

A Internet e o novo papel do jornalista

Inês Mendes Moreira Aroso

Índice

1	Competências do jornalista	1
2	O fim do jornalista?	3
3	Bibliografia	6

1 Competências do jornalista

O jornalismo on-line influencia os vários aspectos da realidade jornalística. Um desses elementos, ou mesmo o principal, é o jornalista que, também ele, é profundamente afetado. Em primeiro lugar, constatamos, de acordo com Carl Stepp (1996), que a Internet não só está a criar novas formas de jornalismo, mas também de jornalistas. Nesta linha de ideias, Maria Teresa Sandoval Martín (2000) defende que a Internet não só está mudando os modos de acesso à informação pelos utilizadores, o modelo de comunicação tradicional, a economia mundial e as empresas de comunicação, mas também o perfil do jornalista. De acordo com Pavlik (2001), são três as mutações no papel do jornalista: “O jornalista tem que ser mais do que um contador de factos, o papel do jornalista como intérprete dos acontecimentos será expandido e em parte modificado e os jornalistas on-line terão um papel central na ligação entre as comunidades”.

Perante uma nova realidade profissional, então, as competências que são exigidas ao jornalista, como é natural, também mudam.

A mudança começa na própria formação dos novos profissionais do jornalismo, que, de acordo com o Arturo Merayo Pérez (1997), passará pela capacidade multimédia: “Todos os meios serão multimeios, a verdadeira especialidade dos futuros profissionais da informação será a capacidade de trabalho em todos eles, seleccionando e interpretando informação com a suficiente criatividade para dispor agradavelmente essa informação”. Doug Millison (1999) adianta ainda: “Os jornalistas on-line devem aprender algumas ferramentas básicas da Web: como usar a Internet para pesquisar informação, programação básica de HTML para saberem construir páginas Web, produção digital de áudio e vídeo e técnicas de programação na Web relacionadas, para adicionar elementos multimédia ao texto jornalístico”.

Concha Edo (2000) aborda as competências multimédia do jornalista on-line, falando de uma “conversão dos jornalistas em “fornecedores de conteúdos”, tanto para jornais, como para rádio, televisão e Internet. É o jornalismo multimédia, que exige escrever a notícia para a Internet, com as correspondentes actualizações, e contá-la nos meios audiovisuais, compartilhando toda a informação e renunciando aos exclusivos e às reportagens, por falta de tempo para tal”. Partilhando desta opinião, Carl Sessions Stepp (1996) afiança: “Capacidade e versatilidade

definem os membros desta nova espécie, mais do que a ligação a um meio específico. Eles podem pensar e trabalhar ao longo do amplo campo de acção da imprensa, da televisão e até das novas tecnologias da informação”. Também Ruth Gersh (Cit. in STEPP, 1996), quando esboça o perfil de competências de um jornalista na era da Internet, salienta o aspecto multimédia: “Pessoas com uma mistura de aptidões tradicionais e futuristas, que conseguem trabalhar com imaginação tanto textos como fotos, áudio e vídeo. Então, o jornalista on-line acaba por ser um jornalista multimédia (MARTÍN, 2000). Christopher Harper (1998) exemplifica: “Na edição electrónica, o repórter leva consigo uma caneta, um bloco de notas, um gravador de áudio, uma máquina fotográfica digital e por vezes uma câmara de filmar de uso doméstico”.

Com outro tipo de análise, Eric Meyer (2001) contrapõe dois tipos de competências - a tecnológica e a profissional - dando preferência a esta última vertente: “Os conhecimentos técnicos são importantes. No entanto, mais importante é uma compreensão sólida de como procurar informação significativa, organizá-la de modo eficiente e apresentá-la de forma a que a audiência a aprecie”. Ou seja, para este autor, mais importante do que dominar a parte tecnológica é deter uma sólida base profissional como jornalista e, em consequência, possuir pensamento crítico e perceber as técnicas de escrita. A coincidir com esta análise estão algumas dicas de J. D. Lasica (1997) relativas às aptidões do jornalista on-line: “Interiorizar os princípios do jornalismo – os jornalistas on-line devem ter as mesmas competências que os dos outros media: boas técnicas de entrevista, capacidades sólidas de pes-

quisa, tenacidade, velocidade, rigor, flexibilidade e uma escrita atractiva”. E acrescenta: “Aprender o que é que funciona na Internet – como melhorar a notícia através de fóruns, inquéritos, materiais de *background*, documentos de suporte, áudio, vídeo, mapas e gráficos interactivos, arquivos pesquisáveis, entre outros”. Outros requisitos, segundo o autor já citado, são também: “Ter uma paixão pelo jornalismo on-line, aprender as ferramentas do novo meio, desenvolver um conjunto versátil de capacidades, estudar HTML e Web Design, participar em discussões on-line, estar a par dos desenvolvimentos”.

Quanto a Furio Colombo (1998), este é breve a descrever as competências necessárias ao novo jornalista: “Mais do que nunca, necessitarão de sentido moral, aliado a uma astúcia técnica cada vez mais apurada”. Por outro lado, Leah Gentry (Cir. In HARPER, 1998) apresenta certas regras básicas para quem trabalha como jornalista num meio on-line, que fazem sobressair a necessidade de uma verificação rigorosa dos factos: “Todas as regras habituais do jornalismo devem ser aplicadas: a pesquisa e a edição devem ser sólidas, os factos têm que ser verificados e re-verificados. Assim, não deve haver publicação instantânea: ninguém deve colocar on-line um texto que não tenha passado pelo processo de edição”.

Por sua vez, Lizy Zamora (2001) faz a seguinte enunciação das características e atitudes deste novo jornalista, resumindo todas as atrás descritas: “O jornalista não deve ser o profissional de um só meio de comunicação; deve adiantar-se às necessidades da audiência, explorando os fóruns de discussão, o *chat* e a possibilidade de correio electrónico para satisfazer esta procura; será um especialista no uso das novas tecnologias; deverá

contar com suficientes critérios para apurar a veracidade das informações que obtenha na rede; a interactividade do jornalista será outra fonte de informação; deverá ter uma grande habilidade, inteligência e capacidade de selecção para procurar e encontrar a informação que necessita; terá que fortalecer os princípios éticos e deontológicos; conforme os factos vão ocorrendo; resumirá à audiência o mais importante do momento; deverá ter uma maior preparação, tanto em Ciências da Informação como em cultura geral”.

2 O fim do jornalista?

No cenário actual, o próprio jornalismo é posto, de certa forma, em causa, pois a Internet, como observa Lasica (1997), “tem o potencial de reformular os fundamentos do jornalismo, do mesmo modo que a televisão alterou as regras da profissão”. No entanto, partilhamos da opinião de Helder Bastos (2000) quando este defende que “o jornalismo terá todas as condições para ser reinventado, em vez de, como proclamam alguns, ser gradualmente eliminado”. Na verdade, uma das questões mais em voga é a do fim (?) do jornalista como *gatekeeper*. Tal como presencia o autor supracitado, “muitos autores projectam as actuais tendências num futuro não muito longínquo para concluir a falência, a prazo, dos actuais modelos jornalísticos ou, pelo contrário, salientarem a cada vez maior pertinência da função jornalística num mundo a caminhar a passos largos para a saturação informacional” (BASTOS, 2000). Esta última ideia parece-nos a mais viável, mas, apesar disso, há quem defenda que o papel de *gatekeeper* do jornalista acabou. Neste sentido, Jim Hall (2001) anuncia: “Os papéis que o jornalismo atri-

buiu a si mesmo em meados do século dezanove, com a força do recentemente adquirido profissionalismo, como *gatekeeper*, *agenda-setter* e filtro noticioso, estão todos em risco quando as suas fontes primárias se tornaram acessíveis às audiências”. Acrescenta o mesmo autor: “A partir do momento em que os leitores se tornam os seus próprios contadores de histórias, o papel de *gatekeeper* passa, em grande parte, do jornalista para eles”. Mas acrescenta: “Os jornalistas adicionaram a função de cartógrafo ao seu papel e, na biblioteca universal que é a Internet, também se tornaram autenticadores e desenhadores para aqueles que seguem os mapas que eles desenham” (HALL, 2001).

Doug Millison (1999) pertence ao grupo de autores que defende a perenidade do valor da função jornalística, pois prevê: “Uma edição e filtragem de informação de confiança e com qualidade torna-se ainda mais importante na Internet, onde qualquer pessoa pode publicar qualquer coisa e fazer com que pareça importante”. No entanto, há mudanças: “Em vez de encontrar ou descobrir informação, a tarefa agora é seleccionar, na amálgama informativa disponível, a informação mais importante” (HERBERT, 2000).

Há um outro grupo de autores que não fica indiferente às transformações operadas na função do jornalista, mas sem ditar um dos dois extremos - o fim ou a continuação como até aqui da função do *gatekeeper* - vendo antes a sua mudança. Neste sentido, Ricardo Jorge Pinto e Jorge Pedro Sousa (1998) atentam: “o jornalista perdeu o monopólio do jogo informativo. A sua função de filtro de informação ficou agora condicionada pela entrada em cena de mecanismos de divulgação comunicativa ao acesso de todos”. No entanto, os mesmos autores preco-

nizam a reconquista da função do *gatekeeper* por parte do jornalista, com as necessárias adaptações ao ambiente da Internet: “Essa poderá ser uma das funções futuras dos jornalistas: filtrar a informação na Net. Os seus órgãos de comunicação social poderiam ser as portas de entrada na Internet para quem está interessado em informação credível e útil”. E fazem até uma sugestão: “As empresas jornalísticas, além de disponibilizarem conteúdos, teriam de ofertar motores de busca onde os *links* apontados fossem apenas aqueles que contivessem informação efectivamente credível e útil”. Quanto a Helder Bastos (2000), este escuda assim o papel do jornalista: “Certas aptidões próprias desenvolvidas pelo jornalista tornar-se-ão cruciais. As capacidades de selecção, síntese, hierarquização, enquadramento e mesmo de personalização da notícia poderão ser insubstituíveis no ciberespaço, onde fenómenos como o da sobre-informação se vêem exponencialmente agravados”. Aliás, Sylvia Moretzsohn (2000) também se refere a uma revalorização da mediação: “Não será o caso de retomar estes conceitos tais como foram formulados originalmente, mas é inevitável sublinhar o papel decisivo do jornalismo como prática de mediação discursiva: é através dela que podemos tomar conhecimento do que ocorre no mundo. O ponto de partida, portanto, é a recuperação do papel do jornalista como mediador”.

Mais do que desaparecer, a função de *gatekeeper* tende a sofrer alterações. Deste modo, Jane Singer (1998) atenta para o facto do próprio conceito de *gatekeeper* estar a mudar e a adaptar-se à nova realidade, mas não a desaparecer: “As pessoas na redacção estão a modificar a sua definição de *gatekeeper*, passando a incorporar as noções

de controlo de qualidade e significado. Em particular, eles vêem o seu papel como o de intérpretes credíveis de uma quantidade de informação disponível sem precedentes”. Isto significa que os jornalistas vêem-se mais como intérpretes do que como guardiões da informação e que esta é a sua principal função.

Elias Gonçalves (2000) também reconhece: “O jornalismo digital, aproveitando-se da descentralização generalizada da produção de conhecimento entre os membros de uma comunidade, faz com que a função do jornalista se estenda cada vez mais a aspectos de uma actividade de moderação e hierarquização de factos gerados nos mais distintos pontos da rede”. Enfim, como ressalta Katherine Fulton (2000), “o jornalismo e os jornalistas não vão desaparecer. Como fornecedores de significado e contexto entre todo o ruído, eles podem tornar-me mais essenciais do que nunca. Eles terão novas funções, tais como facilitar boas conversações on-line, organizar arquivos e agregar e reformular informação recolhida através de muitas fontes”.

Então, com o jornalismo on-line ocorre uma revalorização da mediação do jornalista. Saber explicar e dar uma interpretação dos acontecimentos será algo cada vez mais valorizado: “Com todas as fontes de informação que existem agora, serão os jornais on-line que melhor expliquem as notícias os mais bem sucedidos”, avança Jonathan Dube (2000). Na mesma linha de pensamento, Furio Colombo (1998) faz a seguinte analogia: “Os peritos e os profissionais da informação, neste quadro infinitamente maior, mais povoado, mais rico, mais perigoso, apresentar-se-ão como os voluntários de um patrulhamento ideal, os capacetes azuis que tentam

retirar a ordem da desordem, sequências racionais do caos, e um constante trabalho de identificação e denúncia da desinformação que se torna possível numa base enormíssima”.

A sobrecarga informativa é uma realidade: “Este crescimento exponencial de mensagens trocadas, de informação e serviços disponíveis através da Rede, apesar de potenciar a partilha de conhecimentos, a troca de informações e a oferta de serviços, coloca também dificuldades de selecção, remetendo para a necessidade de existirem mecanismos de filtragem que baixem a entropia e assegurem confiança” (ANTUNES, CASTRO e MEALHA, 2001). É aqui que entra o jornalista! Pensando desta forma, Lizy Zamora (2001) assevera: “O trabalho do jornalista será muito importante nesta nova era. Será o responsável por hierarquizar, organizar e apresentar a informação que interesse a cada pessoa segundo as suas necessidades”. Ainda sobre o papel de *gatekeeper* do jornalista, considera: “Este trabalho de filtragem caberá ao jornalista. O ser humano não dispõe de tempo, nem tem a formação suficiente, para interpretar a informação”. E acrescenta: “O utilizador terá a necessidade de contar com alguém que selecione, informe, interprete e julgue os feitos que acontecem no mundo”. Anabela Gradim (2000) defende que “todas estas formas de aceder à informação fazem sentido, e vão naturalmente coexistir. Mas não ameaçam os jornalistas, nem as suas publicações”. A mesma autora, exemplifica: “um motor de busca ou uma base de dados não podem substituir este serviço inestimável que um jornal presta aos leitores. Podem, e muito bem, complementá-lo.”

Existe ainda um outro aspecto que torna

imprescindível o jornalista, na opinião de Juan Antonio Giner (Cit. in PÉREZ, 1997): “Os meios são como os restaurantes: a diferença entre eles não radica na decoração nem sequer no serviço, mas sim nos cozinheiros – há redacções que servem a informação crua e há redacções que dominam a arte de elaborar a informação”. O referido autor valoriza o papel do jornalista, resumizando: “A vantagem competitiva por excelência será a distinta capacidade de refinar informação, valor acrescentado que se medirá segundo o produto final que os profissionais sejam capazes de obter a partir de uma matéria prima que é comum a quase todos”. Por outro lado, segundo outros autores, os jornalistas são necessários para dar credibilidade à informação. Roger Fidler (1998) admite: “Na era da comunicação digital, as características mais valorizadas dos meios do futuro seguramente serão a sua credibilidade e os seus laços com as comunidades que servem”. Ao encontro desta ideia, Anabela Gradim (2000) declara que “o maior capital de um jornal, e o único do jornalista, é o seu *brand name*, uma reputação profissional impoluta, a credibilidade junto dos leitores e a confiança conquistada ao longo dos anos”. Marcia Perencin Tondato (1997) corrobora: “Espera-se que, como em um supermercado, a origem da informação, a marca, seja um parâmetro no qual o usuário poderia confiar ao seleccionar as suas consultas”. Perante esta realidade, o jornalista torna-se indispensável para dar credibilidade ao meio, acontecendo aquilo em que Doug Millison (1999) acredita: “Agora, mais do que nunca, precisamos de jornalistas profissionais que ajudem a distinguir o trigo de notícias de confiança e opiniões credíveis do joio de rumores e propaganda que abundam na Internet”, o

que vai ao encontro da ideia que os jornalistas são uma peça fundamental para se construir a credibilidade dos jornais on-line.

3 Bibliografia

- ANTUNES, Maria João, Eduardo Anselmo Castro, Óscar Mealha (2001) – Tecnologias da Comunicação e Informação na reconfiguração das redes de relações dos sujeitos. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. [On-line] Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt> [Consultado em 02/11/2001].
- COLOMBO, Furio (1998) – *Conhecer o jornalismo hoje*. Lisboa: Editorial Presença.
- DUBE, Jonathan (2000) – Writing news on-line. *Poynter*. [On-line] Disponível em <http://www.poynter.org/dj/112200.htm> [Consultado em 19/12/2001].
- EDO, Concha (2000) – Las ediciones digitales de la prensa: los columnistas y la interactividad con los lectores. *Sala de Prensa*. [On-line] Disponível em <http://www.saladeprensa.org/art165.htm> [Consultado em 29/10/2001].
- FIDLER, Roger (1998) – *Mediamorfosis: comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- FULTON, Katherine (2000) – News isn't always journalism. *Columbia Journalism Review*. [On-line] Disponível em <http://www.cjr.org/year/00/2/fulton.asp> [Consultado em 29/10/2001].
- GRADIM, Anabela (2000) – Manual de Jornalismo. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. [On-line] Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/gradim-anabela-manual-jornalismo-6.html> [Consultado em 10/10/2001].
- GONÇALVES, Elias Machado (2000) – Os novos conceitos de edição no jornalismo digital. *Comunicação e Sociedade*, nº 2, vol.14: 357-373.
- HALL, Jim (2001) - *Online Journalism – a critical primer*. London: Pluto Press.
- HARPER, Christopher (ed.) (1998) – *What's next in mass communication – readings on media and culture*. New York: St. Martin's Press.
- HERBERT, John (2000) – *Journalism in the digital age: theory and practice for broadcast, print and on-line media*. Oxford: Focal Press.
- LASICA, J. D. (1997) – So you want to be an online journalist? *American Journalism Review*. [On-line] Disponível em <http://ajr.newslink.org/ajrjd23.html> [Consultado em 30/10/2001].
- MARTÍN, Maria Teresa Sandoval (2000) – Los periodistas en el entorno digital: hacia el periodista multimedia. *Sala de Prensa*. [On-line] Disponível em <http://www.saladeprensa.org/art164.htm> [Consultado em 29/10/2001].
- MEYER, Eric (2001) – The 10 myths of online publishing. *American Journalism Review*. [On-line] Disponível em <http://ajr.newslink.org/emcol3.html> [Consultado em 30/10/2001].

- MILLISON, Doug (1999) – The journalist of tomorrow. *Speakout.com*. [On-line] Disponível em <http://speakout.com/cgi-bin/udt/speakout&story.id=4171> [Consultado em 29/10/2001].
- MORETZSOHN, Sylvia (2000) – A velocidade como fetiche – o discurso jornalístico na era do tempo real. *Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação*. [On-line] Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt> [Consultado em 10/10/2001].
- PAVLIK, John V. (2001) – *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press
- PÉREZ, Arturo Merayo (2000) – Periodistas para el siglo de la información: claves para formar los nuevos comunicadores. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. [On-line] Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt> [Consultado em 10/10/2001].
- PINTO, Ricardo Jorge e SOUSA, Jorge Pedro (1998) - O futuro incerto da Internet: intercomunicar além do comércio e da publicidade. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. [On-line] Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt> [Consultado em 12/11/2001].
- SINGER, Jane B., THARP, Martha e HARUTA, Amon (1999) – Online staffers: superstars or second-class citizens? *Newspaper Research Journal*, vol. 20, n° 3: 28-47.
- STEPP, Carl Sessions (1996) – The new journalist. *American Journalism Review*. [On-line] Disponível em <http://ajr.newslink.org/ajrstep1.html> [Consultado em 30/10/2001].
- TONDATO, Marcia Perencin (1997) – Notas em torno de uma nova tecnologia: Internet, diversidade cultural e conglomerados. *Comunicação e Sociedade*, n° 28: 145-160.
- ZAMORA, Lizy Navarro (2001) – Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores. *Sala de Prensa*. [On-line] Disponível em <http://www.saladeprensa.org/art253.htm> [Consultado em 29/10/2001].