

Introdução

Manuel Pinto e Luís António Santos

Afirmar que o jornalismo está a mudar tornou-se quase uma banalidade, a ponto de o próprio discurso da mudança se repetir como evidência trauteada e, por conseguinte, obnubiladora da própria mudança que enuncia.

Que queremos dizer quando afirmamos que o jornalismo está a mudar? Que forças comandam essa mudança ou, pelo contrário, a ela resistem? Como inscrever, em tal mutação, o factor tecnológico e, de modo particular, as redes globais que se afirmaram na última década? E quando muda o jornalismo, o que é que de facto nele (e dele) muda?

Há três áreas sensíveis e decisivas para a observação empírica da mudança.

A primeira centra-se na tecnologia digital e na infra-estrutura de redes, da qual a *web* se tornou, em especial desde meados dos anos 90, uma metáfora e uma força motriz.

A Internet como um espaço fundamentalmente diferente, catalisador de novos relacionamentos sociais e de alterações nos processos produtivos (Castells, 2004; Weinberger, 2002), como elemento de uma sociedade que se caracteriza pela sua hipercomplexidade (Qvortrup 2003) ou, alternativamente, como um espaço de continuidade, hipervalorizado no discurso (Garnham, 1998) e nas potencialidades (Golding 2000) são leituras num debate em curso que tem implicações directas na forma como entendemos o jornalismo em espaços digitais.

Sendo certo que a interacção individual e colectiva no terreno do virtual é crescente (Cardoso *et al.* 2005), ela poderá ser entendida como manifestação de uma nova organização social caracterizada por alterações profundas em termos tecnológicos, pela crise económica de modelos capitalistas e centralizadores (em torno do Estado) e pela emergência de novos movimentos sociais. Em conjunto, estas mudanças estarão a sedimentar uma nova estrutura social (a sociedade em rede), uma nova economia (a economia da informação global) e uma nova cultura (uma cultura da ‘virtualidade real’). Nesse quadro de análise, o poder deixa de estar concentrado em instituições (nomeadamente, o Estado), organizações (empresas), ou ‘controladores simbólicos’ (como os grupos de *media* ou as Igrejas) para se difundir por redes globais de riqueza, poder, informação e imagens, que circulam e se transmutam num sistema de geometria variável e de geo-

grafia não-material (Castells 1996). Porque há fluidez – de processos, de atitudes e de posicionamentos relativos – o viver social pode ser visto como policêntrico, no sentido em que deixam de existir pontos universais de observação: “O ideal de um sistema de observação e comunicação (que é emitido) centralizado é substituído pelo ideal de sistemas de observação e comunicação policêntricos e policontextuais” (Qvortrup 2003).

Como leituras de grande abrangência que são, estas propostas registam fragilidades que importa anotar, por relação com o universo do jornalismo. A fluidez de associações, por exemplo, parece pressupor níveis de paridade entre os participantes pouco verosímeis, quer em termos de disponibilidade de acesso, quer de recursos (tanto materiais como de produção intelectual). Mais ainda, a mesma fluidez acrescenta autonomia a indivíduos, que se associam livremente a outros, a conteúdos e a acções, sem que isso lhes dê forçosamente a noção de pertença a um corpo, a uma sociedade.

Uma outra fragilidade – embora não atribuível directamente aos seus defensores – é a forma como, em termos políticos, dela se pode partir para uma enunciação ‘semi-romanceada’ (‘mística’, na opinião de Garnham 1998: 114) e determinística de um futuro de sucesso ao dispor de todos, assim fossem reunidas as condições de acessibilidade aos recursos tecnológicos. O perigo, naturalmente, é de que o ‘fascínio pelo novo’ afaste considerações sobre “a solidez e permanência de formações sociais e económicas face à evolução tecnológica” (Golding 2000).

Dito isto, importará ainda retomar um argumento de Weinberger: a Internet – ou especificamente a sua representação gráfica, a *World Wide Web* – aparenta invadir o nosso raciocínio como construção eminentemente tecnológica, mas terá o seu maior impacto como uma ideia, que reestrutura o conhecimento e, sobretudo, a forma como com ele interagimos (2002: 174).

A segunda área recorta-se nas redacções e nas formas organizativo-institucionais do jornalismo, envolvendo a emergência de novas linguagens e de novos géneros e formatos, supondo a aquisição e domínio de novas competências e papéis e o repensar das lógicas empresariais.

Uma leitura do momento actual decididamente centrada na ideia de uma ruptura dir-nos-á que, embora o jornalismo tradicional pareça continuar a acreditar que mudanças cosméticas (naquele que é o seu produto-âncora e na sua transposição para formato digital) são suficientes para garantir um lugar em torno da mesma mesa de fornecedores de informação (a uma audiência muda), isso é apenas ilusório: “A Internet não é apenas mais um meio; é o fim do jornalismo tal como ele existiu até agora (...) não se trata de escrever um novo capítulo da História, mas antes uma outra História, sobre o regime da Internet” (Fogel *et al.* 2005).

Este discurso, que parece abandonar a visão de uma produção jornalística centrada num profissional (com formação específica e com regras de trabalho definidas), na sua estrutura envolvente (a empresa jornalística) e no enquadramento legal da sua actividade em favor de uma outra, centrada num ‘navegador-rei’, simultaneamente consumidor e produtor de informação, suficientemente habilitado para seleccionar e graduar qualitativamente aquilo a que acede e, em conformidade, agir no que pro-

duz, ganhou vitalidade nos últimos anos, sobretudo em face de fenómenos como a emergência de espaços de informação produzidos por não jornalistas (dos quais o sul-coreano OhMyNews é o mais emblemático) e de ferramentas de auto-edição como os weblogues. Com efeito, os weblogues terão sido a resposta amadora e espontânea que a tecnologia permitiu dar a um espaço mediático orientado por regras de relacionamento rígidas – um estruturalista como Brian McNair descrevê-las-ia como um paradigma de controlo (McNair, 2003) –, que, mesmo já em contexto de transposição de conteúdos jornalísticos para o espaço da Internet (fundamentalmente pela prática do *shovelware* que caracterizou a primeira década de existência do chamado jornalismo digital), não foram alteradas.

A terceira área, por fim, emerge precisamente da tomada da palavra e da iniciativa desse crescente número de cidadãos que recorrem às novas ferramentas de auto-edição, alargando as fronteiras do espaço público e desafiando o monopólio da prática jornalística por parte dos respectivos profissionais.

Os weblogues terão sido, portanto, o primeiro grande sinal – sobretudo pela escala que alcançaram (serão mais de cem milhões) e pelo ultrapassar do epíteto de ‘moda passageira’ – de uma diluição das fronteiras entre emissor e receptor, entre responsável pela publicação e audiência, pertencendo ao universo do chamado software social (disponível na rede e já não apenas nos computadores individuais) que abriu espaço à criação de novas associações entre indivíduos e de novas formas de acesso a informação, constituindo-se, assim, numa das faces visíveis daquilo que alguns descrevem já como sendo um ‘novo e emergente ecossistema mediático’ (Hiler, 2002). E o uso da palavra ‘ecossistema’ não será irrelevante para o caso, porque nela podem assumir-se por válidos outros conceitos, como por exemplo a interdependência, a sobrevivência, a existência de regras partilhadas e o equilíbrio em ambiente de aparente caos¹.

O discurso de que falamos – “fazer nossas as notícias”, na expressão de Dan Gillmor (2004: 227) – reencontra-se, em termos teóricos, com correntes como o jornalismo público (Rosen 1991) e o jornalismo como conversação (Carey 1987). No jornalismo cívico encontra pontos de contacto em conceitos como a proximidade ou o maior empenho pessoal nos temas que são tratados (sendo que a aparente desvalorização da ‘objectividade’ sempre foi um dos argumentos mais criticados nesta aproximação teórica), enquanto no jornalismo como conversação encontra relações estreitas com o esforço para tornar mais efectiva a comunicação e com a possibilidade de co-criação (Anderson *et al.* 1994). A conversação é apresentada como metáfora, ao desafiar modelos unidireccionais de fluxo informativo, e como método, sugerindo formas de trabalho mais participativas. Mas é igualmente proposta como objectivo, enquanto

¹ Neste sentido, não é, portanto, de espantar que, desde a sua origem, os weblogues tenham interagido com o jornalismo. A exemplo do que acontece com outros países, temos também em Portugal weblogues que ampliam o leque de informação original disponível sobre um determinado tema, weblogues que acompanham o funcionamento dos *media* (num registo que oscilará entre o da tradicional ‘carta do leitor’, o do ‘watchdog’ e o do provedor, embora sem os constrangimentos destas duas últimas figuras), weblogues de jornalistas com informações sobre a sua actividade profissional e weblogues de jornalistas onde estes abrem à comunidade (e também aos seus leitores tradicionais) zonas de interesses mais pessoais.

forma aberta de avaliar a relevância do trabalho jornalístico e também as suas consequências (Kunelius, 2001). Os mais convictos defensores destas propostas olham o jornalismo como uma espécie de religião em crise, cujo ‘credo’, prática e espaços de formação precisam de ser questionados – “os consumidores são produtores; os leitores podem escrever e está a desaparecer o consenso em torno das definições divinas do jornalismo. Isso pode ser um excelente desenvolvimento para os cidadãos e para as nossas experiências futuras com uma imprensa livre” (Rosen, 2004).

Uma visão determinista encontraria em qualquer destas áreas a comprovação de que é na tecnologia que, em última análise, a mudança assenta e de onde tudo deriva. E, no entanto, a tecnologia é também, ela própria, um produto social que floresce em determinados contextos (e não noutros), singra por determinados caminhos (deixando de lado outros possíveis) e concita certas formas de apropriação (por vezes distantes daquelas que eram esperadas). É produto social, mas é também agente de inovações, factor de rupturas e crises, expressão de uma cultura da eficácia, da velocidade e da promessa de um universo utópico onde convergem os sonhos mais luminosos e os cenários mais apocalípticos.

Diante de um discurso da mudança que no seu repetir de lugares-comuns arrefece ou apaga a interrogação e o desafio, e face a uma tecnologia tomada e glosada como parteira do futuro, torna-se ainda mais necessário perguntar, indagar, pensar, compreender. É a essa tarefa que se dedica esta edição temática da revista *Comunicação e Sociedade*, tomando como ponto de referência a passagem de uma década sobre o início das primeiras experiências de jornalismo digital em Portugal. A data foi assinalada, em Julho de 2005, na Universidade do Minho, com umas jornadas que procuraram juntar e colocar em debate profissionais, gestores dos principais grupos de *media*, docentes universitários, investigadores e estudantes de Comunicação.

Assim, começamos com um artigo de Mark Deuze, que, partindo do princípio de que os novos meios de comunicação aceleram, amplificam e, às vezes, mutilam processos que já existiam no contexto mediático tradicional, faz uma análise das consequências dos novos *media* e da Internet no jornalismo e de uma forma mais geral na sociedade. Esta análise vai para além da abordagem tradicional do determinismo tecnológico, para interrogar até que ponto o jornalismo, os *media* e a sociedade interagem e quão determinante é esta interacção para a definição da profissão do jornalismo. O autor apresenta, ainda, um modelo para compreender aqueles que segundo ele são os diferentes géneros de jornalismo *online*.

A crise ou reconfiguração dos *media* é o cerne da reflexão de Beth Saad. As novas tecnologias de comunicação e informação e a inversão de papéis por elas trazidas introduziu uma nova situação no mercado mediático, nunca antes experimentada. Sem saber como lidar com a volatilidade e a pressão trazida pela procura de informação cada vez mais imediata de informação, as empresas mediáticas, principalmente no Brasil, têm contado com perdas financeiras e de qualidade. A autora, contudo, afirma que este panorama não é apenas uma crise pura e simples, mas um reconfiguração do jornalismo que perante este cenário terá que reconfigurar o seu modelo económico.

O jornalismo-cidadão é o tema central da discussão proposta por Sylvia Moretzsohn. ‘Todo o cidadão pode ser um repórter?’ – é a pergunta lançada pela académica, que, ao debater o espírito ‘wiki’, lança a questão da validade e autenticidade das notícias do jornalismo propriamente dito *versus* a validade e autenticidade do ‘jornalismo comunitário’. Coloca-se ainda a questão de se saber quais os direitos e deveres do jornalista-cidadão. Face a tudo isto, ainda se justifica o papel do jornalista enquanto mediador da informação? E como avaliar uma sociedade em que todos geram informação, mas ninguém a recebe?

A principal consequência das novas tecnologias para a participação dos públicos foi uma muito maior interactividade. No caso das rádios, esta interactividade não é um fenómeno novo, afirma Susana Herrera Damas; contudo com a chegada da Internet, as possibilidades multiplicaram-se. A autora discute as várias formas de interactividade no caso das rádios digitais e os diferentes meios colocados ao dispor dos ouvintes. Meios que, em sua opinião, trazem vantagens tanto para as rádios, como para os públicos, já que poderão resultar numa rádio mais eficiente, completa e comunicativa.

Face à revolução do digital, Santiago Tejedor Calvo preocupa-se com a formação dos novos profissionais de jornalismo. Que novas competências e aptidões deve possuir um futuro jornalista para estar apto a trabalhar com as novas tecnologias e as transformações impostas nos últimos anos? No fundo, o que este autor pergunta é ‘Qual deve ser o currículo do novo jornalista digital?’ Esta questão passa não só pela formação de jornalistas, mas também pela formação dos professores, bem como pela remodelação dos cursos de jornalismo. Uma perspectiva geral do ensino do digital em Espanha, os obstáculos e as pistas a seguir são os tópicos propostos pelo académico.

Rosental Calmon Alves faz um apanhado dos principais elementos que marcaram o percurso do jornalismo digital em Portugal na última década. Um percurso marcado por impasses, pela preguiça e pelo medo de investir na Internet como um meio capaz de garantir a sua sobrevivência. Contudo, a Internet não é apenas um meio, mas o início de uma revolução que vem com a comunicação em massa e a revolução digital. A época é de incerteza para os *media* que, à maneira de Darwin, têm que se adaptar ao novo panorama mediático ou perecer. O desafio para o jornalismo é o de desenvolver uma nova linguagem, um novo código, mantendo as suas características fundamentais.

Enquanto por todo o mundo, os jovens iam aderindo aos chamados ‘novos *media*’, em Portugal pouco ou nada se ia fazendo na área do digital em termos de ensino universitário e ainda menos no meio profissional. Paralelamente, a descrença neste novo ciberjornalismo fazia-se sentir: ‘É emprego, mas será que é jornalismo?’ Dez anos após o ‘período de experimentação’, Helder Bastos fala das novas competências que devem ter os jornalistas do digital. O autor faz um apanhado do estado actual do ensino do jornalismo digital em Portugal e aponta as novas competências que o profissional da área terá que dominar.

João Canavilhas faz o ponto da situação do webjornalismo em Portugal. A este propósito, e porque é do ensino superior que saem a maior parte dos profissionais do ramo, às universidades cabe um papel fundamental no treino dos webjornalistas. Parece haver uma generalização do sentimento de que a Internet veio para ficar, algo

que é exemplificado pelo número de estudantes que procura a Internet como fonte de informação. O académico fala dos constrangimentos de ordem técnica e financeira que ainda se colocam ao webjornalismo e chama a atenção para a necessidade de viabilizar economicamente os projectos *online*.

Por sua vez, o texto de Xosé Lopéz aborda a necessidade de as universidades adaptarem os seus currículos às exigências da sociedade actual, do mercado, bem como da necessidade de uma boa formação que permita aos futuros profissionais ultrapassarem os desafios actuais e futuros. E aquilo que a sociedade pede, segundo o académico, são novos jornalistas, capazes de transmitir a informação independentemente do meio utilizado. O modelo a adoptar é a aproximação da formação à realidade e aos meios de comunicação. Isto é sobretudo verdade no caso do jornalismo digital, uma área em actualização permanente, em período de crescimento e consolidação económica.

Ramón Salaverría enuncia e analisa quatro desafios principais que se colocam ao jornalismo digital. O primeiro é o desenvolvimento de novas linguagens jornalísticas que não se limitem a replicar o que é feito no âmbito do analógico, mas aproveitem todas as potencialidades da Rede. Mas, para garantir a viabilidade dos novos *media*, é também necessária a sua consolidação económica, através de uma coordenação de técnicas de marketing dentro do mesmo grupo mediático, e a rentabilidade do modelo económico dos negócios *online*. O autor não esquece ainda a formação dos jornalistas que têm que responder a um público muito mais exigente e participativo.

Depois das perspectivas dos académicos, seguem-se as experiências dos profissionais, relatadas na primeira pessoa. O primeiro testemunho é de três jornalistas do *Jornal de Notícias*, Manuel Molinos, Nuno Marques e Paulo Ferreira, que analisam a primeira década de jornalismo digital no *JN*, considerando as apostas, as limitações e a estratégia subjacente, sem esquecer o perfil de um típico leitor da edição *online* do *JN*. Pedro Brinca aborda a experiência de um meio que reúne as dificuldades de um meio *online* com os desafios que se colocam a um jornal regional, o *Setúbal na Rede*. Sendo o primeiro jornal exclusivamente digital, assume-se como um espaço de notícias locais que podem ser acedidas em qualquer parte do mundo. A Internet é também o meio de veiculação do *Notícias Lusófonas*, um jornal, que, como afirma António Ribeiro, vai buscar a sua massa de leitores bem como grande parte dos seus colaboradores às comunidades lusófonas fora de Portugal. Também dedicado à lusofonia é o *Jornal Digital*, do qual fala Madalena Sampaio. Na opinião desta jornalista, os jornalistas serão sempre necessários enquanto mediadores da informação, senão na sua tradicional função de *gatekeepers*, pelo menos enquanto produtores de sentido perante a avalanche de informação. Filipe Rodrigues da Silva desenha o trajecto do *Diário Digital* e do jornalismo digital em Portugal, em geral, desde os finais da década de 90. Para este jornalista, não existem grandes diferenças entre os jornalistas tradicionais e os ciberjornalistas, uma vez que todos se seguem pelas mesmas regras básicas e pela mesma ética. Existem, sim, é diferentes ferramentas e exigências técnicas diferentes. O autor afirma, ainda, que o futuro terá que passar por um investimento mais significativo na Net, uma vez que, cada vez mais, se torna mais óbvio que esta é uma realidade que veio para ficar.

Esta edição publica ainda um texto autónomo que, a partir da realidade brasileira, analisa a pertinência e oportunidade de se exigir um diploma específico para o exercício como jornalista profissional. É a questão examinada por Rafael Fortes e Afonso Albuquerque, os quais analisam o modo como a comunidade jornalística brasileira define as suas fronteiras profissionais. Não só o conceito de profissionalismo do jornalismo é debatido, mas também a formação que lhe deve servir de suporte. Emerge, neste estudo, uma profunda clivagem dentro da comunidade mediática quanto ao entendimento da natureza do jornalismo e aquilo que ele deve ser.

Os textos finais desta revista são resenhas das obras de Rogério Santos (*As Vozes da Rádio*), Eduardo Cintra Torres (*A Tragédia Televisiva*), Tânia de Moraes Soares (*Cibermedi@ – Os meios de comunicação social portugueses online*) e Jean-François Fogel e Bruno Patino (*Une Presse sans Gutenberg*).

Bibliografia

- Anderson, Robert *et al.* (1994), *The Conversation of Journalism: Communication, community, and news*, Westport, CT: Praeger Publishers.
- Ayerdi, Koldobika Meso. (2005). *Periodismo Ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística*. Chasqui, no. 90.
- Cardoso, Gustavo *et al.* (2005). *A Sociedade em Rede em Portugal*. Lisboa: Campo das Letras.
- Carey, James (1987). *Press and the Public Discourse*. Center Magazine, March-April: 4-16.
- Castells, Manuel (1996), *The Information Age – Economy, society and culture, 1: The rise of the network society*, Oxford: Blackwell Publishers.
- Castells, Manuel (2004). *A Galáxia Internet*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Fogel, Jean-François e Patino, Bruno (2005), *Une presse sans Gutenberg*, Paris: Bernard Grasset.
- Garnham, N. (1998). *Information Society Theory as Ideology: A critique*. *Loisir et Société* 21: 97-120.
- Gillmor, Dan (2004). *Nós os Media*. Lisboa: Presença.
- Golding, Peter. (2000). “Forthcoming features: information and communications technologies and the sociology of the future”. *Sociology* 34, no. 1: 165-184.
- Hiler, John (2002). *Blogosphere: the emerging media ecosystem*. Microcontentnew.com. [em linha] URL:<<http://www.microcontentnews.com/articles/blogosphere.htm>> (em 19.10.2003).
- Kunelius, Risto. (2001). “Conversation: a metaphor and a method for better journalism”. *Journalism Studies* 2, no. 1: 31-54.
- McNair, Brian. (2003). “From control to chaos: towards a new sociology of journalism”. *Media, Culture & Society* 25: 547-555.
- Qvortrup, Lars (2003), *The Hypercomplex Society*, New York: Peter Lang Publishers.
- Rosen, Jay. (1991). “Making journalism more public”. *Communication* 12: 267-284.
- Rosen, Jay (2004). *Journalism is itself a religion. Pressthink-Ghost of democracy in the media machine*. [em linha] URL:<http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/01/07/press_religion.html> (em 31-08-2004).
- Weinberger, David (2002). *Small Pieces Loosely Joined – A unified theory of the web*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.

Nota: a edição dos textos deste número foi feita em colaboração com a Dra. Isabel Freire.