGRESSO IBÉRICO DE COMUNICAÇÃO, 1., 2001, Portugal. **Anais...** Portugal: [s.n.], 2001. Disponível em: <[http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html)>. Acesso em: 5 maio 2009.
- COLLE, R. **Explotar la información noticiosa**: data minino aplicado a la documentación periodística. Madrid: UCM, 2002.
- DEL BIANCO, N. R. A internet como fator de mudança no jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 27, n. 1, p. 133-148, 2004.
- FIDALGO, A. Do poliedro à esfera: os campos de classificação. A resolução semântica no jornalismo on-line. In: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO - SBPJOR, 2., 2004, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2004.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- LEMOS, A. **Anjos interativos e retribalização do mundo**: sobre interatividade e interfaces digitais. 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em: 3 maio 2009.
- LÓPEZ, X.; GAGO, M.; PEREIRA, X. Arquitectura y organización de la información. In: NOCI, J. D.; SALAVERRÍA, R. (Org.). **Manual de redacción ciberperiodista**. Barcelona: Ariel, 2003.
- MACHADO, A. Hipermissão: o labirinto como metáfora. In: DOMINGUES, D. (Org.). **A arte no século XXI**: a humanização das tecnologias. São Paulo: UNESP, 1997.
- MACHADO, E. **La estructura de la noticia en las redes digitales**: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo. Barcelona: UAB, 2000.
- MACHADO, E. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.
- MARCONDES FILHO, C. **Comunicação & jornalismo**: a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2000.
- MEYER, P. **Precision journalism**: a reporter's introduction to social science methods. Lanham: Bowman & Littlefield Publishers, 2002.
- MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. 246 f. Tese (Dissertação em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.
- MIELNICZUK, L. **Características e implicações do jornalismo na web**. 2001. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_caracteristica-simplicacoes.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristica-simplicacoes.pdf)>. Acesso em: 2 maio 2009.
- NÉVEU, E. **Sociologie du journalisme**. Paris: La Découverte, 2001.
- PALACIOS, M. et al. Um mapeamento de características e tendências no jornalismo on-line brasileiro e português. **Comunicarte, Revista de Comunicação e Arte**, Portugal, v. 1, n. 2, p. 159-170, 2002.
- PAVLIK, J. V. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.

PEREIRA, F. H. O jornalista sentado e a produção da notícia on-line no Correio web. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 95-108, 2004.

ROSENFELD, L.; MORVILLE, P. **Information architecture for the world wide web**. Santa Clara: O'Reilly & Associates, 1998.

RUELLAN, D. En ligne: un journaliste como les autres? In: RUELLAN, D. **Les Cahiers du Journalisme**: journalismes et technologies nouvelles de mutations obligées. Lille: Centre de Recherche de l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille, 1998. p. 82-84.

SCHWINGEL, C. A. Jornalismo digital de quarta geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no jornalismo digital. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 14., 2005, Rio de Janeiro. **Trabalho apresentado...** Rio de Janeiro: COMPÓS, 2005.

SILVA JR., J. A. A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 11., 2002, Rio de Janeiro. **Trabalho apresentado...** Rio de Janeiro: COMPÓS, 2002.

Recebido: 20/04/2011

*Received:* 04/20/2011

Aprovado: 13/06/2011

*Approved:* 06/13/2011