

Jornal Digital: Percurso histórico

Madalena Sampaio*

Fundado na década de 90, o *Jornal Digital* (www.jornaldigital.com) é uma publicação *online* que disponibiliza informação geral independente e pluralista, em tempo real, dando privilégio às questões ligadas aos países de língua portuguesa e às comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo. A sua criação remonta aos Estados Unidos, mais precisamente a New Jersey, onde o jornalista José Alberto Oliveira, fundador e director do jornal, se iniciou na “aventura digital” que continua até hoje.

Ao contrário de muitas publicações de informação geral, que no início se limitavam praticamente a transpor textos e imagens para a Internet a partir das versões impressas, o *Jornal Digital* nasceu a partir de outro *site*. O “embrião” foi o extinto “PNN Fórum Notícias”, um *site* com acesso livre, actualizado constantemente, criado no final dos anos 90 pela agência de vocação lusófona *Portuguese News Network* (PNN). Divulgava então o que de mais importante se fazia e acontecia nas comunidades portuguesas e lusófonas. O apogeu foi atingido com o especial “500 Anos do Brasil”, quando o *site* resolveu antecipar-se aos seus congéneres e lançar na Internet uma secção de notícias para assinalar os 500 anos do descobrimento do Brasil. O *banner* dos 500 Anos espalhou-se então por vários sites, demonstrando o sucesso da iniciativa.

Aproveitando os contactos com jornalistas e colaboradores com quem tinha trabalhado no Fórum da PNN, é criado, já em Braga, o *Jornal Digital*, elaborado directamente na *World Wide Web*, que não é mais do que a evolução natural daquele *site*. No dia 1 de Junho de 1999, ‘jornaldigital.com’ é registado oficialmente como domínio.

Segundo o criador do *Jornal Digital*, as audiências foram elevadas desde o início. Não tardaram a surgir clientes que pretendiam ter nos seus sites as notícias que saíam no jornal. No ano 2000, o Sapo e o Terra Portugal eram dois dos portais que compravam notícias ao *Jornal Digital*, que foi também um dos primeiros a lançar no seu *site* um sistema de notícias grátis em tempo real.

* Chefe de redacção do *Jornal Digital* (madalenasampaio@ciberatlantida.pt).

Desde então, o *Jornal Digital* estabeleceu parcerias, passou por algumas renovações de imagem, introduziu novas secções e, mais recentemente, em 2004, transferiu os seus conteúdos para o portal Comunidades.Net, um projecto *online* que “disponibiliza notícias e outras informações úteis a todos os povos de língua portuguesa espalhados pelo mundo, funcionando também como elo de ligação entre todas as comunidades”, lê-se no estatuto editorial.

Agregados neste portal estão ainda outros *sites* de conteúdo noticioso como o Portal dos Jornalistas (jornalistas.com), o Ibinda.com – Cabinda Digital (ibinda.com) ou o Jornal de São Tomé e Príncipe (jornal.st). Em termos de presença na Internet, os *sites* e portais do grupo estão actualmente perto dos dois milhões de *pageviews* por mês. Os conteúdos que oferecem não se esgotam nas notícias: estão *online* fotografias, fóruns de discussão, sondagens, directório de *links*, agenda de eventos, entre outras funcionalidades.

Todos estes projectos são administrados pela Ciberatlântida – Internet e Conteúdos, Lda., empresa criada em 2001, com o objectivo de dar continuidade, em Portugal, às actividades da PNN, fundada em 1997 nos EUA e que hoje se dedica ao fornecimento de conteúdos a órgãos de comunicação social e a *sites* e à administração de portais noticiosos na Internet.

Para a manutenção, sobrevivência e sucesso de todos estes *sites* e portais tem sido fundamental a boa vontade e ajuda permanente de alguns colaboradores, desde os mais antigos aos que mais recentemente aderiram a esta iniciativa que tem como filosofia unir as comunidades lusófonas em torno das notícias.

A “idade dourada” do digital

O *Jornal Digital* foi criado numa época de transformação do modelo comunicacional. Os computadores pessoais estavam já espalhados por todo o lado e, em 1991, Tim Berners-Lee tinha dado um grande passo para o mundo digital ao criar a tecnologia do hipertexto que viria a transformar-se na agora mundialmente indispensável *World Wide Web*. O espaço mediático reconfigura-se com o aparecimento da Internet e das novas tecnologias de informação. Inevitavelmente, transforma-se também o modo de aceder às notícias.

Inicialmente, a *web* é encarada como uma extensão dos meios de comunicação tradicionais, uma vez que se limita a transpor notícias destes para os sites – prática que os americanos definiram como *shovelware*.

Nesta “era dourada” do digital, torna-se necessário adoptar processos que permitam tirar proveito dos inovadores instrumentos de trabalho. Com o advento do novo ambiente comunicacional, os jornais digitais passaram a ter um alcance mundial. Perante este quadro, rapidamente percebeu-se que era preciso investir em novas tecnologias para acompanhar as mudanças. Textos, imagens e sons podiam agora estar reunidos numa só publicação.

Actualmente, a maioria das grandes empresas jornalísticas no mundo possuem publicações com versões digitais. “Quase todos os jornais de que nos lembramos estão *online*. Porquê? Porque têm medo de não estar. Porque lhes foi dito que era necessário estar. Porque querem proteger a sua posição de fornecedores locais de informação” (John Pavlik, 1997).

Conscientes das referidas mudanças, os jornalistas adaptam-se, mas não perdem o seu papel de mediadores. Numa altura em que o controlo dessa mediação começa a ser feito através da tecnologia, Jim Hall (2001:3) defende que os mediadores são necessários e sugere até a necessidade de revisão, no âmbito do novo meio, de valores tradicionais do jornalismo como objectividade, imparcialidade, responsabilidade e equidade.

O sentimento generalizado na profissão, sustenta Jane Singer, parece ser o de que os jornalistas serão sempre necessários, “se não necessariamente para escolher qual a informação disponibilizada, seguramente para produzir sentido na enlouquecida multiplicação do volume de informação já disponível” (Singer, 1997).

A conclusão a que chegou John Pavlik é que a tecnologia alterou, de facto, não apenas a forma como os jornalistas trabalham, como também a natureza dos conteúdos das próprias notícias, modificando igualmente a relação entre os meios e respectivos públicos.

“O relacionamento entre os jornalistas e os seus leitores tem vindo a sofrer alterações, que, em alguns casos, poderão ser pouco notórias mas, à medida que mais utilizadores acederem à Internet, poderão ter uma grande influência na forma como os jornalistas fazem o seu trabalho”, sustenta Elisabete Barbosa (2003: 110).

Ciberjornalista, o profissional do futuro

Como é, então, o profissional que trabalha no *Jornal Digital*? Alguém que domina as especificidades da escrita *online*, a edição em tempo real e as ferramentas informáticas, com alguns conhecimentos de *webdesign* e perfeitamente atento à interactividade, à leitura hipertextual e à relação com o público permitida por este meio de comunicação. Ou seja, uma pessoa que compreende as características dos *media* digitais, um jornalista “cross-media-trained”, na definição do académico John Pavlik.

O ciberjornalista habituou-se, desde cedo, a trabalhar com vários meios de comunicação, desenvolvendo, desta forma, uma perspectiva multidisciplinar. Aprendeu a trabalhar com “conteúdos”, que vão além das notícias e das imagens usadas na imprensa. Este “super-repórter” está apto, não apenas a redigir notícias, mas também a editá-las e a publicá-las, juntando, se assim o desejar, elementos multimédia – segmentos de áudio e/ou vídeo – ou até imagens e ilustrações. Como antevê Anabela Gradim, “o jornalista do futuro será uma espécie de MacGyver. Homem dos mil e um recursos, trabalha sozinho, equipado com uma câmara de vídeo digital, telefone satélite, *laptop* com *software* de edição de vídeo e html, e ligação sem fios à Internet” (Gradim, 2003:117).

O jornalismo digital e a sua nova linguagem levam os jornalistas a procurar outros métodos de trabalho. O correio electrónico e os sistemas de mensagens instantâneos são apenas duas das ferramentas de comunicação que os profissionais dos *media* passaram a usar como forma de acesso às fontes.

À medida que foi evoluindo, o *Jornal Digital* optou também por ferramentas de comunicação que vieram permitir uma maior interacção dos leitores com os jornalistas e até com outros leitores, como foi o caso dos fóruns de discussão. Os conteúdos destes fóruns são primeiro verificados e só depois publicados, tarefa que é realizada, quer por jornalistas, quer por outros responsáveis do *website* (os chamados gestores de conteúdos).

Mais recentemente, surgiram no *Jornal Digital* os *weblogs* de opinião, outra importante ferramenta de comunicação que veio para ficar. Dois dos grandes especialistas na matéria, Elisabete Barbosa e António Granado, defendem que “os *weblogs* podem ser utilizados por meios de comunicação social e jornalistas, como forma de se aproximarem do seu público e estabelecerem com este uma relação de fidelidade e de confiança, indispensável num universo onde as fontes de informação que chegam directamente ao público são cada vez mais diversificadas e numa época em que se põe em causa como nunca a necessidade do jornalismo” (Barbosa & Granado, 2004: 53).

A adaptação dos profissionais passa também pela formação orientada para a Internet e as novas tecnologias, o que requer investimento empresarial.

Por outro lado, não podemos ignorar alguns “vícios” que por vezes afectam o ciberjornalismo, como a procura desenfreada pelo “furo digital”, apostando-se em dar a informação em primeiro mão, sem estar completa ou totalmente confirmada. Um “disparar” constante de notícias para a *web* que não passa despercebido a qualquer leitor atento.

Os jornalistas devem também estar atentos a um processo conhecido por manipulação (*spinning*), que segue “caminhos insidiosos” até chegar ao público, sustenta o jornalista americano Dan Gillmor. “Uma das piores formas é o uso preguiçoso que os *media* fazem das notas para a imprensa, considerando-as como informação normal” (Gillmor, 2005: 183).

Opções para os próximos tempos

Hoje, o *Jornal Digital* e as restantes publicações do portal Comunidades.Net, sempre atentos às novas possibilidades técnicas da informação, continuam a investir na Internet como um meio de comunicação inovador e com futuro.

A criação de uma rádio *online* é uma das opções para os próximos tempos. Os testes já começaram a ser feitos na recém-lançada Rádio Comunidades (radio.comunidades.net). Ainda em emissões experimentais, o novo meio pretende ser “o principal elo de ligação entre as comunidades lusófonas”.

As vantagens do sistema digital são muitas, a começar pela melhoria do sinal, que elimina as interferências. E além de permitir acabar com a invasão de frequência entre rádios, abre espaço para a entrada de novas emissoras.

Na forja poderão estar igualmente o lançamento de um arquivo digital, para consultar notícias mais antigas no *Jornal Digital* e, eventualmente, o aperfeiçoamento dos motores de pesquisa de forma a facilitar essa tarefa.

Num futuro próximo, a empresa que detém o jornal pretende também investir mais na gestão de conteúdos Internet, ajudando outros *sites* e portais a conciliar notícias, informação, conselhos e/ou opiniões, de forma a mantê-los organizados e actualizados.

A aposta será sempre na consolidação. Apesar de nunca ter investido em publicidade – muitas empresas desconhecem ainda a potencialidade da Internet para esta área ou encaram-na com cepticismo –, o site do *Jornal Digital* continua e pretende continuar a receber milhares de visitas, mantendo o acesso aberto ao conteúdo.

O futuro do jornalismo é *online*, *asseguram os especialistas*. *Prova disto são os últimos dez anos de jornalismo digital em Portugal*. A todos nós cabe construir, no presente, o jornalismo e os jornalistas do futuro. A formação na área do webjornalismo ainda está só a começar. E além da formação técnica, cada vez mais exigida no universo multimédia, o jornalista do futuro não poderá nunca descurar a preparação intelectual. Em nome da qualidade no jornalismo *online*.

Bibliografia

- Barbosa, E. (2003) 'Jornalistas e público: novas funções no ambiente on-line', *Jornalismo Online – Informação e comunicação online*, Volume I, Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Barbosa, E. & Granado, A. (2004) *Weblogs – Diário de bordo*, Porto: Porto Editora.
- Ferrari, P. (2003) *Jornalismo Digital*, São Paulo: Editora Contexto.
- Gillmor, D. (2005) *Nós, os Media*, Lisboa: Editorial Presença.
- Gradim, A. (2003) 'O jornalista multimédia do século XXI', *Jornalismo Online – Informação e comunicação online*, Volume I, Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Hall, J. (2001) *Online Journalism: A critical primer*, Londres: Pluto Press.
- Pavlik, J. (2000) 'The impact of technology on journalism', *Journalism Studies*, Volume I, Número 2.