

NOVO JORNALISMO

CMC E ESFERA PÚBLICA

João Correia*

Índice

<i>Introdução</i>	1
<i>a) Internet e espaço público</i>	2
<i>a.1.) As Comunidades virtuais como elemento de dinamização do espaço público</i>	5
<i>a.2) Novas tendências do jornalismo on-line e es- paço público</i>	7
<i>2. Críticas e suspeições</i>	15
<i>3. O espaço público mediatizado</i>	19
<i>Bibliografia</i>	25

Introdução

Se houvesse um traço que tivéssemos que por em destaque no vasto campo de estudo que tem vindo a crescer a propósito das relações entre técnica, comunicação e sociedade seria o facto de que uma parte considerável do esforço de produção discursiva e simbólica e de transmissão e criação da cultura foi delegado para processos que implicam uma interacção entre os homens e as máquinas. No interior de um contexto de análise do modo específico de criação de significados e de transmissão de cultura é difícil omitir a diferença significativa na abordagem desenvolvida

*Universidade da Beira Interior

pelas tecnologias da comunicação, enquanto indutora de transformações civilizacionais que lhe são contemporâneas. Esta abordagem torna-se particularmente sedutora e significativa quando olhamos de modo particular para as relações entre os novos media e cidadania.

O que se pretende, neste texto, é responder a duas questões fundamentais: a) Tendo em conta o papel estruturante da comunicação na definição e configuração do espaço público mediatizado quais são as novas formas de jornalismo e as novas formas de associação possíveis na Internet que permitam repensar aquele conceito? b) Como aceitar o impacto que as novas tecnologias têm no jornalismo de um modo que seja possível pensar em formatos que ainda possam ser considerados como sendo jornalismo?

a) *Internet e espaço público*

Há várias conceitualizações de esfera pública que conheceram uma consagração importante nos estudos sobre as relações entre comunicação e política. Uma primeira, de Hannah Arendt é relacionada com a ideia de virtude cívica configurando-se como uma espécie de recuperação do ideal contido no espaço público grego (Arendt, 1996, 198). Para uma segunda concepção, mais centrada na modernidade, e estudada em perspectivas diversas por Tarde, Dewey, Blumer, Gouldner e, mais recentemente, por Habermas, a nova esfera pública surge como uma forma emergente de sociabilidade que, no limite, aspira a modelar o agir político. O princípio da publicidade, sob o fundamento de um público de pessoas privadas, educadas e racionais, que desfrutam a arte e utilizam a imprensa como medium, configura-se como exercendo uma função absolutamente crítica contra a praxis secreta do Estado (Habermas, 1982). Assim, por esfera pública pretende-se significar, antes de mais, um domínio da vida social onde a opinião pública pode formar-se. Uma porção da esfera pública surge sempre que é constituída uma situação conversacional na qual pessoas privadas se juntam para formar um público. No conceito moderno de espaço público estamos a falar de uma entidade

espácio-temporal onde os cidadãos se juntam livremente e têm conversas de modo aberto acerca de assuntos de interesse público (Kim, 1997, 5). Numa linha que retoma algumas semelhanças, Gouldner sustenta a necessidade de um espaço claramente definido e seguro onde se podem desenvolver conversas face-a-face acerca das novidades e do sentido que elas possam ter (cfr. Gouldner, 1976, 98).

Daqui resulta, através de uma idealização crescente em relação modelo histórico do século XVIII, a generalização de um modelo abstracto chamado “situação ideal de discurso”, onde todas as vozes relevantes podem ser escutadas, onde a conversação é mantida graças ao respeito por uma norma de organização do discurso que remete para o uso do melhor argumento de que dispomos no nosso presente estado de conhecimento (Nielson, 1990, 104) e onde todos os participantes intervêm numa situação de reciprocidade igualitária (Benhabib, 1992, 88). Nesta concepção de espaço público, é francamente referida, com abundância de argumentação, a importância da imprensa na criação da esfera pública burguesa nos séculos XVII e XVIII. Para Tarde, o público não podia existir sem um texto partilhado, regularmente publicado e geralmente acessível. (Kim, 1997, 25). Simultaneamente, Habermas sempre sustentou que o público burguês, descrito na sua obra clássica, cresceu graças à publicação regular de informação mercantil e financeira (1982, 16). Tal como Tarde explicaria “a Imprensa unifica e revigora a conversação, elevando-a a um nível que transcende a mera tagarelice” (1898, 19-20). De certo modo, tornar-se-ia numa representação do povo, sendo os olhos e ouvidos do povo quando este não podia ver nem ouvir por si próprio, ou mesmo falar por si próprio. Aos olhos de Dewey, a vigilância exercida sobre o poder significava um uso da Imprensa que ajudava a produzir um público organizado e articulado necessário para a democracia (in Page, 1996, 2).

Um dos pontos convergentes destas análises é a interacção dialógica. A interacção surge sempre implícita ou explicitamente referida como acção comum desenvolvida e partilhada pelos mem-

bro de um grupo e entre o medium e os membros desse grupo, tendente a realizar e a concretizar os seus projectos ou apresentar as suas opiniões; a reagir perante os projectos e opiniões alheias; a comunicar e expor entre si os seus argumentos, procurando legitimar as suas acções e enunciados ou a questionar a legitimidade das acções e enunciados alheios em função da sua maior ou menor racionalidade intrínseca. (Correia, 1998, 8) Na forma de sociabilidade definida por público, verifica-se, para a maioria dos pensadores sociais, um modo de interacção centrado no confronto das interpretações, verificando-se que as argumentações são complexas, criticadas e enfrentadas por contra-argumentações (Blumer, 1987, 177).

A despeito da importância concedida à imprensa, a alegada dissolução do espaço público seria também, de modo não menos explícito, atribuída à indústria mediática. É conhecida a narrativa da perda que acompanha esta idealização do espaço público, a qual vem associada ao triunfo de uma certa indústria mediática: o público leitor que prefigurava o público político confronta-se, ao longo da obra de Habermas, com a narrativa do seu declínio, pois “o raciocínio tende a converter-se em consumo e o contexto da comunicação pública dissolve-se em actos estereotipados de recepção isolada” (Habermas, 1982, 191). A massificação da cultura e a substituição da esfera pública iluminada por consumidores passivos, a transformação da imprensa de genuína expressão da opinião pública em instrumento de interesses particulares relacionados com os lobbies são alguns traços do diagnóstico.

Neste sentido, a análise que se fez do devir do espaço público pode sintetizar-se numa idealização que resulta da tentativa, admitida por Habermas, da constituição de um modelo heurístico, acompanhada quase sempre por um historial da decepção, que se sucede à idealização inicial. Assim, primeiro, foi a emergência de uma esfera pública que colocou, ainda que em termos ideais, a hipótese de comunicar o pensamento, de forma racional e igualmente repartida, no cerne da própria actividade política. De-

pois, foi o devir espectacularizante das mensagens e o aparecimento, no lugar do público, dessa forma de sociabilidade heterogénea e indiferenciada que designamos por massa. Finalmente, são as redes que dimensionam a comunicação em termos universais. Ao mesmo tempo que esta tecnologização se acelera surgem, no seio da indústria mediática, fórmulas empresariais e comunicativas que possibilitam uma relação estreita com os públicos. É o que acontece com os media interactivos, nomeadamente a Comunicação Mediada por Computador (CMC) que muitas das vezes emergem acompanhados por uma espécie de saudosismo em relação quer à agora grega, quer ao espaço público burguês. No contexto desta narrativa, os novos media, designadamente a Internet, vieram fazer remontar uma inflação de esperança alimentada por possibilidades ainda escassamente testadas. De uma forma generalizada, pode dizer-se que cada nova tecnologia foi sempre olhada de um modo que acentuava as suas componentes maléficas ou míficas na salvação ou dano da política e da cultura. Apanhada no conhecido fogo de barragem que coloca de um lado apocalípticos e, do outro, integrados, a Internet não escapou à intransigência que normalmente acompanha estas controvérsias. Os campos de batalha escolhidos pelos advogados das partes conflituais centraram-se em dois aspectos específicos: o primeiro diz respeito à geração das famosas comunidades virtuais; o segundo diz respeito ao chamado Webjornalismo.

a.1.) As Comunidades virtuais como elemento de dinamização do espaço público

No que respeita às comunidades virtuais, procura-se, hoje, destacar o seu papel salvador da interacção que a cultura de massas dissolvera. Com efeito, neste momento, os news groups da Internet, chats, MUDs (Multi-User Dungeon) e, ainda, os MOOs (Multiuse Object Oriented ou, para alguns, Multiuse Object Oriented systems), MUVE (Multi-user virtual environment) e MUSH (Multi-user shared hallucination) - estas últimas, realidades virtuais hospedadas em computadores, normalmente operando por Telnet,

completamente baseados em texto e, por vezes, dotadas de um humor e capacidade de fantasia dignas de relevo na descrição sempre escrita dos componentes físicos do ambiente, na auto-representação dos personagens e até dos objectos imaginários com que se confrontam - são promovidos ao estatuto de uma esfera pública emergente que renovarão a democracia do nosso século. Podemos falar de um novo tipo de sociabilidade, que se traduz na proliferação de pequenos médios e grandes grupos onde se realiza a simbiose da fragmentação pós-moderna do espaço público com os avanços da microelectrónica. Não é de admirar que a NET tenha sido admirada e glorificada como o veículo, por excelência para o discurso livre e para o debate público.

Hoje a comunidade já não tem o mesmo significado que tinha quando Tönies procedeu à sua definição clássica e é encarada como sendo composta por indivíduos que partilham interesses comuns, normalmente assentes em laços estabelecidos à distância (Wellman, 1999,133). A proximidade geográfica deixa de ser necessária para as relações comunitárias à medida que a tecnologia permite que certos laços primários se desenvolvam através de distâncias cada vez mais vastas. Os critérios utilizados por diversos autores para testar a força e a durabilidade dos laços estabelecidas na rede demonstraram que o conceito se podia aplicar a muitas das realidades disponibilizadas pela Internet. Reihngold (1993) usa o termo “tribos em tempo real” para fazer a descrição da Internet Relay Chat. Barry Wellman indica que as tecnologias da informação facilitaram o desenvolvimento de redes sociais suportadas por computadores que se tornaram bases importantes para o desenvolvimento de comunidades virtuais. (1999, 213). Jones sustenta a existência de comunidades virtuais como espaços sociais nos quais as pessoas se encontram face a face mas nos quais os termos encontrar e face a face ganham um significado novo. Sherry Turkle (1995, 88) recorre à existência de regras e de regulamentos codificados e partilhados para definir os MUDs como comunidades on line. Em todos estes casos, o que se sublinha é que a comunidade de interesses, gostos e prefer-

ênças prevalece sobre a partilha de um espaço geográfico. Com efeito, a comunidade virtual parece enfatizar uma comunidade de interesses relacionada com o assunto em discussão que pode conduzir ao fortalecimento do espírito comunitário. Num certo sentido, a comunidade está, para alguns autores (Wolton, 1995, 169) em condições de perder a sua dimensão regressiva e tradicionalista para adquirir uma abertura e uma porosidade essenciais que permitem articular a dimensão cosmopolita da argumentação e da racionalidade com a dimensão hermenêutica da existência concreta num mundo da vida partilhado. Conseguir-se-ia, assim, “a abertura à comunidade sem esquecer a insistência no espírito crítico e na ideia de cidadania” (Correia, 1998, 162). Conciliar-se-ia a pulsão da unidade que anima a ideia de comunidade com a ideia de tensão para a pluralidade que anima o espaço público. Deste modo, a relação com o espaço público torna-se evidente com a ideia de conversação, a qual é entendida como fundamento do governo democrático (Schudson, 1997) (Dewey, 1927), e primeira obrigação da cidadania (Ackerman, 1989, 6).

a.2) Novas tendências do jornalismo on-line e espaço público

Simultaneamente, generalizou-se a esperança em torno do chama-

do novo jornalismo, designadamente no formato dito como web-jornalismo (Canavilhas, 2001). Com efeito, os novos media representam uma ruptura com a configuração hierárquica e dirigista da centralização emissora, permitindo a emergência de um modelo de muitos para muitos, no qual os auditores se transformam em produtores para consumidores. (cfr. Hélder Bastos, 2000, 19) Referindo-se ainda ao Teletexto e ao Videotexto, Dennis McQuail afirmava já em 1987: “Os novos media parecem oferecer o potencial de uma mudança no equilíbrio do poder dos emissores em relação aos receptores, tornando todo o género de conteúdos acessíveis aos utilizadores e seleccionadores sem dependência dos sistemas de mediação e do controlo da comunicação de mas-

sas” (apud Bastos, 2000, 21). Ora, precisamente, neste domínio, em vez de fazer uma aclamação eufórica das possibilidades emergentes no webjournalismo no que respeita a uma eventual possibilidade de ressuscitação de uma espécie de nova Agora, interessa sobretudo interrogar os limites e esperanças que despertam para o jornalismo à sombra das possibilidades tecnológicas. Há alguns traços que podem ser invocados a propósito desta forma de jornalismo que merecem ser pensados com cautela pelas possibilidades que abrem. Entre estes traços podem destacar-se os seguintes: a disseminação instantânea de notícias; a superabundância de notícias e de informação; a personalização e a utilização das linguagens multimedia e a possibilidade da interactividade. Esta referência, coincide, ao menos parcialmente, com seis pontos principais apontados pelo Professor Marcos Palácios no decurso de uma palestra sobre o tema e onde referiu, nomeadamente, o carácter hipertextual, multimediático e convergente, passível de utilização contínua, personalizável, interactivo e passível de incorporar memória. Um dos elementos que simultaneamente desperta mais euforia mas merece mais desconfiança é o problema da disseminação instantânea de notícias. A espantosa inflação de notícias de última hora constituiu até agora um dos elementos mais determinantes da poderosa voragem informativa que invade os media em geral. O frenesim mediático que rodeou o escândalo sexual que envolveu Bill Clinton é um excelente exemplo da natureza instantânea dos serviços noticiosos on-line. Neste caso, alguns jornais merecedores de respeito como o New York Times introduziram nos seus websites elementos acerca dos comportamentos ditos menos próprios do Presidente, mas depois de completarem as suas histórias para as edições impressas foram obrigados a retractarem-se pelo menos parcialmente de elementos que introduziram na informação disponibilizada on line. Nos sites portugueses, já houve casos de notícias tecnicamente bem elaboradas (respeitadoras das regras do estilo, etc.) que foram prontamente desmentidas pelas únicas fontes que se podiam considerar credíveis na matéria de facto da notícia. Apesar disso, a tendência

detectada não parece dar mostras de abrandar. Hoje, as grandes agências internacionais (Associated Press, Reuters, etc.) assinaram lucrativos contratos com alguns dos maiores websites como o Yahoo no sentido de uma distribuição directa de histórias ligadas ao serviço noticiosos. O conceito de Breaking News (notícias de última hora) alarga-se à recepção de um despacho de agência na caixa do correio.

Um outro traço que rapidamente se identifica é a emergência de vastas quantidades de informação, designadamente através da disponibilização dos links e tópicos relacionados e toda a vasta panóplia de possibilidades remissivas que o hipertexto abre. Associada à interactividade e à utilização da linguagem multimédia, a velocidade de circulação inaugura a era do que Jim Willis designa por “turbonotícias” (apud Bastos, 2000, 60). O webjornalismo oferece um conteúdo que pode ser actualizado continuamente. Nesse sentido, é a primeira vez na história da comunicação que o texto impresso informativo alcança uma velocidade para o relato de informações e de factos só antes possível via TV ou Rádio.

Um terceiro elemento - talvez o mais complexo deste conjunto de elementos que se podem encontrar disponíveis nas diferentes formas de jornalismo existentes na web é a personalização: desde logo existe a possibilidade de recolher as nossas preferências de um modo tão exaustivo que, da próxima vez que um utilizador se dirigir ao site, irá encontrar uma espécie de página não “pronto a vestir” mas completamente desenhada com as medidas previamente tiradas. Negroponte, nesta matéria, não deixa os seus créditos proféticos por mãos alheias e antevê: “Imaginem um futuro onde o vosso terminal possa ler qualquer jornal e captar todas as TVs e rádios que existem no planeta, construindo uma agenda personalizada. Tratar-se-ia de um jornal com uma edição de um único exemplar” (1995, 153).

Nesta matéria, a questão do hipertexto é, naturalmente, uma das mais interessantes pelos desenvolvimentos que abre. Tecnicamente, o hipertexto é um conjunto de nós ligados entre si, podendo estes

nós ser palavras, páginas, imagens, sequências sonoras ou documentos (cfr. Bastos, 2000, 25). A utilização do hipertexto abre as portas a formas de jornalismo onde as noções clássicas de leitura são desmontadas e onde a possibilidade generalizada de remissão desencadeia a utilização do texto por um leitor mais activo e mais participante que pode fazer explodir as relevâncias previamente traçadas por um jornalista que siga o modelo clássico da pirâmide invertida. O hipertexto comporta alterações culturais de monta: o formato não-linear, e associativo do hipertexto incorporado no multimedia, o mundo a-preto-e-branco, estático e uni-sensorial que resultava da expressão escrita dando lugar a modos de representação multisensoriais. (Mitra e Cohen, 1998:180). Hoje a leitura de um texto contém em si, de um modo evidente, a sua remissão para, virtualmente, milhares de outros textos. Com o hipertexto há um apelo implícito à remissão, sendo que esta já não é uma simples referência mas pode ser um outro texto integral ou, segundo a noção de hipermedia, uma imagem ou um registo sonoro. No limite, podíamos imaginar um sistema de referências cruzadas que podiam quase apontar para a dissolução das fronteiras tradicionais entre artes e ofícios. Nesse sentido, há muitos autores que defendem o abandono dos sistemas conceptuais baseados em noções como centro, margem, hierarquia e linearidade, substituindo-os por nós, redes e conexões (Landow, 1992, 14). Qualquer texto concebido hipertextualmente inclui informação visual, sonora e outras formas de informação, abrindo todo um universo de possibilidades. Michael Heim imagina uma obra literária cujas notas de rodapé pudessem ser aberturas para sinfonias, filmes, anúncios e óperas com todos os vice-versa e combinatória de reversos possíveis (Heim, 1993, 89). De um outro modo, a ruptura da linearidade é susceptível de ser pensada dum modo em que o rodapé pode ser uma variável da história principal, o acrescento de elementos acessórios ao que se entende ser principal. As possibilidades metalinguísticas podem multiplicar-se, de tal modo que o texto pode virar-se sobre si próprio, assinalando os laços, as estruturas recorrentes e

as auto-referências. Do mesmo modo, o jornalismo na web (web-jornalismo) pode ser uma combinação de elementos multimídia, e de participação de leitores em tempo real, em que noções de relevância tidas como relativamente estabelecidas a propósito da pirâmide invertida ou dos critérios de noticiabilidade ou da função de agendamento parecem ganhar uma dificuldade acrescida. “(É) a notícia na Internet pode apresentar uma estrutura comum à de outros media, mas introduz a complexidade e, sobretudo, a aleatoriedade com o hipertexto aplicado à narrativa, que coloca nas mãos do leitor parte da construção do sentido de uma forma individualizada” (Bastos, 2000, 57). Com efeito, se o hipertexto é composto de textos relacionados entre si, sem que exista um eixo orientador da organização, cada utilizador do hipertexto faz dos seus interesses primordiais, o eixo orientador das suas escolhas. Basta para tanto, que as informações normalmente remetidas para o fim possam ser percorridas como as mais importantes. Cada acto de recepção de uma notícia podia determinar para cada leitor, uma estrutura de relevâncias diferente, pelo que, graças ao percurso que este sistema de relevância desencadeia, só um lead muito sumário iria sobreviver. Neste plano as tarefas do próprio profissional terão de sofrer alterações: o jornalista terá que escrever de forma não linear quando escreve um texto para ser publicado na Internet, principalmente quando se trata de um texto extenso. A leitura no computador é cansativa e os utilizadores não gostam de ler grandes conjuntos de texto. Por isso, as notícias mais extensas devem utilizar links ou hiperligações. Será o leitor a decidir as partes do texto que quer ler sem ter que seguir a ordem linear. Esta prática pressupõe uma nova forma de escrever e deve incentivar os jornalistas a investigarem a melhor forma de estruturação de textos on-line para permitirem ao utilizador uma boa e profícua leitura.

Neste sentido, há uma questão que desde logo vale a pena discutir: se o hipertexto e a interactividade se cruzam qual será o papel deixado à autoria no texto jornalístico? Poderemos falar de autoria colectiva?

Um elemento que merece uma análise cuidadosa é a celebríssima ideia de interactividade. Um dos mais importantes elementos da comunicação mediada por computador é a sua habilidade para permitir o diálogo de muitos com muitos e a sua capacidade para facilitar a comunicação entre grupos e indivíduos geograficamente dispersos. Os webdesigners têm ao seu dispor uma quantidade de tecnologias interactivas que incluem além de ligações com outras histórias, o contacto com jornalistas através de correio electrónico, chats, fóruns, informações biográficas sobre os colunistas, bases de dados e arquivos de áudio e vídeo. A acrescentar a estas possibilidades o peer-to-peer e o slashdot oferecem-se como oportunidades de ultrapassar a relação rígida e piramidal que alegadamente tem sido a relação dos media de massa com os seus leitores. Segundo Catarina Moura (2002), o conceito de peer-to-peer entende a partilha de recursos e serviços através de troca directa entre sistemas. O princípio foi aplicado ao jornalismo dando origem ao jornalismo open source. Indiciando desde logo uma mudança fundamental no jornalismo como é entendido e praticado, esta ideia tem vindo a concretizar-se em sites como o Slashdot (<http://slashdot.org>). Situado entre a webzine e o fórum, o Slashdot representa o que muitos consideram o início da era do jornalismo open source. (Moura, 2002.) O slashdot surge como uma forma de difusão de informação na NET, onde são cobertas histórias e ensaios inseridos pelos leitores. A equipa do slashdot introduz as histórias que serão editadas no site e é aberto um fórum de discussão onde os leitores podem participar em tempo real debatendo tema em análise. Assim, a participação do público na construção da notícia, seja através da sugestão de temas de reportagem, ou de informações sobre determinado assunto que o público faz chegar aos jornalistas, é cada vez mais fácil e também mais frequente. Logo que a notícia é publicada, o leitor pode apresentar os seus comentários seja sobre o assunto alvo de notícia, ou o próprio trabalho dos jornalistas (cfr. Barbosa, 2001). O Slashdot (<http://www.slashdot.org>) e outras páginas similares como Kuro5hin <http://www.kuro5hin.org> e Plastic

(<http://www.plastic.com>), obtiveram um sucesso bastante significativo. Com diferentes abordagens no que respeita ao controlo editorial, têm traços em comum. Em primeiro lugar, qualquer pessoa pode colocar um artigo. Em segundo lugar todos comentam os artigos. Finalmente o método de filtragem de artigos e de comentários baseiam-se em taxas de leitura. Além deste tipo de sites temos a recente invasão de blogs e de personal web logs que leva alguns a acreditarem que selfpublishing será o futuro da Net. Assim, como afirma Canavilhas (2000) citado por Barbosa (2001) “A notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria.”

A conjugação destes mecanismos pode traduzir-se numa vasta quantidade de consequências com implicações na apreciação clássica do jornalismo. As abordagens teóricas da mass communication research ainda são, na sua maioria, pensadas em função de formas do jornalismo tradicional. No que toca ao efeito de agenda, não é irrealista supôr-se que a sua fixação seja objecto de uma luta no qual intervêm outros agentes para além daqueles a quem, tradicionalmente, compete a redacção e edição final. No limite, o direito de resposta pode ganhar os contornos de uma acção colectiva. Quanto à análise da produção noticiosa alguns dos numerosos constrangimentos que nela intervêm poderão conhecer alterações substanciais. Desde uma até uma maior intervenção dos públicos, através do prolongamento da discussão nos fóruns disponíveis até à possibilidade dos leitores dinamizarem o direito de resposta de modo a exercer pressão em torno de um determinado interesse ou pretensão, abrem-se um conjunto de possibilidades que, eventualmente, poderão alterar rotinas e modos de tipificar próprios de cada medium.

A ideia de que a rede não tem centro tendo, antes, permanentemente, vários centros fere, restando ainda saber com que profundidade, a ideia de uma mensagem construída em função de uma percepção hierárquica da importância decrescente da informação. Ou seja, implica a relativização do formato tradicional

da pirâmide invertida, a qual, como é sobejamente conhecido, é a metáfora que traduz a representação clássica da notícia, construída precisamente segundo um método que traduz a ordem decrescente de importância dos factos relatados. As características do hipertexto já referidas (a organização em fragmentos, a possibilidade de o utilizador possuir uma relativa liberdade de escolha na relação entre esses fragmentos, a fluidez e riqueza das suas ligações) remetem para uma certa errância e ausência de linearidade. Finalmente, a possibilidade de introdução de imagem e de som reforça uma componente narrativa que pode fazer realçar os elementos mais directamente relacionados com os topos próprios dos géneros ligados ao espectáculo do que com as características clássicas atribuídas à notícia. Porém, nada impede que o hipertexto e a utilização de tecnologias multimedia não possam ser indutoras de processos onde se verifiquem um acréscimo de rigor e de aprofundamento. A possibilidade de ligação a bases de dados, a arquivos informatizados e a utilização de motores de busca podem também ser uma poderosa ferramenta no sentido de aumentar a contextualização, a quantidade de informação em background, a mobilização de dados adicionais e a possibilidade de procedimento por associações no sentido de escapar a uma rede de facticidade centrada no acontecimento em si. “Elementos como “arquivo”, “recursos” ou “material de referência” são vantagens óbvias de uma publicação digital, que pode alimentar-se do imenso e crescente capital informativo armazenado nas extensas bases de dados que se estendem em rede por todo o mundo. Em termos de conteúdo, essa vantagem traduz-se desde logo pela possibilidade de solidificar a informação publicada disponibilizando links que permitam ao leitor uma percepção muito mais aprofundada do assunto. Deste modo, o texto passa a ter vários níveis de leitura (“layers”, segundo M. Deuze), algo que o jornal tradicional não pode oferecer” (Moura, 2002).

Num certo sentido, o jornalista ganhará uma dimensão diferente na medida em que, na melhor das hipóteses, manterá características de gatekeeper num universo de maior complexidade. Se as-

sumir como sua a missão de imprimir uma certa racionalidade na produção e circulação de mensagens, então terá de se adaptar à gestão dos fluxos comunicacionais em dimensões de espaço e tempo completamente novas. O jornalista desempenhará então as funções de mediador público, tendo todavia que admitir-se que algumas das conclusões que os autores pós modernos adiantam em relação ao autor e às suas relações com o público e os leitores lhe possam ser aplicadas.. Em todos estes domínios questões como a ergonomia e a acessibilidade, em suma a arquitectura do texto, tornar-se-ão decisões editoriais que marcarão, de modo indelével, as opções seguidas por cada medium.

2. Críticas e suspeições

Depois de recenseadas as novidades trazidas pela CMC, importa introduzir um elemento de desconfiança. Todos estes conceitos - o de espaço público e o da sua relação com certos media que dinamizarão as suas possibilidades de intervenção cívica - merecem uma relativização e uma cautela que, no limite, não deixa espaço para respostas fixas e definitivas.

A conversação que flui na NET e a relação entre espaço público, comunidades virtuais e jornalismo afigura-se mais problemática do que parece. No que respeita à ideologia neo-iluminista que perpassa pela NET ela é já hoje objecto de uma reflexão crítica que relativiza algumas das suas possibilidades e identifica a incubação desta ideologia num espaço capitalista centralizador que só aparentemente acolhe a diversidade. Para Herbert Schiller, um dos mais importantes autores que navega nestas águas, citado por Tânia Soares (1999), “o reconhecimento da existência de um novo tipo de sociedade assente no valor da comunicação e da informação não é necessariamente benéfico”. Schiller vê os imperativos da economia de mercado a reforçarem o seu determinismo nas transformações ocorridas nas esferas tecnológica e informacional. Na verdade, “o tipo de sociedade que fomenta as transformações nas áreas da informação e da comunicação é a sociedade do capitalismo corporativo norte-americano, ou seja, o capital-

ismo contemporâneo é dominado pelas grandes oligopólios concentrados nas instituições corporativas que comandam a economia e a sociedade a nível nacional e internacional”. Esta realidade é oculta por conceitos fetiches que visam fazer esquecer os mecanismos inerentes ao modelo de desenvolvimento em que se funda a sociedade da informação: ‘A batalha pelo acesso às tecnologias de informação e comunicação surge assim no discurso político enquanto nova bandeira do progresso, fazendo-nos por vezes lembrar - não sem uma certa comicidade anacrónica, os famosos slogans da revolução russa em que progresso era associado à fórmula “Sovietes+Electricidade=Progresso”, substituídos agora pela ideia de “Democracia+Internet=Progresso”. Segundo Cardoso (1999) o discurso tecnocultural é um tipo de discurso que poderemos situar numa perspectiva da História das Tecnologias, vendo o mundo enquanto fruto da sucessão de tecnologias desligadas do contexto social onde as mesmas nascem e actuam, onde se focam os potenciais existentes nestas tecnologias mas não se faz referência às suas limitações.

No que respeita às comunidades virtuais, Ed Schwartz (1994) sustenta que as chamadas serviram apenas para adicionar o mecanismo final necessário para assegurar de que nunca falaremos sobre nada com os nossos amigos próximos e com a família directa. Numa palavra a comunidade global, ligada por computadores, substitui as comunidades onde vivemos. (Schwartz, 1994). O papel desempenhado pelas comunidades virtuais no eventual desenvolvimento de um espaço público é sobretudo um papel de catarse, de substituto do verdadeiro sentido de comunidade e de participação. (Fernback and Thompson, 1995). Finalmente os traços encontrados nos elementos respeitantes ao jornalismo - velocidade e abundância de informação, personalização, interactividade - operam de acordo com um princípio solidamente entrincheirado na retórica das utopias interactivas: quanto mais informação melhor. O objectivo de grande parte dos sites acima mencionados é tornar o último bit de informação relevante para a

comunicação e deliberação política na perspectiva de que ele produza uma cidadania mais bem informado. A verdade é que, desde logo não existe evidência de que a disponibilização de uma maior quantidade de informação produza melhores cidadãos. Alguns estudos e possibilidades teóricas apontam mesmo para o contrário. Com efeito, parece ser possível relançar a hipótese levantada por Robert King Merton e Paul Lazarsfeld, em 1948 em “Comunicação, Gosto Pessoal e Acção social organizada” a propósito da rádio e estendê-la ao jornalismo on line. A hipótese de Merton e Lazarsfeld consistia na existência de uma disfunção narcotizante da comunicação a qual se traduz no facto de as audiências se enganarem acerca da sua participação cívica, pensando que, pelo facto de estarem informadas, estarem politicamente intervenientes (Merton e Lazarsfeld, 1987). No limite, graças a esta disfunção, podia haver uma relação inversa entre o aumento da informação e o aumento da participação cívica. A superabundância de volume noticioso que circula na NET dá origem a uma corrente teórica segundo a qual quanto mais quantidade de informação existe, menos sentido e compreensão se obtém acerca dos factos relatados. Esta corrente expressa-se em termos como “data smog” de Shenk (1997) e “garbage information” de Herbert Schiller (1976). A questão que se coloca é de saber se esta presença de informação abundante quase fornecida em tempo real não é uma causa possível de crises de mediação que se traduzem na ausência de um distanciamento crítico, de uma conferência exaustiva dos factos e da ausência de comentário. Nesse sentido para Katz , “chegar mais perto parece significar ver menos e a combinação de notícias instantâneas e ausência de análise mina o jornalismo crítico.” (Katz, 1992, 12). Ora, é evidente que o jornalismo on-line, seja ele complementar, seja ele produzido directamente para a Internet, reforça esta aceleração na distribuição momentânea de notícias. Como faz questão de sublinhar Sylvia Moretzsohn (2002) depois da velha ideia de que o público tem o “direito de saber” para poder tomar suas decisões, sugere-se que o público “precisa saber” cada vez mais rápido, porque esse é o

ritmo do mundo. A qualidade é aí identificada com a rapidez na transmissão da informação.

Na tese de Mestrado de Moretzsohn, cuja sinopse está disponível na BOCC, pretende-se demonstrar a hipótese de que a velocidade é um fetiche, no sentido marxista, segundo o qual o produto do trabalho, tão logo assume a forma de mercadoria, passa a ter “vida própria”, a valer por si, escondendo a relação social que lhe deu origem. No jornalismo, a velocidade passa a ser o principal “valor notícia”: antes de tudo, importa chegar na frente do concorrente, e alimentar o sistema com dados novos, num continuum vertiginoso a pautar o trabalho nas grandes redacções, que, além dos tradicionais produtos impressos diários, oferecem simultaneamente serviços de informação em “tempo real”. Esta questão já fora posta com pertinência por João Almeida Santos a propósito do fenómeno do zapping que tem semelhanças com o surfing que praticamos na NET. De facto, a velocidade de circulação de informação aliada ao hipertexto gera a “ânsia de tudo ver e saber ao mesmo tempo. Mas sem critérios, sem hierarquia, sem programação. Simplesmente, ver.” (Santos, 2000, 16). Conhecer o real implica um esforço reflexivo e uma grelha conceptual: o homo ciberneticus conta muitas imagens, muitas opiniões, muitos factos, muitos fragmentos de cultura, muitos fragmentos de saber. Só que este é um contacto muitas vezes caótico. O excesso de informação anestesia, produz efeitos de habituação. Anula. Tal como a aceleração excessiva tende a produzir cegueira e esquecimento. O que sobra em aceleração e abundância falta em distanciamento crítico, pausa reflexiva, em exercício analítico e em memória. (cfr. Santos, 2002, 22; 42).

Do mesmo modo, não é claro que a personalização e a interactividade se traduzam necessariamente numa vantajosa dinamização da cidadania. Para muitos, enquanto os jornais de ontem serviram para integrar as comunidades nacionais, os jornais futuros, tão personalizados quanto Negropont sonha, servirão para integrar especialmente comunidades de consumidores, já que tais média servirão essencialmente para os anunciantes e os fornece-

dores de conteúdos desenvolverem informação direccionada em função dos seus interesses comerciais. Os indivíduos isolam-se do mundo que os rodeia. De certo modo, cada um constrói a sua prisão informativa. Deste modo, diversos autores têm vindo a preocupar-se com o que classificam de casulagem de massa e autismo em linha (Rheingold, 1993), referindo-se deste modo a uma percepção contextualizada do mundo onde a capacidade de selecção e a comunidade interpretativa se reduzem à presença de uma única pessoa. Negar-se-iam as chaves necessárias à compreensão de uma realidade que não é apenas virtual, transformar-se-iam as relevâncias complexas que estruturam o mundo da vida em função das relevâncias consideravelmente mais empobrecidas que resultam dos interesses imediatos de cada um.

3. O espaço público mediatizado

A resposta a estas dúvidas só pode ser encontrada, pensando num modo diverso de espaço público e das suas relações com a CMC. Hoje, a esfera pública é mais complexa e multifacetada, tornando-se a arena privilegiada de uma luta simbólica pela definição das realidades sociais. Por outro lado, o funcionamento das novas formas de cidadania e, conseqüentemente, os resultados desta luta simbólica estão cada vez mais relacionados com os media, sendo que a opinião pública não tem necessariamente de se fazer apesar da presença dos media, mas com recurso a eles (Katz, 1995, 85-87). A dinamização de uma instância independente das lógicas do poder e da economia exige a presença de uma sociedade civil que é cada vez mais uma sociedade de comunicação. Esta noção implica assumir que muitos dos conflitos que se desenvolvem na sociedade ocidental já não são apenas dependentes apenas das esferas de reprodução material, mobilizando-se também em torno das questões relacionadas com a reprodução cultural, pela socialização e pelos direitos individuais. O jornalismo feito na Web corresponde decerto às necessidades levantadas por muitas destas transformações. A sua lógica participada pode corresponder ao carácter mais fragmentado e pluralista do espaço

público contemporâneo. Porém, também pode corresponder à indução de uma entropia que desafia a ideia de deliberação racional. Como assinala Luís Nogueira (2002) o jornalismo é uma das formas de tratar, organizar e difundir informação, pelo que “tem as suas regras, constrangimentos e objectivos específicos. Tem uma morfologia, uma linguagem, uma ética e se quisermos uma epistemologia própria. Tem os seus esquemas de funcionamento. O que o OSJ (Open Source Journalism) vem fazer é instabilizar esse edifício que desde há dois ou três séculos tem vindo a ser construído. Isto porque toda a informação precisa de constrangimentos, regras, formas, porque, se quisermos arriscar uma caracterização, toda ela é narrativa, toda ela conta histórias, carece de um início e um fim, elementos de um código sem os quais só a entropia pode prevalecer (É)É por isso necessário impor níveis e limites na proliferação do hipertexto, enformar as suas matérias, senão algo como a infinidade do comentário do comentário do comentário surge no fluxo ininterrupto do discurso e da informação - o que no limite deixa adivinhar a impotência de qualquer hermenêutica ou consenso”(Luís Carlos Nogueira, 2002).

Esta observação conduz-nos necessariamente à questão: que configurações poderá ter o jornalismo na WEB que lhe permita continuar a considerar-se como jornalismo, sem se dissolver em formas comunitárias completamente entrópicas donde esteja arredia qualquer mediação e que por isso se traduzam na circulação de informação que passa a uma velocidade exponencial, sem critério, sem escolha, inundando o potencial consumidor com dados cuja hierarquia de importância e cujo critério de escolha desapareceram?

a) Desde logo, o jornalismo poderá retomar pelo menos alguns dos seus aspectos enquanto jornalismo de causas. Não é por caso que os entusiastas dos logs e web logs consideram o self publishing o futuro da Internet: ou seja, haverá, de certo modo, um regresso ao publicismo e ao jornalismo de opinião. O século XIX terminou, graças à publicidade, com o jornalismo de opinião. Sur-

giram um conjunto de géneros (a notícia, a reportagem), que implicaram a formação de normas organizacionais, convenções narrativas, modelos de gestão industrial e o aparecimento de profissionais especializados. O advento deste modo de jornalismo, à qual não pode deixar de estar associada a ideia nova de objectividade, matou o jornalismo de opinião, o publicismo de que falava Tarde. A industrialização do jornalismo criou, não tenho dúvidas, as condições para que a notícia se tornasse uma mercadoria e Simmel melhor do que ninguém já compreendia no século XIX como o dinheiro criava desenraizamento e descontextualização. O jornalismo on-line pode, pelas condições técnicas de que já falamos anteriormente, dar origem a uma nova forma de jornalismo, ligado aos movimentos sociais, à democratização e à afirmação cívica das comunidades, que alguns chamam de jornalismo cívico mas ao qual eu gostaria de chamar jornalismo comunitário. Proliferaram, copiosamente, exemplos de utilização da Net para lutas políticas, como sucede com o exemplo bem conhecido do movimento zapatista, de uso de BBSs em Tienanmen e nos movimentos da sociedade civil que originaram a queda dos regimes integrados no Pacto de Varsóvia, da exposição pública na rede, por parte de organizações sindicais, das condições de trabalho verificadas nos mais diversos países, originando o boicote de produtos realizados com trabalho infantil e sobre-explorado, etc. As coligações políticas empreendidas durante 1999 para impedir a realização da reunião da Organização de Comércio Livre em Seattle ou o recente recurso de dois activistas ingleses à Internet para o lançamento de uma campanha contra a McDonald's, acusando-a de envolvimento no extermínio de espécies animais e de atentados à saúde pública - um tema típico das novas agendas - já deram provas das potencialidades ainda inexploradas dos novos media. Neste último caso, o website criado para o efeito (<http://www.envirolink.org/mcspotlight/home.html>) foi acedido cerca de doze milhões de vezes e deu origem a uma cooperação com media tradicionais na investigação jornalística. Uma análise da história da imprensa radical, começando com os

panfletários dos sucessivos períodos revolucionários, demonstra que, apesar do seu formato reduzido e da sua ausência quase generalizada das histórias do jornalismo, os media alternativos (Downing, 1995, 240) desempenharam papéis significativos na história das respectivas comunidades políticas, designadamente dando voz a perspectivas centradas na defesa dos direitos humanos e das minorias: abolicionistas, feministas, defensores dos direitos civis, etc. Hoje, muitas destas possibilidades são exploradas ao nível dos novos media: as *Boston Gazette* e *Père Duchaise* de hoje circulam, muitas das vezes, no *World Wide Web*. Com efeito, devemos admitir que as novas configurações do capitalismo têm uma relação profunda com a dimensão simbólica e comunicacional mas os utilizadores da Internet não são meros consumidores e produtores de informação mas seres eminentemente sociais que como tal procuram também, através do uso dos serviços telemáticos, pertencer a um grupo, afirmar as suas convicções políticas, culturais, religiosas, etc., bem como, apoio para as suas dificuldades pessoais ou grupais (exemplo, *Comunidade Virtual Well*) (Rheingold, 1993,). Nessa medida parece-nos altamente significativo o seguinte comentário a propósito do open source journalism: “permite que várias pessoas (que não apenas os jornalistas) escrevam e, sem a castração da imparcialidade, dêem a sua opinião, impedindo assim a proliferação de um pensamento único, como o pode ser aquele difundido pela maioria dos jornais, cuja objectividade e imparcialidade são muitas vezes máscaras de um qualquer ponto de vista que serve interesses mais particulares que apenas o de informar com honestidade e isenção o público que os lê.” (Moura, 2002)

b) Na forma de jornalismo comunitário que defendo tem que haver lugar para a mediação e para a imposição de uma distância que impeça o domínio das turbonotícias e a proliferação exponencial da quantidade de informação relacionável. Em vez da fluência caótica das comunidades, o jornalismo comunitário, uma das formas possíveis de jornalismo na NET terá que conter o exercício

de um mínimo de mediação que permita o estabelecimento profissionalizado de formas de gatekeeping, necessariamente diferentes das tradicionais mas que impliquem, pelo menos, a existência de opções no que respeita à relevância relativa dos dados e das informações. Os mediadores serão responsáveis pela existência de um certo grau de tematização, ou seja de selecção dos temas considerados relevantes para a comunidade criada em volta do medium e para a comunidade em que este se insere. Isso não impede a abertura à comunidade, pelo contrário. Só que em vez do modelo anárquico e lúdico do chat ou do MUD teremos o modelo de uma comunidade organizada em torno de temas com um grau de especialização ou de generalização que vai depender da opção editorial tomada a priori pelos responsáveis pela edição do material informativo. Estes por sua vez, deparar-se-ão com a interactividade graças ao qual os seus critérios podem ser postos em causa e substituídos. Nas possibilidades levantadas pelo hipertexto, tal como hoje já se faz, existirá uma tematização prévia que mais uma vez depende de opções que continuam a ser opções editoriais: os hiperlinks visíveis poderão ganhar maior ou menor visibilidade em função de uma ordem crescente da importância e da relevância julgadas adequadas pelos editores e pelos gatekeepers nos quais é delegada a aplicação dos critérios editoriais de escolha. Os leitores poderão participar de uma forma activa podendo mesmo ser responsáveis pela colocação de mensagens ou de notícias num estilo que segue o modelo do slashdot ou do jornalismo organizado segundo o modelo do peer-to-peer. Porém, as opções editoriais terão que definir a exigência de uma responsabilidade ética ao leitor/participante que será obrigado a indicar um número mínimo de fontes explicitamente citadas de forma a serem reconhecíveis e identificáveis como condição única e mínima para participarem na elaboração colectiva do material informativo. “A recolha de informação pode ser feita das mais variadas formas através da Internet, desde a vulgar consulta à participação em fóruns e chats. Para evitar que a sua conduta seja posta em causa, o jornalista deve citar todas as fontes de onde retirou a

informação utilizada no seu artigo e identificar-se sempre que se encontre num chat com o propósito de recolher material.” (Moura, 2002)

Já no caso de material vincadamente opinativo, o único critério aplicável será a obediência à temática definida. Finalmente, terão que se encontrar formas - decerto mais fáceis de estudar no âmbito da Comunicação Mediada por Computador - de os leitores poderem intervir de forma organizada na correcção e substituição de critérios de gatekeeping ou até de evitarem que os critérios editoriais se tornem tão rígidos que na prática se tornem obsoletos. No limite, os responsáveis editoriais serão de certa forma representantes da comunidade dos leitores. Esta preocupação com a existência de uma mediação articulada com uma certa democraticidade na selecção dos gatekeepers surge na filosofia slashdot: se o artigo for considerado relevante e apelativo, será escolhido e publicado por um dos editores do slashdot. que, diariamente, seleccionam entre os artigos submetidos aqueles que preencherão o site. Segue-se uma longuíssima troca de comentários que também são seleccionados por moderadores. Porém, respondendo à questão acerca de saber quem selecciona, importa acrescentar que os moderadores são escolhidos pelo sistema entre os utilizadores mais assíduos e com uma contribuição mais positiva.

O estatuto de moderador é temporário, de modo a salvaguardar a pluralidade de ideias que caracteriza o site. (Moura, 2002).

c) Provavelmente, este registo em que a abertura à causa e à opinião dos públicos é balanceada pela existência de uma tematização, de uma ética e de formas de mediação mínimas, poderá dar origem a um eventual novo formato jornalístico: em vez do jornal, a comunidade noticiosa, hipermediática, centrada em causas ou temas que constituem a razão de ser da sua existência, extremamente aberta à participação dos públicos que podem mesmo participar na elaboração do material editado, mas com critérios que têm a ver com a própria razão de ser da comunidade noticiosa. Como afirmou Tocqueville (1990), sem jornais não há actividade

comum:: o jornal, conseqüentemente, representa uma associação, mais ou menos restrita que é composta pelos seus leitores habituais.

Nesse sentido, a comunidade noticiosa é uma associação da sociedade civil que explora algumas potencialidades do jornalismo que foram esquecidas e inibidas pelo modelo clássico da “comunicação de massa”. Nesse sentido, é jornalismo. É uma forma nova de jornalismo.

Bibliografia

- Ackerman, B. (1989). *Why dialogue?* Journal of Philosophy, 86, 5-22
- Anderson, B. (1991). *Imagined communities*. New York: Verso
- Arendt, Hannah (1986), *The human condition*, Chicago, Chicago University Press
- Baym, N. (1996). *Agreements and disagreements in computer mediated discussion*. in Research on Language and Social Interaction, 29(4), 315- 345
- Barbosa, Elizabete (2001) *Interactividade: A grande promessa do Jornalismo On-line*, Universidade do Minho, acedido através de www.bocc.ubi.pt
- Benhabib, S. (1992). *Models of public space* in Craig Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT
- Blumer, H. (1948). *Public opinion and opinion polling* in American Sociological Review, 13
- Bonchek, M. (1997). *From broadcast to netcast: The internet and the flow of political information*. Doctoral Dissertation. Department of Political Economy and Government, Harvard University
- Boyle A. (1998, 3 April). *The web's bigger than you think* Disponível na Net em <http://www.msnbc.com/> ..
- Calhoun, C. (1992). *Introduction* in Craig Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT. 1-51
- Canavilhas, João (2001) *Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web* , UBI, texto acedido através de www.bocc.ubi.pt

- Cardoso, Gustavo (1999) *À sombra da comunicação e da informação*, ISCTE, acedido em www.bocc.ubi.pt
- Carey, J. (1989). *Space, time and communication: a tribute to Harold Innis*. in *Communication as Culture*. New York: Routledge
- Carey, J. (1995). *The press, public opinion, and public discourse*. in T. Glasser and C. Salmon (Eds.) *Public opinion and the communication of consent*. New York: Guilford. 373-403
- Cooke, P. (1990). *Back to the Future*. London: Unwin-Hyman
- Cooley, C. H. (1983). *Social Organization: A Study of the Larger Mind*. New Brunswick, NJ: Transaction Books
- Correia, João Carlos, *Jornalismo e espaço público*, Covilhã, UBI, 1988
- Curran, J. e Liebes, T. (Eds.) (1988) *The intellectual legacy of Elihu Katz*, in J. Curran e T. Liebes, *Media, ritual and identity*, Londres, Routledge
- Dewey, J. (1927). *The public and its problems*. London: Allen and Unwin
- Downing, J *Alternative media and the Boston tea party* in Downing, J., Mohammadi, A. e Sreberny -Mohammadi, A., *Questioning the media: a critical introduction*, Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications
- Edelman, M. (1985). *The symbolic uses of politics*. Urbana: University of Illinois Press
- Entman, R.M. (1989). *Democracy without citizens*. New York: Oxford University Press
- Elshtain, J. B. (1995). *Democracy on Trial*. New York: Basic
- Fenchurch, R. (1994). *Networked wonderland*. *Demos Quarterly*, 4
- Fernback, Jan e Thompson, Brad, *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?* 1995
- Fisher, B., Margolis, M. and Resnick, D. (1994). *A new way of talking politics*. Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association.
- Fraser, N. (1992). *Rethinking the public sphere* in Craig Calhoun

- (Ed.), Habermas and the public sphere. Cambridge: MIT.
- Gouldner, A. (1976). *The dialectic of ideology and technology*. New York: Continuum.
- Garnham, N. (1992). *The media and the public sphere* In C. Calhoun (Ed.), Habermas and the Public Sphere Cambridge, MA: MIT Press.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*. Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1985). *A nova opacidade: a crise do Estado-providência e o esgotamento das energias utópicas* in Revista de Comunicação e Linguagens, nº 2, Espaço Público, Lisboa, Afrontamento.
- Habermas, J. (1982). *A transformação estrutural da esfera pública*, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.
- Habermas, J. (1991). *The public sphere*. in C. Mukerji and M. Schudson (Eds.), Rethinking popular culture. Berkeley, University of California Press.
- Habermas, J. (1996). *Between facts and norms*. Cambridge: MIT.
- Heim, Michael, (1993) *The metaphysics of virtual reality*, Oxford, Oxford University Press.
- Hacker, K. (1996). *Missing links in the evolution of electronic democratization*. in Media, Culture, and Society, 18, 213-232.
- Hafner, K. and Lyon, M. (1996). *Where Wizards Stay Up Late* New York: Simon & Schuster.
- Hill, K. and Hughes, J. (1997). *Computer-mediated political communication: Usenet and political communities* in Political Communication. 14(1), 3-27.
- Hinckley, B. (1990). *The symbolic presidency*. New York: Routledge.
- Jones, Steve, (1999) *Studying the Net* in Steve Jones (Org.), Doing Internet Research, Thousand Oaks, London and New Delhi.
- Katz, E. (1992). *On parenting a paradigm: Gabriel Tarde's agenda for opinion and communication research* in International Journal of Public Opinion Research, 4, 80-85.
- Katz, E. (1992). *The end of journalism? Notes on watching the war*. in Journal of Communication, 42(4), 5-14.
- Katz E. (1995). *La Investigación en la comunicación desde Lazars-*

- feld* in Jean-Marc Férry, Dominique Wolton et al, *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.
- Katz, E. (1996). *Mass media and participatory democracy* in Middle Tennessee Studies in Free Expression and Journalism, 1.
- Katz, J. (1997). *Media rants*. San Francisco: Hardwired.
- Keane, J. (1984). *Public life and late capitalism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kim, J. (1997). *On the interactions of news media, interpersonal communication, opinion formation, and participation*. Doctoral dissertation, Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania.
- Krol, E. (1992). *The Whole Internet: User's Guide & Catalog*. Sebastopol, CA: O'Reilly & Associates.
- Kumar, K. (1988). *The Rise of Modern Society: Aspects of the Social and Political Development of the West*. Oxford: Basil Blackwell.
- Landlow, George P. (1992) *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, Hopkins UP
- Lasch, C. (1995). *The Revolt of the Elites and the Betrayal of Democracy*. New York: W. W. Norton and Company
- Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1987). *Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada* in Cohn, Gabriel (org.), *Comunicação e Indústria Cultural*, São Paulo, T.A. Queiroz.
- Liszt directory (1998, April). *Mailing lists, newsgroups, and IRC channels indexed by Liszt*. Available via the World Wide Web at <http://www.liszt.com/> .
- Ludlow; Peter (1996) *High Noon on the Electronic Frontier: Conceptual Issues in Cyberspace*, MIT Press.
- Luke, T. (1993). *Community and ecology*. In S. Walker (Ed.), *Changing Community: The Graywolf Annual Ten.*, St. Paul, MN: Graywolf Press.
- MacKinnon, R. (1995). *Searching for the leviathan in Usenet*. in S. Jones, *Cybersociety*, 112-138.
- Marriot, M. (1998, 8 March). *Internet unleashing a dialogue on race*. in *The New York Times*.

- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press
- Mills, C. W. (1959). *The Sociological Imagination*. New York: Grove Press.
- Mitra, A. and Cohen, E. (1998). *Analyzing the Web: Directions and Challenges*. In (Ed. Steve Jones), *Doing Internet Research*. Newbury Park, CA: SAGE.
- Moura, Catarina (2002), *O Jornalismo na era slashdot*, Universidade da Beira Interior, texto acedido através de www.bocc.ubi.pt
- Mumford, L. (1964). *The Pentagon of Power*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Mumford, L. (1966). *Technics and Human Development*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Murphy, D.J. (1994). *Computer-mediated communication in the aerospace industry*. Doctoral Dissertation, Rensselaer Polytechnic Institute.
- Negroponte (1995). *Being digital*. New York: Vinatage.
- Negt, O. and Kluge, A. (1993). *Public sphere and experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Nielson, T. (1990). *Jurgen Habermas: Morality, society, and ethics*. in *Acta Sociologica*, 33(2), 93-114.
- Nogueira, Luís Carlos (2002), *Slashdot, comunidade de palavra*, UBI, Texto acedido através de www.bocc.ubi.pt
- Oakeshott, M. (1962). *The voice of poetry in the conversation of mankind*. in M. Oakeshott, *Rationalism in politics*. New York: Basic Books
- Oldenburg, R. (1991). *The great good places*. New York: Paragon.
- Outing, S. (1998, 8 April). *Newspaper site pulls plug on unruly discussion forums*. in *E&P Interactive*.
- Page, B. (1996). *Who deliberates?: Mass media in modern democracy*. Chicago: University of Chicago.
- Paulson, L. (1996, 8 February). *Cyberspace protests darkens internet*. UPI Domestic News.

- Peters, J. (1993). *Distrust of representation: Habermas and the public sphere*. in *Media, Culture and Society*, 15, 541-571.
- Pomerantz, A. (1984). *Agreeing and disagreeing with assessments*. in J.M. Atkinson and J. Heritage (Eds.), *Structures of social action*. Cambridge: Cambridge University Press. 57-101.
- Postman, N. (1992). *Technopoly*. New York: Vintage.
- Price, V. (1992). *Public opinion*. Newbury Park: Sage.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley
- Schiller, H. (1976). *Communication and cultural domination*. White Plains, NY: Pantheon Books.
- Schneider, S. (1996). *Creating a democratic public sphere through political discussion*. in *Social Science Computer Review*, 14(4), 373-393.
- Schudson, M. (1997). *Why conversation is not the soul of democracy* in *Critical Studies in Mass Communication*, 14, no. 4, 297-309.
- Shenk, D. (1997). *Data smog*. San Francisco: Harper Collins.
- Soares, Tânia de Moraes (1999), *A Imperialização da Cultur@: Uma Introdução ao Estudo da Obra de Herbert Schiller*, ISCTE, acessado em www.bocc.ubi.pt
- Spier, H. (1950). *Historical development of public opinion*. in *American Journal of Sociology*, (Jan.), 376-388.
- Tarde, G. (1898). *L'opinion et la Foule*. Paris: Alcan.
- Tocqueville, A. (1990). *Democracy in America*. (Vol. 2). (P. Bradley, Ed.). New York: Vintage Books. (Original work published in 1840.)
- Turkle, Sherry (1985), *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, Touchstone paper.
- Verba, S. and Nie, N. (1972). *Participation in America: political democracy and social equality*. NY: Harper & Row.
- Warner, M. (1992). *The mass public and the mass subject*. in C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere*. Cambridge.
- Wellman, B., & Gulia, M. (1999). *Virtual communities as communities: Net surfers don't ride alone*. In M. A. Smith & P. Kollock (Eds.), *Communities in cyberspace* London: Routledge.

Wellmann B. (1999) *Networks in the Global Village*, Westview Press.

Webster, F. (1995). *Theories of the information society*. New York: Routledge.

Wolton, Dominique (1995), *As contradições do espaço público mediatizado* in *Revista de Comunicação e Linguagens* n.ºs 21-22, Comunicação e Política, Lisboa, Cosmos