

Jornalismo e a nova era da internet: perspectivas da informação na Web 3.0¹

Raí Gabriel de Castro Gomes²
Universidade Federal de Juiz de Fora

RESUMO

O surgimento da Web, no início dos anos 90, modificou profundamente as formas de produção e distribuição das notícias. A partir de sua afiliação à era da internet, o jornalismo passou a experimentar desafios relacionados à criação e/ou à conformação de seus conteúdos aos formatos e às linguagens emergentes do ciberespaço. Assim, entre a incipiência da *Web 1.0* e o *boom* interativo da *Web 2.0*, estabeleceram-se todas as faces assumidas pelo webjornalismo até os dias atuais. Quais expressões, porém, deverá ter o webjornalismo a partir da nova era da internet? Este trabalho propõe, a partir de uma revisão bibliográfica e de uma pesquisa documental, sistematizar as perspectivas do jornalismo na *Web 3.0*, conjugando as definições deste conceito, suas particularidades e suas potencialidades.

PALAVRAS-CHAVE: internet; webjornalismo; cibercultura; *Web 3.0*; *Web Semântica*

O desenvolvimento das potencialidades da internet, desde seu início como recurso comercial até o presente momento, pode ser esclarecido na divisão dessa trajetória em três fases distintas: *Web 1.0*, marcada pela conexão de informações; *Web 2.0*, caracterizada pelas interações entre pessoas; e *Web 3.0*, a fase das conexões de conhecimento.

Inicialmente, surgiu uma *web* que viabilizou a disseminação em massa de conteúdo informativo, porém com um caráter mais estático. Na segunda etapa, os recursos online permitiram aos usuários interagir e criar conteúdo. Atualmente, observa-se uma transição da *Web 2.0* para uma nova fase, a *Web 3.0* — também denominada *Web Semântica* —, caracterizada por ser um ambiente mais dinâmico e colaborativo. Nesse contexto, a *Web 3.0* incorpora o uso de aplicativos em dispositivos móveis e uma atenção especial à semântica, permitindo a personalização das informações de acordo com o perfil do usuário que as busca.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação e suas interdisciplinaridades, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

² Bacharel em Jornalismo, mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), membro do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA), email: raidecastro9@gmail.com.

Os avanços da internet e da *Web 2.0*, que introduziram a interatividade, também levantaram novas questões sobre o papel do jornalista, uma vez que qualquer usuário *online* podia tanto consumir como produzir informação e entretenimento, um fenômeno chamado por Jenkins (2006) de “prossumidor”³. Na transição da primeira fase do jornalismo digital (em que, na *web*, era apenas reproduzido o conteúdo da imprensa) para o modelo do *webjornalismo* (produção específica para o ambiente *online*), também foi notável um avanço qualitativo na relação entre jornalismo e a audiência.

A questão central aqui é: quais expressões deverá ter o *webjornalismo* a partir da nova era da internet, ou seja, da *Web 3.0*? Este trabalho propõe, a partir de uma revisão bibliográfica e de uma pesquisa documental, sistematizar as perspectivas do jornalismo na *Web 3.0*, conjugando as definições deste conceito, suas particularidades e suas potencialidades.

Para compreender o atual contexto da internet, nesta pesquisa esquematizamos também um panorama da evolução da *Web*, que engloba os acontecimentos do passado e as implicações que contribuíram para a construção do que se tem hoje como a rede mundial de computadores.

A internet, a partir de seu desenvolvimento complexo — sendo, ao mesmo, tempo, uma ferramenta global de compartilhamento de informações e um mecanismo de colaboração entre computadores e seres humanos — revolucionou a relação entre os homens e entre o homem e máquina.

Com a finalidade primária se servir como instrumento de guerra, a internet cumpriu seu papel militar, mas tomou posteriormente um rumo irrestrito. A partir de sua popularização e comercialização, tomou centralidade na vida da sociedade civil. Inicialmente, baseava-se na conexão entre computadores apenas em universidades e laboratórios científicos e tinha um funcionamento muito complexo. A história mudou em 1989, com a criação da *World Wide Web*.

No começo, a internet conectava computadores apenas em universidades e laboratórios científicos, e era muito difícil de ser utilizada. Para encontrar uma informação, você deveria saber onde ela estava, e também saber exatamente quais instruções corretas usar do computador para enviar a informação ao seu computador. Isso tudo mudou em 1989,

³ Tradução nossa para o neologismo inglês “prosumer”, que provém da junção de produtor + consumidor. Este neologismo, criado por Alvin Toffler (1980) e adotado por Jenkins (2006), explora a ideia de que, à medida que a sociedade avança para a era pós-industrial, o produtor e o consumidor tendem a se fundir.

quando o cientista britânico Tim Berners-Lee inventou a World Wide Web. Esta nova ferramenta facilitou muito o acesso às informações na internet. (GRAHAM, 2009, p. 28)

Os termos *Web 1.0*, *Web 2.0* e o mais recente, *Web 3.0*, são empregados para representar a evolução da World Wide Web ao longo do tempo. Em 2004, durante a “Web 2.0 Conference”, realizada nos Estados Unidos, Tim O’Reilly introduziu o conceito de *Web 2.0*, fato que deu origem a questionamentos sobre quais avanços a segunda fase da internet — conhecida como *Web 2.0* — trazia em relação à primeira fase, a *Web 1.0*. Isso levantou discussões sobre as distinções entre essas duas fases da internet.

A *Web 1.0* se destacava pela quantidade de informações disponíveis e pela presença de alguns *hiperlinks*. No entanto, carecia da capacidade de interatividade, oferecendo principalmente um espaço de leitura onde a troca de *e-mails* entre os usuários era o máximo de interação possível.

Nesse ambiente da internet, muitas empresas lutaram para sobreviver, já que a falta de interação com seu público resultava em insatisfação e ineficiência nos serviços oferecidos.

Após o *boom* dos sites “pontocom”, a segunda fase da internet surgiu para proporcionar uma experiência mais interativa e dinâmica. Os antigos padrões foram substituídos por personalização, permitindo aos usuários se envolverem de maneira mais ativa na troca de informações.

Lévy (2010) denominou essa fase como “computação social” ou *Web 2.0*, destacando que nessa época a criação e organização de conteúdo eram realizadas pelos próprios usuários. Segundo o autor,

A computação social constrói e compartilha de forma colaborativa as memórias numéricas coletivas em escala mundial, quer se trate de fotografias, de vídeos, de música, de favoritos da web ou então de conhecimentos enciclopédicos [...] Uma incontável quantidade de cadernetas pessoais – os blogs – apresenta sem complexos as ideias, as opiniões, as fotografias e os vídeos de seus autores na nova esfera pública mundial. (LEMOS & LÉVY, 2010, p. 11)

Os tradicionais papéis de consumidores, produtores, editores e gerentes têm agora um caráter fluido, eliminando as distinções rígidas entre os usuários da internet. A essência da *Web 2.0* reside em capacitar os usuários a transcender a posição de meros observadores e a se tornarem elementos ativos na construção coletiva de conhecimento, fazendo essencialmente parte do processo.

As características da *Web 2.0* tiveram um efeito transformador, resultando em uma internet participativa. No entanto, essa participação também trouxe consigo o desafio de lidar com um volume excessivo de informações — dentre as quais, algumas podem não ser tão relevantes ou úteis.

É aparente que muitos dos conceitos na era da *Web 2.0* não são fundamentalmente novos. Eles são basicamente progressões do modelo de experimentação e aprendizado pelos quais os projetos da internet passaram nas últimas décadas. Na realidade, é a intersecção desses conceitos, quando aplicados de maneira coordenada, que capacita o verdadeiro potencial da *Web 2.0*.

Agora, novas ideias, tecnologias e serviços estão começando a emergir, apontando possivelmente em direção a uma *Web 3.0* — também denominada *Web Semântica* —, caracterizada principalmente, por um cenário em que as máquinas têm a capacidade de compreender informações, atribuindo-lhes significado e entendimento (ZANETTI, 2007).

Além de tornar mais fácil e eficiente a obtenção de informações, a *Web 3.0* simplifica a utilização de sistemas de recomendação de conteúdo e o rastreamento dos perfis dos usuários. Isso tem como objetivo fornecer e direcionar informações personalizadas para os usuários de maneira mais eficaz.

Algumas características da *Web 3.0* são, segundo Datateca (2018), 1) inteligência, 2) sociabilidade, 3) solidez, 4) abertura, 5) ubiquidade, 6) facilidade e 7) distribuição. Esse modelo tem como base o intercâmbio de dados provenientes de variados dispositivos, como *smartphones*, *tablets*, computadores etc. e traz uma série de vantagens para os usuários. Isso ocorre porque agora é possível acessar informações em/de qualquer lugar, graças à crescente adoção de *smartphones* e à utilização de sistemas em nuvem. Assim, a *Web Semântica* oferece aos seus usuários a oportunidade de se conectar com o mundo através de um dispositivo tão simples quanto um telefone.

Embora existam veículos de massa como a TV, o rádio, as revistas e os jornais muito populares por todo o mundo, no contexto atual, eles parecem não representar bem os melhores canais de relacionamento entre consumidores e marcas. Segundo Jenkins (2008, p. 104)

Marcas de sucesso são construídas pela exploração de múltiplos contatos entre a marca e o consumidor. A força de uma conexão é medida em termos de seu impacto emocional. A experiência não deve ser contida em um único suporte midiático, mas deve estender-se ao maior número possível deles.

Assim, a Web 3.0 introduz recursos mais avançados, informações de maior confiabilidade, facilidade de navegação, acessibilidade ampliada à informação e maior conectividade entre dispositivos. Além disso, busca oferecer conteúdo personalizado. Outra proposta da Web 3.0 é a incorporação de ferramentas tecnológicas que permitam a compreensão e gestão de conteúdo, assim como o processamento e a troca de informações com outros sistemas. Alves (2005, p.28) explica que

A *Web Semântica* seria uma extensão da *Web* atual que apresentaria recursos informacionais melhor estruturados e representados, ou seja, o conteúdo informacional destes recursos seria bom explicitado e definido semanticamente, formando uma rede de informações conectadas que por meio de ferramentas tecnológicas, tais como os agentes de *software*, proporcionaria uma melhor recuperação de informação.

A *Web 3.0* oferece, portanto, um leque de benefícios em favor dos usuários — tanto para quem produz conteúdos quanto para quem os consome —, através do qual pode-se obter recursos e facilidades de acesso e uso das informações.

Toda essa potencialidade, segundo Honorato (2003), pode ser utilizada, inclusive, pelo jornalismo. Segundo o autor, assim como na década de 90, em que os jornais começaram a oferecer as primeiras páginas na internet recém-nascida, os veículos de imprensa devem pensar em trajetos para consolidar novos negócios nas plataformas digitais e na *Web 3.0*. Meek (2008) aponta que as tarefas cotidianas dos jornalistas desempenhadas através da internet, como fazer networking, pesquisar, comunicar e monitorar conteúdo da web, devem ser transformadas com o surgimento da *Web semântica*.

Este estudo evidencia que a evolução da internet e das aplicações da Web tem gerado contínuas transformações no campo do jornalismo, afetando a maneira como as notícias são produzidas, divulgadas e abraçando novas linguagens e abordagens profissionais. Nesse contexto, surgem desafios como a incorporação dos dispositivos móveis, a constante necessidade de aprimoramento tecnológico, a compreensão da audiência e a busca por linguagens inovadoras que aproximem o público.

Quanto à relação entre o jornalismo e a *Web semântica*, constata-se que essa conexão ainda permanece pouco explorada. Apesar de muitas das inovações da *Web 3.0* já estarem em uso, autores como Paletta e Mucheroni (2015) apontam que seu uso ainda não é disseminado em grande escala. A utilização de bases de dados no jornalismo

aproveita interatividade e memória, permitindo a ligação de notícias, o que amplifica características inerentes ao ciberjornalismo.

No que diz respeito à aplicação dos algoritmos como filtros, o que resulta em bolhas de informações e segmentação de conteúdo, é ressaltado que esses não devem substituir o papel editorial das informações jornalísticas. Com a circulação crescente de informações e uma segmentação em expansão, tanto nos sites de notícias quanto nas redes sociais, há o risco de o usuário perder acesso a informações relevantes. Portanto, o jornalista, ao atuar como curador de conteúdo com base em sua compreensão do mundo e princípios éticos, desempenha um papel importante em fornecer informações valiosas ao público.

Essas considerações levantam questões complexas relacionadas a um fenômeno em constante evolução na era contemporânea. É crucial notar que essas reflexões, embora ainda não conclusivas, oferecem um ponto de partida para futuras análises e investigações sobre esse assunto. O campo permanece aberto para mais *insights* que podem ser explorados em trabalhos posteriores.

REFERÊNCIAS

ALVES, Rachel Cristina Vesú. **Web semântica: uma análise focada no uso de metadados**. 2005. 180 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências, 2005. Disponível em <http://hdl.handle.net/11449/93690>

GRAHAM, Ian. **Comunicação: ideias que mudaram o mundo**. São Paulo: Ciranda Cultural Editora, 2009.

HONORATO, Renan. **Web 3.0: como jornais e portais têm se preparado para a evolução**. Meio & Mensagem. São Paulo, 31 de maio de 2023. Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/midia/web-3-0-como-jornais-e-portais-tem-se-preparado-a-evolucao>

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André; LEVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 2003.

MEEK, Colin. **Web 3.0: what it means for journalists**. Journalism.co.uk. Brighton, 23 de outubro de 2008. Disponível em <https://www.journalism.co.uk/news-features/web-3-0-what-it-means-for-journalists-part-1-/s5/a532631/>

PALETTA, Francisco Carlos e MUCHERONI, Marcos Luiz. **Web semântica, agentes inteligentes e a produção de conhecimento na web 3.0**. São Paulo: TECSI, 2015. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/acervo-local/producao-academica/002691701.pdf>.