

A Internet como fator de mudança no jornalismo

Nelia R. Del Bianco*

Índice

1 As tecnologias de hoje são diferentes de outras do passado	2
2 A Internet como ambiente do jornalismo	4
3 Valores em mutação	7
4 Bibliografia	9

Muito se discute sobre a reconfiguração da produção do jornalismo condicionada pela adoção de tecnologias digitais da informação e comunicação. Sem dúvida, as novas ferramentas digitais colaboram para reestruturar o exercício da profissão, a produção industrial da notícia, as relações entre as empresas de comunicação com as fontes, a audiência, os concorrentes, o governo e a sociedade. Trazem, portanto, implicações de ordem técnica, ética, jurídica e profissional para o jornalismo. Embora as mudanças sejam abrangentes há uma tendência corrente

*Professora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Doutora em Comunicação pela ECA-USP. O presente texto é parte da tese de doutorado “Radiojornalismo em mutação – A influência cultural e tecnológica da Internet na transformação da noticiabilidade no rádio”, defendida em maio de 2004, no programa de pós-graduação da ECA-USP. Endereço eletrônico: nbianco@uol.com.br. Foi publicado na Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, vl. XXVII, nº 1, janeiro/junho de 2004.

em estudá-las como se fossem de caráter meramente operacional. Ressaltam-se como um dos seus efeitos, a readaptação legitimadora das rotinas produtivas e de linguagens às exigências da instantaneidade e da visualidade do jornalismo online.

Entre pesquisadores como Michael Kunczik (2001), Bill Kovack e Tom Rosentiel (2003), Ignácio Ramonet (1999) e Dominique Wolton (1999) há um certo consenso quanto à influência das tecnologias da informação na reestruturação da organização jornalística e de suas rotinas de trabalho. A informática, especialmente, trouxe agilidade e qualidade no processamento da informação, ao facilitar o trabalho de rever, corrigir, alterar e atualizar textos. No entanto, os pesquisadores mencionados duvidam que as tecnologias digitais tenham provocado mudanças profundas na concepção de jornalismo a ponto de alterar valores consagrados. Na avaliação de Wolton (1999: 268-9), por exemplo, a imprensa continua a mesma, ou seja, a mudança foi apenas de forma, de linguagem, que em nada abalou os princípios basilares do jornalismo. Por mais forte que seja, uma inovação tecnológica não leva consigo mecanicamente uma transformação profunda do conteúdo das atividades.

Esse argumento pode ser considerado parcialmente válido. No entanto, é necessário considerar para melhor compreensão que a

essência da natureza das tecnologias da informação de hoje, especialmente a Internet, difere radicalmente de outras do passado, e sua influência pode carregar transformações de valores e conceitos. Para o jornalismo, a adoção dessas tecnologias da informação sinaliza mudanças que não ficam apenas no nível da troca de roupagem, sendo bem mais profundas do que muitos costumam analisar, podendo até mesmo solapar valores fundadores dessa práxis social.

1 As tecnologias de hoje são diferentes de outras do passado

A tecnologia é uma criação do homem. Produzida num determinado contexto social, cultural e carrega em si, segundo Lévy (1999:25), projetos, valores, esquemas imaginários e implicações variadas. Sendo portadora de cultura e valores, a tecnologia não determina uma práxis social, até porque não é entidade que age sobre o homem de forma autônoma. Uma vez inserida na processualidade da vida condiciona e potencializa mudanças, de acordo com Lévy (1999:13 e 25):

“Sua presença e uso em lugar e épocas determinados cristalizam relações de força sempre diferentes entre os seres humanos. (...) Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas. E digo condicionada, não determinada”.

De fato, a tecnologia não tem caráter mágico ou sobrenatural, nem a sociedade é uma extensão da tecnologia. Há uma relação dialética entre tecnologia e civilização (Castells, 1999). O sentido da tecnologia reside nas intenções dos usuários que as trocam e

formulam. Uma inovação tecnológica programa, sem dúvida, certos usos, mas estes por sua vez desviam, modificam ou adaptam a ferramenta aos mundos próprios dos utilizadores. O processo de mutação é, antes de tudo, histórico-social e pertence a um contexto (Bougnoux, 1999: 109 e 121).

Essa perspectiva sugere observar a revolução tecnológica contemporânea no contexto histórico-social de evolução do capitalismo como uma força motriz importante na construção de valores culturais e na dinâmica das relações sociais que dão forma ao novo paradigma tecnológico e comunicacional. É vista, portanto, nas suas articulações sistêmicas, como técnicas sociais de organização, funcionamento, mudança, controle e administração de novas formas de produção de bens simbólicos, como os produtos da comunicação, a exemplo do jornalismo.

A revolução tecnológica de hoje muda a experiência de mundo, assim como aconteceu na Revolução Industrial, quando surgiram novas relações técnicas de produção, relações sociais e de poder baseadas na propriedade privada dos meios de produção e no tipo de superestruturas características do capitalismo. “A mudança é tão cultural e imaginativa quanto tecnológica e econômica”, segundo Johnson (2001: 35).

A essência das mutações tem relação com a natureza diferenciada das tecnologias contemporâneas. Em comparação a outras do passado, as tecnologias digitais distinguem-se por ampliar a capacidade intelectual do homem. Não apenas elas possibilitam centralizar conhecimentos e informação numa rede técnica informatizada, como permitem aplicar esses conhecimentos na geração de novos conhecimentos e mecanismos de processamento da informação. O que mudou,

segundo Castells (1999:78), não foi o tipo de atividade em que a humanidade está envolvida desde a era industrial, mas sua capacidade tecnológica de utilizar, como força produtiva direta, aquilo que caracteriza a singularidade do homem: a capacidade superior de processar símbolos.

A revolução tecnológica possibilitou o surgimento de um ambiente cultural singular e universal constituído por técnicas, práticas, modos de pensamento e valores que inclui o conhecimento, as crenças, a ética, os costumes, os saberes cotidianos e os hábitos construídos nas relações entre pessoas, grupos, instituições ou organizações sociais informais com o aparato técnico da infra-estrutura material da comunicação digital. Progressivamente essa revolução implementa novas modalidades organizacionais, sociais e cognitivas, como as comunidades virtuais e a construção de uma inteligência coletiva (Lévy: 1999).

Nesse contexto, a Internet adquiriu importância estratégica no modelo social forjado pela revolução tecnológica. Mais do que um protocolo informativo, a Internet transformou-se num espaço social e cultural que permite estabelecer a comunicação entre distintos tipos de rede. Constituí a base material da vida e das formas de relação com a produção, o trabalho, a educação, a política, a ciência, a informação e a comunicação. É o coração do novo paradigma sócio-técnico, como define Castells (2001: 15):

“Se a tecnologia da informação é o equivalente histórico do que foi a eletricidade na era industrial, em nossa era poderíamos comparar a Internet com a rede elétrica e o motor elétrico, dado sua capacidade para distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana.”

Como epicentro do sistema sócio-técnico emergente, a Internet é um ambiente e sistema de informação e comunicação (Palácios, 2000 e Lemos, 2002). Por natureza é multifacetada, podendo ser um ambiente onde convivem e combinam entre si várias formas. Pode funcionar num ambiente compartilhado simultaneamente como suporte, meio de comunicação que se presta à expressão; muitas vezes como sistema tecnológico ou ambiente de informação e de comunicação. A definição de função depende em muito do uso que dela se faz em determinado contexto, circunstâncias, objetivos, finalidade e aplicação social seja por interesse, atividade específica ou mesmo por fruição.

Sendo uma criação do homem, entidade real e material da existência, essa tecnologia integra-se a conjuntos culturais existentes. Por tal condição, Castells (2001:51) acredita que a Internet carrega em si os valores e a cultura de seus criadores. Criada sob condições específicas de uma história diferenciada, a Internet surgiu num dado contexto histórico, no qual um grupo de participantes partilhou uma experiência comum que acabou por delimitar a criação de valores e práticas culturais, posteriormente socializados e vivenciados por todos os usuários da rede.

A cultura da Internet, segundo Castells (2001-51), é caracterizada por uma estrutura formada por quatro estratos superpostos: a cultura tecnomeritocrática, a cultura hacker, a cultura comunitária virtual e a cultura empreendedora. Juntos esses estratos contribuíram para que a construção e sustentação da Internet se desse com base em valores tais como o de liberdade individual, de pensamento independente, da idéia de cooperação entre usuários, de comunicação horizontal,

conexão interativa, informal e aberta entre os usuários.

2 A Internet como ambiente do jornalismo

Ao analisar a passagem do modelo de comunicação linear da era tipográfica, fundada com a invenção de Gutenberg, para a era eletrônica dominada pelo rádio e a televisão, McLuhan (2000) defendia a tese que a tecnologia criava a ambiência por onde o homem transitava. Na sua visão, os meios de comunicação eletrônicos eram “extensões do homem”, porque formavam o próprio ambiente onde o homem se movia e atuava sob a tecnologia. Esse ambiente era uma espécie de segunda natureza que forma o próprio homem e molda seus padrões e modos de perceber o mundo. A partir desse argumento, McLuhan entendia que a era eletrônica abalou os fundamentos enraizados na experiência de mundo do homem tipográfico, porque o colocava imerso num mundo visual, áudio-táctil, simultâneo e “tribalizado”, muito diferente do mundo linear e destribalizado. Ao situar as mudanças nesses termos, sinalizava para a possibilidade dos meios de comunicação de transformarem o mundo num grande vilarejo, numa aldeia global.

Com essa posição, McLuhan (1977: 15) não considerava os ambientes tecnológicos como recipientes puramente passivos de pessoas, mas ativos processos que remodelam pessoas e igualmente outras tecnologias. O que há de interessante no seu pensamento é a reflexão sobre o fato de as tecnologias alterarem os índices de sensibilidade ou modos de percepção do homem que transita nesse ambiente moldado por elas.

Esse argumento contribui para refletir sobre a função da Internet na atual configuração do processo de produção da notícia. No cotidiano da redação de meios de comunicação tradicionais, como rádio, televisão e jornal impresso, a Internet serve como canal de acesso e contato com múltiplas fontes, agências de notícias e jornais online. É verdade que a rede é uma ferramenta que cria a possibilidade para que, virtualmente, se possa fazer o trabalho de vigilância e examinar documentos oficiais, realizar investigações e trabalhar assuntos que, em boa parte, são esnobados pela imprensa tradicional. No entanto, ao se observar rotinas produtivas da notícia, especialmente do radiojornalismo, fica evidente que o seu uso está aquém de seu potencial de alterar a profundidade do jornalismo, contribuindo para que a reportagem possa ir além do jornalismo declaratório para reunir e sintetizar uma grande quantidade de provas documentais. De fato, a rede tem sido um instrumento para coletar informação pronta de segunda ou terceira mão a qualquer momento. Essa modalidade tornou a Internet parte constitutiva do próprio método de checagem e apuração de informação em emissoras de rádio especializadas em jornalismo.

Ao constituir-se num ambiente onde os jornalistas se movem em busca de informação, onde exercem a tarefa de escolher entre centenas de acontecimentos aqueles que merecem o *status* de notícia, a Internet pode debilitar o processo da checagem, enfraquecendo do jornalismo de verificação, a medida que permite fácil acesso às matérias e as declarações sem que faça o trabalho de investigação. A tendência foi identificada pelos jornalistas americanos Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003:119):

“Nesta era de notícias 24 horas, os jornalistas agora passam mais tempo procurando alguma coisa para acrescentar as suas matérias, geralmente interpretação, em lugar de tentar descobrir e checar, de forma independente, novos fatos. A partir do momento em que a matéria se forma na cabeça, é como se o comportamento do rebanho fosse verdadeiro. A matéria é determinada por uma mídia – o relato de um jornal ou emissora de televisão”.

O fácil acesso à informação obtida pela Internet pode ainda dar a falsa impressão de não ser preciso ir além das fronteiras do ciberespaço para saber o que acontece. É como se na rede “coubesse” o mundo e de tal forma não fosse necessário sair dela para se obter a informação necessária à construção da notícia.

Inserida na práxis produtiva, a Internet está contribuindo para acrescentar novos elementos à percepção dos jornalistas a respeito dos tradicionais critérios que presidem a escolha das notícias. A percepção, como ensina Antonio Fidalgo, depende da sensação, não havendo sensação não há percepção. A percepção mediada pelo computador está limitada, por hora, às percepções do tipo visual e auditivo. De certo modo são idênticas às percepções diretas, a diferença está no fato de serem mediadas digitalmente e veiculadas em rede, segundo Fidalgo (2002):

“O objeto das experiências mediadas pela rede podem ser objeto de novas percepções, repetidamente e em outros espaços, por nós ou por outros. A percepção é um ato único, feito num determinado momento e lugar, mas o que é dado na percepção é guardado digitalmente, podendo vir a ser reproduzido vezes sem conta”.

Desse ponto de vista, a Internet molda crescentemente as experiências nas múltiplas formas do ser e de estar do homem no mundo. É o mesmo homem que vê, ouve e sente o mundo, sem a mediação de meios instrumentais, é o mesmo que sente através de meios técnicos digitais. O que mudou foram os horizontes desse mundo e os paradigmas da sua experiência, segundo Antonio Fidalgo (2002).

Para os jornalistas que usam a Internet na produção de notícias, a realidade virtual estaria se convertendo em um novo modo de conhecimento do mundo exterior e das pessoas. Essa realidade é produto de virtualizações e atualizações sucessivas que pode ser percebida num tempo, espaço e condições históricas específicas e de modo diferente em relação a ambientes tecnológicos anteriores. Isso não implica em dizer que essa realidade, pelo seu enorme caudal informativo, acabaria por substituir a necessidade de conhecimento de uma realidade material e objetiva. A questão é outra. A realidade virtual acrescenta uma perspectiva nova na percepção do jornalista no seu trabalho de conhecimento do real que é de outra natureza. Contém a realidade em si, mas disposta de modo a ser percebida em tempo e espaços diferentes.

A percepção do real construída a partir da Internet passa por um processo de introjeção que leva ao *habitus* (Bourdieu, 1983), ou seja, leva a um conhecimento adquirido e incorporado por meio de um processo de socialização, no qual é formado um corpo comum de categorias de pensamento e conduta que possibilita a comunicação entre os indivíduos e a estes o exercício de práticas adaptadas às estruturas.

Entre os jornalistas, consolida-se o *habitus* de adotar práticas mediatizadas de conhe-

cimento do real. No cotidiano da redação do radiojornalismo, por exemplo, investe-se cada vez mais na melhoria dos instrumentos técnicos de apuração, consulta, checagem da informação via sistema de escuta-telefone, Internet e monitoramento de canais de televisão aberta e a cabo. Por essa razão há sempre mais pessoas na redação apurando informação do que nas ruas, em busca de fatos novos. Esse comportamento sugere pensar se o real, objeto da notícia, caberia agora na tela do computador e tal forma para captá-lo não seria mais necessário ver com os próprios olhos e sim pela mediação da tecnologia. Indica que não é mais necessário entrar em contato direto com o espaço ou com as pessoas para conhecê-lo, podendo percebê-lo através das imagens que ele próprio fabrica ou que outros produzem (Senra, 1993:165).

É um exemplo típico de aliança entre homem e máquina. Não mais a máquina como dispositivo de controle e domínio, prótese que arma o corpo para a vontade de poder sobre e contra o mundo, mas como ferramenta de percepção, princípio gerador de novas realidades. O conhecimento do real pela Internet amplia o olhar da redação sobre os acontecimentos, numa espécie de pan-óptico, como define Stella Senra (1993: 166):

“A tecnologia coloca nas mãos da mídia uma espécie de pan-óptico superpotente que, em vez de instaurar uma visibilidade total sobre a sociedade – como no pan-óptico de Jeremy Bentham analisado por Foucault – cria em seu lugar uma visibilidade pontual, milimétrica, que elimina as zonas de interesse deixando na sombra o que não lhe interessa”.

Embora pareça proporcionar uma visão

ampla, os jornalistas colhem informações num ambiente em que o conhecimento sobre a realidade aparece fragmentado, disperso, hiper-especializado, sem hierarquias e sobre-informado. Há sempre que se recorrer a ferramentas de busca para se obter algo coerente, selecionado, filtrado e organizado.

Ao criar ambiência própria para o transporte da informação, a Internet funciona como moldura, porque contribui para capturar, no espaço digital, a cena, um fragmento do tempo dentro da pluralidade de acontecimentos disponibilizados. A moldura no jornalismo opera ao mesmo tempo como um corte e focalização, segundo Mouillaud (1997: 61-62):

“... um corte porque separa um campo e aquilo que o envolve; uma focalização, porque interditando a hemorragia do sentido para além da moldura, intensifica as relações entre os objetos e os indivíduos que estão compreendidos dentro do campo e os reverbera para um centro. O produto do corte e da focalização institui o que se chamará de cena. A cena é o local nativo do acontecimento. (...) A moldura, isolando um fragmento da experiência, separa-o do seu contexto e permite sua conservação e seu transporte. Enquanto que a ação, no campo, perde sua identidade e metamorfoseia-se em efeitos que a tornam irreconhecível, a informação conserva sua identidade ao longo de seus deslocamentos, eis aí uma propriedade fundamental do enquadramento”.

Ao contribuir para o corte e focalização dos acontecimentos que serão transformados em notícia, a Internet coloca nas mãos dos jornalistas a possibilidade de obter rapidamente a informação necessária para complementar suas matérias, contribuindo para

contextualização e aprofundamento dos temas abordados. Mas por outro lado, esse procedimento traz implícito também a padronização do conteúdo porque é comum o uso freqüente das mesmas fontes. Todos bebem da mesma fonte na hora de compor seu noticiário, reproduzindo o mesmo discurso. Muito da tendência à homogeneização deve-se ao comportamento dos jornalistas de atribuírem maior grau de credibilidade às agências de notícias oriundas da mídia tradicional. A concentração da informação nas mãos de poucos persiste até mesmo num campo de informação e comunicação por natureza livre e plural.

O ambiente da Internet acrescenta à percepção dos jornalistas também a noção de liberdade de ação sobre a informação. Quando os despachos das agências aparecem na rede é como se fosse produto de livre circulação, qualquer um pode ter acesso. E quem os utiliza, apropria-se desses textos como sendo seu e não de outro. Segue assim um dos valores culturais da Internet: o que está na rede não é de ninguém. Esse sentimento está presente no processo de produção da notícia, especialmente no radiojornalismo onde a informação que jorra na tela do computador é a base para a composição de boa parte dos noticiários.

A liberdade de ação na busca e apropriação da informação traz para o campo da produção da notícia a percepção da total transparência da realidade. Na raiz dessa percepção está a crença de que a verdade é a informação, segundo Philippe Breton (2000):

“Esta noção de transparência é consubstancial ao culto da informação. Ela é sua tradução imediata. Ela tem implicações práticas e espirituais: ela condiciona a atividade

concreta daqueles que realizam as técnicas ao mesmo tempo em que ela constitui o ideal de um mundo luminoso, sem manchas, sem entropia. Nesta nova mística, a transparência é um estado que se procura alcançar. A transparência é associada a um ideal de luz, harmonia e êxtase. Ela dá a impressão de passar do outro lado do espelho.”

3 Valores em mutação

A Internet contribui para moldar crescentemente as formas como se vive e experimenta a produção da notícia. O que mudou foram os horizontes desse mundo e os paradigmas da sua experiência perceptiva.

Em todo conhecimento um sujeito e um objeto encontram-se face a face. A relação que existe entre os dois é o próprio conhecimento. A oposição dos dois termos não pode ser suprimida. Mas um não está separado do outro. O sujeito só é sujeito em relação ao objeto, e o objeto em relação ao sujeito. A função do sujeito consiste em apreender o objeto; a do objeto em poder ser apreendido pelo sujeito. O sujeito não pode captar o objeto sem sair de si (sem se transcender); mas não pode ter consciência do que é apreendido, sem entrar em si, sem se reencontrar na sua própria esfera. O conhecimento realiza-se, por assim dizer, em três tempos: o sujeito sai de si, está fora de si e regressa finalmente a si.

Segundo Kant (citado por Savater, 1999), conhecimento é uma combinação do que a realidade traz ao sujeito com as formas da sensibilidade e o entendimento desse sujeito. Esse conhecimento sobre o real é verdadeiro, porém não chega senão até onde permitem as faculdades humanas. Significa dizer que o que se conhece não é a realidade pura, mas

apenas como é o real para o sujeito que o conhece. Portanto, se existem condições a priori, isto implica que o sujeito desempenha um papel ativo no processo do conhecimento, traz algo para esse conhecimento e não se limita a receber passivamente o que percebe.

É na relação diária com a Internet que os jornalistas aprendem sobre dessa natureza tecnológica, a manusear seus recursos para obter informação. Os jornalistas não só aprendem, mas são afetados por ela. Esse conhecimento transcende ao nível operacional de entrar e extrair da rede. Envolve a forma de construção do conhecimento a partir dessa experiência diária. Nesse aprendizado acaba por constituir novas formas de percepção do mundo e do processo comunicativo. Na sociedade da informação não se imagina mais o aprendizado em cima de saberes estáveis, herdados pela tradição. A forma é do saber-fluxo, por natureza caótico e sujeito a flutuações. São mudanças cognitivas igualmente velozes, às vezes pouco perceptíveis, que ocorrem no ambiente da redação jornalística, cujos sinais podem ser evidenciados no modo como os jornalistas interagem com a rede.

A questão a saber é até que ponto as transformações em curso contribuem para minar os fundamentos do jornalismo defendidos na cultura profissional. O fundamento histórico do jornalismo está no conhecimento da realidade, na apuração dos fatos e na apresentação de narrativa correta, crível, isenta de opinião e de parcialidades. Cabe aos jornalistas a verificação dos fatos por meio de levantamento de dados junto às fontes. No entanto, cada vez mais adquire importância no cotidiano da redação dispositivo técnico de acesso à informação em estado bruto e a dados de

segunda ou terceira mão. Diante desse fenômeno, a visão de mundo natural confronta com a intencionalidade. As notícias não aparecem de forma natural, mas se fazem como consequência da vontade humana, da história, das circunstâncias sociais das instituições e das convenções da profissão, e agora também sob influência dessa tecnologia da informação. A Internet, com seus valores e lógica comunicativa, notabiliza-se por se transformar numa das formas de conhecimento da realidade para o jornalismo.

Ao conviver com outras formas de conhecimento da realidade, os jornalistas percebem os valores que guiam a seleção dos acontecimentos a partir de uma nova referencialidade. Van Dijk (1990: 173-5) aponta correspondência entre os valores jornalísticos e a cognição social. Quer dizer os valores que guiam os jornalistas são reconhecidos pelo público como legítimos, porque fazem parte do conjunto dos processos mentais, de pensamento e da percepção social sobre o que é notícia. Quer dizer, os valores jornalísticos refletem os valores econômicos, sociais e ideológicos na reprodução do discurso sobre a sociedade através dos meios de comunicação.

Diante das mudanças em curso é legítimo afirmar que os aspectos centrais do paradigma jornalístico estão conquistando nova referencialidade, baseada em valores culturais da sociedade informação, para a qual a matéria prima e força motriz do sistema produtivo é a informação; onde as redes informatizadas são instrumentos de comunicação e ferramentas organizativas fundamentais, cujos efeitos atravessam e moldam todas as esferas da atividade humana; onde predomina a lógica da flexibilidade nos sistemas técnicos e organizacionais de modo a

contribuir para sua integração e convergência mundial numa estrutura de comunicação em rede digital, interativa capaz de disponibilizar informação em grande escala e alta velocidade.

É bem verdade que as mutações de valores baseados nessa referencialidade em construção ainda são pouco perceptíveis no presente. Na mutação, tem-se a impressão que a mínima flutuação de nossa percepção visual, provoca rupturas na simetria do que se vê. Ao lançar o olhar sob esses fenômenos, tem-se a sensação que faltam elementos teóricos e conceituais suficientes para compreendê-los. As análises parecem precárias, parciais. É uma situação típica da transição, como identificou Boaventura de Sousa Santos (1997:58):

“Duvidamos suficientemente do passado para imaginarmos o futuro, mas vivemos demasiadamente o presente para podermos realizar nele o futuro. Estamos divididos, fragmentados. Sabemo-nos o caminho, mas não exatamente onde estamos na jornada”.

Para compreender as mudanças impulsionadas pelas tecnologias da informação, um dos caminhos é não olhar o presente pelo retrovisor. O conselho é de McLuhan (1969:54), um dos mais populares teóricos da comunicação que teve o mérito de colocar a tecnologia no centro das mudanças para demonstrar como a nossa memória, percepção e prioridades podem ser afetadas por ela. Ao contrário de aprisionar, a ambiência tecnológica fornece ao homem uma “janela” para perceber o mundo:

“O passado foi embora naquela direção. Quando confrontados com uma situação inteiramente nova, tendemos a ligar-nos aos

objetos, ao sabor do passado mais recente. Olhamos o presente através de um espelho retrovisor. Caminhamos de costas em direção ao futuro. Os subúrbios vivem imaginariamente na terra de Bonanza”.

4 Bibliografia

- BOURDIEU, Pierre. Esboço de teoria da prática. In ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática, 1983, p. 46-81.
- BRETON, Philippe. *Le culte de l'Internet - Une menace pour le lien social*, cap. 4 - Un univers de croyance. Tradução livre por Samy Leal Adghirni e Hicham Chaouni. Paris: Éditions La Découverte, 2000.
- CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultural - A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel. *La Galáxia Internet - reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Areté, 2001.
- HARTMANN, N. *Les Principes d'une Mé-taphysique de la Connaissance*. Paris: Ed. Montaigne, 1945, t. 1, pp. 87-88.
- HESSEN, Johannes. *Teoria do Conhecimento*. Coimbra: Arménio Amado, 1973.
- JOHNSON, Steven. *Cultura da interface - Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

- KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo – o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.
- KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo – Norte e sul*. São Paulo: Edusp, 2001.
- LE MOS, André. *Cibercultura – tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2000.
- MCLUHAN, Marshall. e FIORE, Quentin. *O meio são as massa-gens – um inventário de efeitos*. Rio de Janeiro: Record, 1969.
- MCLUHAN, Marshall. *A galáxia de Gutenberg – A formação do homem tipográfico*. São Paulo: Editora Nacional, 1977.
- MOUILLAUD, Maurice. *A crítica do acontecimento ou o fato em questão*. In. MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sergio D. (org.) *O jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997, p. 49-83.
- MORA José Ferrater. *Dicionário de Filosofia, Fenomenologia do conhecimento do verbete Conhecimento*
- PALÁCIOS, Marcos. *Fazendo jornalismo em redes híbridas, Observatório da Imprensa* 11.12.2000.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. *Um discurso sobre as ciências*. Porto: Edições Afrontamento, 1997, 9ª ed.
- SAVATER, Fernando. *As Perguntas da Vida*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1999.
- SENRA, Stella. Max Headroom e o último jornalista. In PARENTE, André (org.) *Imagens máquina – A era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993, p.162-172.
- RAMONET, Ignácio. *A tirania da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- VAN DIJIK, Teun A. *La noticia como discurso – Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1990.
- WOLTON, Dominique. *Sobre la comunicación*. Madrid: Acento Editorial, 1999.