
OS CIBERJORNALISTAS PORTUGUESES EM 2016: UMA APROXIMAÇÃO A PRÁTICAS E PAPÉIS

Helder Bastos*

RESUMO: Neste estudo são apresentados os resultados de um inquérito por questionário feito a ciberjornalistas portugueses (N=80) de órgãos de comunicação social *mainstream*, englobando jornais, rádios, televisões e jornais publicados exclusivamente na Web. O estudo fornece uma caracterização destes profissionais ao nível sociodemográfico, profissional e ocupacional. Os resultados indicam que os ciberjornalistas são jovens, formados em comunicação e com experiência profissional no jornalismo, têm estabilidade laboral, são sedentários e ocupam-se sobretudo da redação de notícias. Sentem-se pressionados pela instantaneidade e pouco apreciados pelos pares, mas em geral estão satisfeitos com o seu trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: ciberjornalistas; perfil; práticas; papéis; inquérito.

ABSTRACT: This article reports the findings of a survey of Portuguese online journalists (N=80) working at mainstream print and broadcast media as well as online-only media. The study indicates basic, professional and occupational characteristics of these professionals. The results show that Portuguese online journalists are young, trained in communication and have professional experience in journalism. They have job stability, are sedentary and mainly occupied with news writing. They feel pressured by constant deadlines and unappreciated by peers, but in general are satisfied with their job.

KEYWORDS: online journalists; profile; practices; roles; survey.

Índice

Introdução	1
1 Revisão da literatura	2
2 Metodologia	3
3 Resultados	4
3.1 Perfil sociodemográfico	4
3.2 Características ocupacionais	5
3.3 Características profissionais	6
Conclusão	10
Bibliografia	10

Introdução

OS estudos sociodemográficos sobre os jornalistas que trabalham em exclusivo, ou a maior parte do seu tempo, nos média noticiosos

online serão, porventura, dos menos abundantes na investigação produzida nas últimas duas décadas na área do ciberjornalismo. No entanto, saber quem são e o que fazem, quais são as suas principais rotinas e desafios, que ferramentas utilizam no seu trabalho, que perceções têm sobre o seu ofício constituem indagações indispensáveis para a caracterização e compreensão deste novo ramo do jornalismo nascido com a Internet.

Um dos objetivos principais deste estudo é o de proceder a uma atualização de conhecimentos sobre o perfil, as práticas e os papéis dos ciberjornalistas em Portugal. O último estudo do género foi levado a cabo em 2008 (Bastos, 2011). De então para cá, pouca investigação foi produzida neste âmbito. Entre 2008 e 2016, no entanto, ocorreram várias transformações no panorama ciberjornalís-

de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e do(s) seu(s) autor(es). O artigo, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es).

*Universidade do Porto/Faculdade de Letras.
hbastos@letras.up.pt

© 2018, Helder Bastos.

© 2018, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo deste artigo está protegido por Lei. Qualquer forma

tico nacional que tiveram um impacto direto neste grupo de profissionais. Nasceram na Web novos jornais com alguma envergadura e outros projetos mais antigos encerraram, como foi o caso dos pioneiros Diário Digital, Setúbal na Rede e Portugal Diário. Algumas redações digitais foram reforçadas com a contratação de profissionais, outras desinvestiram, diminuindo custos e pessoal.

Este estudo sobre os ciberjornalistas portugueses procura responder a perguntas de investigação como: quais são as principais características sociodemográficas dos ciberjornalistas que trabalham nos principais média noticiosos *online* portugueses? Quais as suas práticas e rotinas predominantes? Que perceção têm do seu papel enquanto profissionais do jornalismo? Qual o grau de satisfação com a profissão?

Quando se parte em busca da respostas a estas perguntas, um dos primeiros problemas é proceder à definição do que se entende, nos dias de hoje, por ciberjornalista. Esta dificuldade não é nova para os investigadores. Enquanto, usualmente, se tem uma ideia formada sobre a população de jornalistas na imprensa ou no audiovisual, isso não acontece no ciberjornalismo. A definição de “ciberjornalista” torna-se um desafio ainda maior quando se tem em linha de conta a ascensão de blogues e de *sites* noticiosos alternativos, bem como a tendência em direção à personalização das notícias (Singer, 2003). Desde o surgimento deste ramo, o ciberjornalista típico, pelo menos nos meios de comunicação *mainstream*, era alguém que trabalhava em exclusivo, ou quase exclusivamente, numa redação digital para a qual era destacado pelas direções editoriais. A sua produção jornalística tinha como base e destino principal as publicações/edições *online*. Com a evolução do modo de funcionamento das redações, esta linha de separação entre o tradicional e o *online* começou a deixar de ser tão clara. Hoje, cada vez mais ciberjornalistas produzem em simultâneo, ou de forma alternada, para os suportes tradicionais (*e.g.* papel, rádio, televisão) e para as plataformas digitais (*e.g.* Web, dispositivos móveis). Aos poucos, o trabalho nas redações vai-se tornando, também do ponto de vista profissional, integrado ou convergente. Em Portugal, no entanto, esta é uma tendência ainda com um desenvolvimento limitado (Bastos *et al.*, 2013).

Para efeitos desta investigação, foram considerados ciberjornalistas os profissionais que trabalham em exclusivo ou a maior parte do seu tempo em publicações ou edições *online* dos média. Note-se que mesmo na gíria das redações são usadas expressões como «os jornalistas do *online*»

como forma prática de os distinguir dos seus colegas *tradicionais*. Ou, como sintetizariam Deuze *et al.*, ciberjornalistas são «profissionais dos média que são diretamente responsáveis pelo conteúdo da Internet de projetos *online*, seja de média impressos ou audiovisuais existentes, seja de projetos *online* independentes» (2004: 20).

1 Revisão da literatura

Os trabalhos de investigação sobre o perfil, as práticas e os papéis dos ciberjornalistas, como referido atrás, são escassos em Portugal. Mas, também a nível internacional, esta não foi a linha de investigação que mais atraiu os investigadores ligados ao ciberjornalismo.

Em 2005, Canavilhas publicou um primeiro estudo sobre os jornalistas *online* em Portugal. A partir de um inquérito por questionário, com um total de 54 respondentes de 20 publicações, o investigador concluiu que as mulheres estavam em maioria, o escalão etário mais representado era o dos 26/35 anos, a maioria dos jornalistas que trabalhava nas edições *online* estava em início de carreira e tinha pouca formação específica em ciberjornalismo. O hipermédia ainda não era muito utilizado nas publicações portuguesas: apenas 68,5% dos jornalistas inquiridos utilizavam o hipertexto nos seus artigos. A esmagadora maioria apenas dominava processadores de texto, programas de tratamento de imagem e *softwares* de edição *online* próprios da sua publicação, tendo obtido esta última competência em formação na própria empresa. Das várias funções oferecidas pela Internet, a procura de informação era a mais referida pelos respondentes, seguindo-se a leitura/envio de correio electrónico, a atualização de dados, o contacto com fontes, a formação e o contacto com especialistas. Canavilhas notava ainda que apenas a “interatividade”, a par da “atualização permanente”, fora amplamente referida pelos jornalistas portugueses que participaram neste estudo.

Em 2008, Bastos inquiriu 77 ciberjornalistas portugueses de órgãos de comunicação social *mainstream* (*Correio da Manhã, Jornal de Notícias, Público, Diário Digital, Portugal Diário, Expresso, Visão, SIC, TSF, Rádio Renascença, RDP, RTP, TVI*, onde trabalhava, em Janeiro de 2008, quase uma centena de ciberjornalistas) com o objectivo de fornecer uma caracterização destes profissionais ao nível sociodemográfico, profissional, ocupacional e ético.

Os resultados mostraram que aqueles profissionais se ocupavam predominantemente de texto,

cultivavam poucas fontes próprias, valorizavam a instantaneidade e a credibilização das notícias e passavam pouco tempo em contacto com as audiências (Bastos, 2008). A maioria dos ciberjornalistas era do sexo feminino, tinha entre 30-35 anos e estava no ciberjornalismo há 6-10 anos. A esmagadora maioria dos inquiridos tinha um vínculo estável às respetivas empresas, sendo pouco significativa a percentagem dos contratados a prazo e a dos colaboradores pagos através de uma avença ou de recibos verdes. Em termos de formação, a maioria era licenciada na área das Ciências da Comunicação/Jornalismo, mas poucos tinham formação específica em ciberjornalismo.

Ao nível ocupacional, a redação de notícias era a tarefa predominante, seguida da pesquisa na Web. Mas os profissionais das redações *online* passavam também uma parte substancial do seu tempo ocupados com tarefas que os afastavam da produção própria de notícias, tais como a edição de textos de agências noticiosas e a adaptação de conteúdos (*shovelware*). Um pouco mais de metade dos ciberjornalistas elaborava trabalhos multimédia. A saída da redação em serviço de reportagem era algo que acontecia raramente a quase metade dos profissionais. Nenhum deles saía em reportagem todos os dias. Estes dados confirmavam uma tendência generalizada: o ciberjornalismo era uma atividade sedentária, “de secretária”, em que as deslocções ao exterior eram mínimas. Uma maioria expressiva considerava o ciberjornalismo um novo tipo de jornalismo, distinto do tradicional, mas que era pouco valorizado, quer pela classe jornalística em geral, quer no interior das respetivas empresas.

Em termos de ética, a maioria considerava que jornalistas e ciberjornalistas deviam partilhar os mesmos valores e standards, mas quase metade considerava que o ciberjornalismo não colocava novos dilemas éticos. Os novos dilemas identificados estavam relacionados sobretudo com a indefinição legal relacionada com a Internet, com a política de hiperligações e com novas formas de pressão comercial e de marketing. A criação de conteúdos pelas audiências tinha, para cerca de um terço dos respondentes, potencial para levantar questões éticas. Bastos concluía que a conjuntura evolutiva, empresarial, financeira, organizativa e formacional desfavorável que marcava o ciberjornalismo em Portugal dificilmente podia deixar de ter reflexos, na sua maioria limitativos, na atualidade das práticas, papéis e ética dos ciberjornalistas.

A nível internacional, alguns autores produ-

ziram, ao longo das últimas duas décadas, estudos sobre as práticas, os papéis, as dinâmicas profissionais e ocupacionais dos ciberjornalistas dos seus países. Destacam-se investigadores, e respetivos estudos, como Singer (1997a, 1997b, 2004); Neuberger *et al.* (1997); Deuze (1999); Deuze e Paulussen (2002); Deuze e Dimoudi (2002); Túñez e Xosé López (2002); Boczkowski (2004; 2009); García, Túñez e López (2005); Quandt *et al.* (2006); Domingo (2006); Micó (2006); Cawley (2008); Steensen (2009); Sheetal e Barthel (2013); Carpenter *et al.* (2013).

Mitchelstein e Boczkowski (2009) fizeram uma revisão exaustiva da literatura sobre a produção *online* de informação desde 2000 e concluíram que, ao nível das transformações das práticas jornalísticas, a atenção dos investigadores se centrou nos seguintes aspetos; modificações no fluxo editorial; alterações nas práticas de recolha de informação; aceleração de padrões temporais; convergência de imprensa, audiovisual e projetos *online*.

2 Metodologia

O estudo sobre os ciberjornalistas portugueses em 2016 foi feito com base no método do inquérito por questionário, complementado com a recolha de dados nos *sites* noticiosos e contactos feitos, via telefone ou *email*, com profissionais em cargos de chefia das empresas jornalísticas. O questionário foi elaborado numa plataforma na Web e submetido através de uma hiperligação enviada, por *email*, entre Março e Novembro de 2016. A cada ciberjornalista foi enviado duas vezes, separadas no tempo, o convite para o preenchimento do questionário, que estava dividido em a) Perfil sociodemográfico, b) Características ocupacionais, c) Características profissionais.

Ao nível da amostragem, foi feita uma seleção, que se crê representativa do universo dos principais média *online* portugueses, de *sites* de imprensa, rádio e estações de televisão, bem como de *sites* noticiosos publicados apenas na Web. Em paralelo, foi efetuado o levantamento, sobretudo a partir da consulta da ficha técnica dos *sites*, do número de jornalistas a trabalhar em cada redação *online*. Nos casos em que os *sites* não disponibilizavam ficha técnica relativa às redações digitais, optou-se pelo contacto direto com as hierarquias editoriais respetivas de forma a apurar a composição das equipas.

Feita a triagem, chegou-se ao seguinte conjunto de órgãos de comunicação: *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias*, *Público*, *P3*, *Diário de*

Notícias, Expresso, Diário Digital, Observador, SIC, Rádio Renascença, TVI, O Jogo, Maisfutebol e Sapo (a lista inicial abrangia mais média e respetivos ciberjornalistas, que optaram por não responder ao questionário). No conjunto das edições/publicações *online* destes 14 média, trabalhavam, em 2016, 181 ciberjornalistas. Destes, 80 responderam ao questionário. A taxa de retorno foi, portanto, de 44,1%. O número médio destes profissionais a trabalhar nas redações digitais situava-se nos 13,9%. Nos extremos, na redação mais pequena trabalhavam 6 ciberjornalistas e na maior 40.

Refira-se que um dos ciberjornais abrangidos neste estudo, o *Diário Digital*, viria a encerrar em Janeiro de 2017.

3 Resultados

3.1 Perfil sociodemográfico

A maioria dos ciberjornalistas respondentes é do sexo feminino (57,5%). As mulheres também estão em maioria quando é tida em conta a totalidade dos ciberjornalistas (181) identificados neste estudo através da consulta da ficha técnica disponível nos *sites* e dos contactos feitos com as hierarquias das redações. Assim, pode constatar-se que a composição das redações digitais acompanha a tendência, verificada nas últimas décadas, para a acentuada feminização do jornalismo em Portugal (Rebelo, 2011). Não obstante, à semelhança do que acontece nas redações em geral, também nas redações *online* os cargos de chefia (diretor, editor, coordenador) são ocupados, na maior parte dos casos, por homens.

O escalão etário mais representado é o dos 25-30 anos (26,2%), logo seguido dos que têm entre 30 e 35 anos (20%). O terceiro escalão, dos 40-45 anos, com 17,5%, é superior ao que abarca as idades compreendidas entre os 20 e os 25 anos (7,5%). 7,5% é também a percentagem dos que respondem ter entre 45 e 50 anos. Ou seja, constata-se que o grosso dos ciberjornalistas inquiridos concentra-se num intervalo situado entre os 25 e os 35 anos de idade, o que indicia que o ciberjornalismo é hoje exercido sobretudo por profissionais que não estão, nem no início da sua carreira, nem numa fase avançada da mesma.

Em termos de tipo de empresa, mais de metade dos respondentes (47 profissionais) está empregada num ciberjornal. Para esta percentagem elevada contribuíram, de modo significativo, os respondentes do *Observador*, cuja redação conta

no total com cerca de quatro dezenas de jornalistas.

A esmagadora maioria dos inquiridos (85,5%) tem um vínculo laboral estável, com contrato de trabalho sem termo. Os profissionais com contratos a prazo representam apenas 14,4% do total da amostra. Em três respostas individuais, um profissional caracteriza o seu vínculo como «prestação de serviços», outro como «liberal» e outro diz-se «sem contrato». Precariedade no emprego não parece ser, de todo, um atributo do ciberjornalismo *mainstream* em Portugal.

Excesso de horas de trabalho também parece não constituir um problema para os ciberjornalistas portugueses. Metade dos respondentes trabalha 8 por dia, 17,5% diz trabalhar até 7 horas por dia, 22,5% trabalham 9 horas por dia e apenas 3,7% mais de 10 horas por dia.

Metade dos respondentes (40 profissionais) afirma não ser sindicalizada contra 20 profissionais que se dizem sindicalizados. Ou seja, apenas um quarto dos ciberjornalistas inquiridos pertence ao Sindicato. Uma minoria (8,7%) já esteve sindicalizada. Dos que responderam não estarem sindicalizados, 13 profissionais afirmam estarem a pensar em sindicalizar-se.

Um quarto dos inquiridos exerce a profissão a tempo inteiro há 15-20 anos. Seguem-se os que o fazem há 6-10 anos e os que o fazem há 10-15 anos. Apenas dois estão na profissão há um ano ou menos, mas também os que a exercem há mais de 25 anos. O tempo de exercício da profissão coincide, na maioria dos casos, com a posse da carteira profissional de jornalista (uma percentagem residual, 7,5%, responde que nunca teve este título).

À pergunta «há quanto tempo trabalho no ciberjornalismo?», a maioria (37,9%) responde entre 5 e 10 anos. Seguem-se os que trabalham no intervalo entre 1 e 5 anos (31,6%). É ainda de realçar a percentagem, que é de 11,3%, dos que dizem trabalhar no ciberjornalismo há mais de 15 anos.

A maior parte tem um percurso profissional feito nos jornais (46,2%), isto é, antes de terem trabalhado no ciberjornalismo trabalharam na imprensa. Segue-se a percentagem dos que nunca trabalharam noutra área que não em meios *online*. Poucos trabalharam em revistas, na rádio e na televisão antes de terem iniciado a sua atividade no ciberjornalismo.

A esmagadora maioria dos respondentes (77,2%) possui o grau de licenciatura, sendo que para uma percentagem elevada (88,6%) a licenciatura foi feita na área das Ciências da Comunicação/Jornalismo. Com o grau de mestre

contabilizam-se 16 ciberjornalistas, ou seja, 20,2% dos profissionais inquiridos. Há apenas um doutorado e só 10,1% têm outro tipo de curso.

A percentagem dos respondentes sem qualquer formação específica em ciberjornalismo é significativa: 61,4%. Menos de metade dos inquiridos (38,4%) respondeu que obteve formação específica e que esta foi feita na universidade (56,2%). Para os restantes profissionais a formação específica foi feita nas respetivas empresas e em centros ou escolas de formação.

3.2 Caraterísticas ocupacionais

A redação de notícias, sob a forma de texto, é a tarefa diária predominante dos ciberjornalistas respondentes. Para 87,1%, é a tarefa mais cumprida no dia-a-dia, logo seguida da edição de textos pro-

venientes de agências de informação e da pesquisa *online*. Quase metade dos respondentes passa também parte do seu tempo a adaptar conteúdos (*showware*) (ver Quadro I).

Uma percentagem significativa (57,1%) diz ocupar o seu dia-a-dia com a elaboração de trabalhos multimédia, que envolvem o manejo simultâneo de texto, áudio e vídeo. Já a elaboração isolada de peças em áudio ou em vídeo ocupa uma percentagem reduzida dos ciberjornalistas.

Ao nível das tarefas que envolvem interação, verifica-se que o contacto *online* com fontes de informação é superior em percentagem ao contacto feito pessoalmente com as mesmas. A gestão de redes sociais é uma tarefa que ocupa um pouco mais de metade dos respondentes, que passam, em comparação, menos tempo a interagir com leitores/utilizadores.

Quadro I. Tarefas do dia-a-dia

Opções de resposta	Respostas
Redação de notícias (texto)	87,14% 61
Edição de textos de agências	64,29% 45
Adaptação de conteúdos (ex: do jornal de papel para a web)	45,71% 32
Gestão de email	35,71% 25
Pesquisa online	64,29% 45
Contacto online com fontes de informação	50,00% 35
Contacto pessoal com fontes de informação	41,43% 29
Elaboração de peças em áudio	12,86% 9
Elaboração de peças em vídeo	27,14% 19
Elaboração de trabalhos multimédia (texto, áudio, vídeo, etc.)	57,14% 40
Interacção com leitores/utilizadores	31,43% 22
Gestão de redes sociais	51,43% 36
Programação informática	7,14% 5
Total de respondentes: 70	

Em respostas individuais, quase uma dezena de ciberjornalistas especificou outras tarefas, tais como «edição do ciberjornal», «gestão de projeto», «edição da área multimédia/online», «edição da homepage», «edição do site (ou seja, editar destaques da homepage e da aplicação), edição de textos de jornalistas, notificações mobile e app», «gravação em vídeo de debates na rádio e posterior edição», «planeamento, orientação de equipas, distribuição de trabalho». Um dos profissionais respondeu apenas que faz «tudo».

A saída da redação em serviço de reportagem é algo que acontece raramente a 36,4% dos ciberjornalistas e uma a duas vezes por mês a 21,6%.

Ou seja, mais de metade sai em reportagem raramente ou apenas uma a duas vezes por mês. Apenas 20,2% fazem-no uma a duas vezes por semana e 6,7% três a quatro vezes por semana. Nos extremos, 13,5% respondem nunca sair em serviço de reportagem e apenas um responde que sai todos os dias em reportagem.

No trabalho, os ciberjornalistas usam o computador sobretudo para se manterem a par das notícias da concorrência (ver Quadro II). Obter informação de *background* na Web ou em bases de dados surge como segundo uso a par de um outro, que regista uma percentagem igualmente elevada: acompanhar as redes sociais.

Quadro II. Uso do computador

Opções de resposta	Respostas
Encontrar nomes ou endereços na Web	82,43% 61
Entrevistar fontes por email	55,41% 41
Obter informação de “background” na Web ou bases de dados	89,19% 66
Procurar ideias para notícias na Web	82,43% 61
Verificar factos na Web ou em bases de dados	87,84% 65
Manter-se a par das notícias da concorrência	91,89% 68
Procurar ou receber ‘press releases’ via email ou Web	63,41% 47
Comunicar por email com leitores/utilizadores	40,54% 30
Descarregar material em bruto de bases de dados	44,59% 33
Usar software para analisar dados oficiais	40,54% 30
Acompanhar blogues	48,65% 36
Acompanhar redes sociais	89,19% 66
Editar fotografia	70,27% 52
Editar áudio	36,49% 27
Editar vídeo	43,24% 32
Total de respondentes: 74	

A Web é usada para a verificação de factos, para procura de ideias para notícias e para encontrar nomes ou endereços. Verifica-se, portanto, que parte substancial do uso do computador no trabalho está relacionada com o recurso à Web. Os usos menos feitos do computador estão relacionados com a edição isolada de áudio e de vídeo, com a interação via *email* com leitores/utilizadores, com o descarregamento de material em bruto de bases de dados e com o uso de *software* para análise de dados oficiais. Em respostas individuais, três ciberjornalistas acrescentaram outros usos, como «comunicar com colegas e parceiros», «trocar mensagens com os colegas e editores do jornal» e, no caso de um jornalista de uma rádio, «inserir e editar notícias no *site*».

Para o contacto com fontes de informação, quase todos os respondentes (95,8%) usam o telefone como ferramenta principal, seguida do email, com uma percentagem próxima (91,6%), e, depois, as redes sociais e os serviços de *chat*. Note-se que a percentagem de utilização das redes sociais para o contacto com fontes é sobremaneira elevada, situando-se nos 83,3%. Em respostas individuais, um jornalista diz utilizar o Skype para entrevistas internacionais, outro responde que privilegia o contacto pessoal e um terceiro indica que não contacta com quaisquer fontes de informação. Quando se pergunta aos jornalistas se a sua produção jornalística é feita em simultâneo para as edições tradicional e *online* dos seus respetivos média, metade responde de modo afirmativo, o que significa que a outra metade produz em exclusivo para os seus média *online*. Já quando a pergunta é se produzem em simultâneo para diferentes média

do grupo de comunicação de que faz parte a empresa em que trabalham, a percentagem dos que respondem afirmativamente desce para os 19,4%. Ou seja, a avaliar pelas respostas, a convergência, sobretudo aos níveis da convergência de redações e de conteúdos, têm ainda uma implantação limitada nas redações dos principais média portugueses.

A maioria (62,1%) dos ciberjornalistas que participou neste estudo passa menos de uma hora por dia em contacto com os leitores/utilizadores. A segunda percentagem mais elevada (22,9%) regista-se nos que respondem passar «tempo nenhum» nesta atividade. Apenas três profissionais dizem que passam mais de quatro horas. Ou seja, a esmagadora maioria (85%) passa pouco ou nenhum tempo em contacto com os leitores/utilizadores dos seus média *online*.

Quando questionados sobre se consideram que o meio de comunicação em que trabalham tira partido das potencialidades (multimédia, hipertexto, interatividade) da Web, uma maioria clara responde que tira «muito partido» (64,3%) ou «máximo partido» (8,22%). Ainda assim, 24,9% consideram que os seus média tiram «pouco partido» das potencialidades. Apenas um profissional considera que o seu *medium* tira «nenhum partido».

3.3 Caraterísticas profissionais

Para a maioria dos respondentes, os três papéis mais importantes do ciberjornalista são os de «dar credibilidade à informação», «organizar a informação» e «filtrar a informação (*gatekeeping*)». O fornecimento de análise e interpretação sobre assuntos complexos é também um papel muito valo-

rizado, a par de outro, tradicionalmente respeitado na profissão jornalística: «descobrir a verdade» (ver Quadro III).

Quer os papéis que envolvem a relação com os leitores/utilizadores, quer os que têm mais a ver com o papel do jornalismo no contexto da sociedade democrática, são menos valorizados. Veja-se, no primeiro caso, as percentagens de «moderar debates online» e «orientar o leitor» e, no segundo, as percentagens muito baixas de «influenciar a opinião pública», de «conduzir a agenda política» e de «ser porta-voz de grupos da sociedade». Mesmo o papel de «vigiar os poderes instituídos» recolhe menos de metade das respostas.

Em comentários individuais, um profissional refere que o papel mais importante é «ser jornalista. Os jornais online são exatamente como os outros. A plataforma usada é que é diferente». Ou-

tro acrescenta que é o de «evitar a parcialidade, os favores e a promiscuidade com a publicidade». A ciberjornalista de um jornal refere a importância de «ser rápido a dar as "últimas horas", criativo nos temas de maior reflexão e original na forma de apresentar a informação mais relevante». Outra profissional, a trabalhar na edição *online* de um jornal diário, sustenta que «o mais importante é o mesmo que para qualquer jornalista, ciber ou não: procurar fazer um trabalho de qualidade, diferenciador e que faça a diferença para o leitor». Por último, a jornalista de um ciberjornal frisa que «independentemente do local/meio, o compromisso de um jornalista é feito com a verdade. Esse será sempre um ponto de partida. A orientação do leitor, que *online* é submetido a um volume de informação gigante e torrencial, é uma tarefa à qual os ciberjornalistas devem dar especial atenção».

Quadro III. Papéis mais valorizados

Opções de resposta	Respostas	
Orientar o leitor	40,00%	28
Influenciar a opinião pública	2,86%	2
Filtrar a informação ("gatekeeper")	78,57%	55
Descobrir a verdade	68,57%	48
Ser porta-voz de grupos da sociedade	8,57%	6
Vigiar os poderes instituídos	44,29%	31
Organizar a informação	82,86%	58
Dar credibilidade à informação	85,71%	60
Fornecer análise e interpretação sobre assuntos complexos	77,14%	54
Conduzir a agenda política	1,43%	1
Moderar debates online	4,29%	3
Total de respondentes: 70		

Em relação aos aspetos do trabalho considerados mais importantes pelos próprios, destaca-se, com a percentagem de 74,6%, o de «publicar informação o mais rápido possível». A vertente da instantaneidade é, pois, muito valorizada. Logo a seguir (67,6%) surge o fornecimento aos leitores/utilizadores de material de *background* e análise e também o de dar profundidade aos trabalhos jornalísticos através de hiperligações (43,6%).

A produção de peças multimédia é um aspeto considerado importante por quase metade (46,4%) dos respondentes. Quando se lhes pergunta se consideram importante que o ciberjornalista saiba elaborar peças ou reportagens multimédia, 59,1% respondem «muito importante» ao passo que 40,8% se ficam pelo «importante». Nenhum considera «pouco importante» ou «desnecessário».

Já os aspetos que implicam interatividade surgem entre os menos valorizados: interagir com leitores/utilizadores recolhe 21,1% das respostas e

moderar comentários e grupos de discussão apenas 1,4%. 26,7% dos jornalistas consideram ainda importante facilitar aos utilizadores a busca de informação na Web.

Em respostas individuais, os ciberjornalistas acrescentam outros aspetos que consideram importantes na sua atividade: «publicar informação correcta»; «Fornecer informação útil aos utilizadores (ex: como preencher o IRS); «Informar com rigor sem colocar em causa a rapidez»; «Publicar informação para lá do "digest", acrescentar, descobrir novas histórias, novas perspetivas para a mesma história. Contribuir para a queda de alguns preconceitos»; Potenciar a publicação de conteúdos em "crowdsourcing"». Uma jornalista de rádio, com o cargo de editora, refere que «acima das outras funções, destaco o decidir os temas que consideramos relevantes e editar o resultado do trabalho da equipa». Outra editora, de um ciberjornal, refere que o grosso do seu trabalho é coordenar

e editar os trabalhos dos jornalistas. À pergunta «Que tipo de dificuldades práticas mais sente no seu trabalho?» a maioria (77,6%) responde: «Lidar com a pressão do tempo». A segunda maior dificuldade (63,8%) prende-se com o facto de os profissionais terem de cumprir várias tarefas ao mesmo tempo. As percentagens mais altas abaixo dos 50% têm que ver com dificuldades como «Gerir grandes quantidades de dados (40,2%)», «Lidar com a pressão da concorrência» (36,1%) e «Acompanhar as inovações tecnológicas» (20,8%).

Os aspetos que se apresentam como menos problemáticos têm a ver com o lidar com a pesquisa de informação na web, trabalhar com ferramentas multimédia ou lidar com os leitores/utilizadores. Uma minoria (quatro profissionais) diz não sentir qualquer tipo de dificuldade no seu trabalho.

Em respostas individuais, uma ciberjornalista, a trabalhar num jornal, refere a dificuldade de «ter de convencer os editores e diretores de informação que a área multimédia é fundamental e que além de jornalistas precisa de programadores e designers gráficos. É uma luta que travo há dez anos e ainda não consegui ter um programador a trabalhar em exclusivo numa equipa de jornalistas multimédia. As direções de informação mostram-se interessadas em acompanhar as novas tendências multimédia, mas não chegam a investir efetivamente em meios humanos e técnicos».

Outro profissional, de um outro meio, frisa a dificuldade de «fazer bom jornalismo por entre o desinvestimento da empresa» na qual trabalha. Outro diz ter dificuldade em «lidar com o comportamento dos utilizadores. Nem sempre lêem. Procuram conteúdos mais *light*». Outras dificuldades apresentadas: «Não poder aprender com a experiência dos mais velhos»; «O facto de ser *multitasking* na maior parte do tempo»; «Pouca mão-de-obra».

Ao nível da perceção dos ciberjornalistas sobre a valorização do seu trabalho pela classe jornalística a geral, verifica-se pelas respostas que se trata de uma perceção negativa. 62,5% consideram que o seu trabalho é «pouco valorizado» contra 13,8% que acham o oposto, isto é, que é «muito valorizado». É ainda de assinalar a percentagem (22,2%) dos que não têm uma opinião formada sobre o assunto. Apenas um jornalista acha que o seu trabalho não é «nada valorizado» pelos seus pares em geral.

O quadro é idêntico quanto à perceção da valorização do seu trabalho no interior das suas próprias empresas. A maioria (44,4%) considera o seu

trabalho «pouco valorizado» pelos colegas contra 38,8% que o consideram «muito valorizado». Dois profissionais responderam que o seu trabalho é «nada valorizado» e uma dezena respondeu não ter opinião formada.

A maioria dos ciberjornalistas (69,8%) diz-se satisfeita com o seu emprego. Os que afirmam estar muito satisfeitos são apenas 12,3%. Os poucos satisfeitos e os muitos insatisfeitos registam também percentagens baixas: 16,4% no primeiro caso e 1,3% no segundo.

Quando se lhes pergunta qual a razão do seu grau de satisfação com o emprego, as respostas são muito variadas. Do lado dos mais satisfeitos, um ciberjornalista responde: «Porque tenho a sorte de estar a trabalhar na área que sempre desejei». Outro diz também trabalhar no que gosta, «com um contrato sem prazo e onde os meus direitos são defendidos». A «intensidade e atualidade do trabalho» é também um argumento usado para a manifestação de satisfação. «Não trabalho a recibos verdes e faço o que sempre fiz», acrescenta a jornalista de um jornal diário. «Faço o que gosto, estabilidade e reconhecimento», frisa outro. A tónica na gratificação do trabalho que têm confirma-se noutra resposta: «Gosto do que faço, acho estimulante perceber o que chega melhor aos leitores e tenho razoáveis condições de trabalho e um salário satisfatório, tendo em conta o panorama de precariedade e exploração laboral dos mais novos».

Outras respostas do género, mais em modo telegráfico: «Desafio»; «Trabalho desafiante e criativo»; «O jornalismo online é imediato e, francamente, o futuro»; «O desafio permanente de estar em cima dos acontecimentos»; «Confiança na estrutura e identificação com o projeto»; «Liberdade na sugestão de temas»; A participação num projeto inovador e de longo prazo no jornalismo com uma equipa motivada»; «O desafio de fazer crescer um projeto»; «Liberdade editorial, bom ambiente de trabalho, salário quase adequado às funções»; «Tenho trabalho»; «Porque é um dos melhores locais em Portugal para desenvolver/evoluir a profissão que escolhi»; «Fazer aquilo que gosto, num meio credível e que se enquadra editorialmente nas minhas ideias»; «Bom ambiente de trabalho; boas condições; prazer por fazer aquilo de que gosto»; «Não me queixo de nada, a não ser a valorização salarial»; «Acompanhamento de áreas que aprecio».

Uma profissional diz que a rádio na qual trabalha «é um meio que valoriza o ciberjornalismo e a produção multimédia. Tem investido nesta área, com bons resultados, nos últimos anos. Quando

comparada com outros meios nacionais, verificamos que não é das que pior remunera ou valoriza o trabalho desenvolvido nesta área». Uma colega, da mesma empresa, acrescenta: «Satisfeita porque estou na área do jornalismo de que gosto. Podia estar mais, se o jornalismo em geral não atravessasse esta crise de falta de meios financeiros e isso não trouxesse consigo muitas condicionantes para o trabalho do dia-a-dia e não o sobrecarregasse». Outra colega de redação responde que tem «oportunidade de evoluir como jornalista e de aprender com os colegas mais velhos. Tenho também bastante autonomia, o que aumenta a responsabilidade do meu trabalho. Por vezes gostaria de fazer mais reportagem, mas no geral posso dizer que estou satisfeita com este emprego». «Sobretudo porque tem-me permitido fazer grandes reportagens e evoluir permanentemente - aprender novas linguagens, novas ferramentas para contar uma história. No fim de contas, isto compensa várias outras condicionantes que não me agradam naquilo que faço», acrescenta uma profissional da mesma rádio.

A ciberjornalista de um jornal diário responde gostar daquilo que faz (vídeo, fotografia e projetos multimédia). No seu jornal «ainda existe abertura para a criatividade e disponibilidade para acompanhar uma história com tempo. Só não assinalei muito satisfeita devido ao ordenado baixo e à grande quantidade de horas extras», explica. Uma colega de redação acrescenta: «Apesar de todos os problemas que atualmente atingem a classe penso que não me posso queixar muito. Tenho bom ambiente, estou segura (a nível contratual) e tenho bastante liberdade criativa, apesar de nem sempre poder fazer um trabalho desafiante».

A trabalhar noutra rádio generalista, uma ciberjornalista responde: «Gosto muito do que faço, e isso é a maior satisfação. No entanto, confesso que gostaria de ter mais oportunidades para escrever textos próprios».

A ciberjornalista de um semanário desenvolve a sua argumentação: «Estou "apenas" satisfeita e não "muito satisfeita", porque gostaria de ter oportunidade de sair mais vezes para o terreno em reportagem. Atualmente estou presa a um programa vídeo semanal que ocupa quase todos os meus dias e extravasa as minhas competências enquanto jornalista multimédia. Além de filmar, editar e sonorizar o dito programa, ainda tenho de definir o calendário de temas, pedir guiões sobre esses temas a outros jornalistas, corrigir guiões e ensaiar o programa antes de ser gravado, assim como acompanhar de perto toda a produção de grafismo

por parte do *motion graphics*. O exercício é interessante, mas ao fim de alguns meses começa a cansar». No seu jornal, acrescenta, «só há mais um jornalista com capacidade para tantas tarefas e neste momento está em reportagem no terreno, por isso não conseguimos trocar de posição. Assim sendo, esta resposta é apenas válida momentaneamente. Daqui a uns meses é provável que esteja eu em reportagem e portanto "muito satisfeita" com o meu atual emprego».

Do lado dos ciberjornalistas que se mostram insatisfeitos, os comentários são também variados. A ciberjornalista de um portal afirma: «É uma área muito versátil, motivante e abrangente, no entanto falta mais contacto humano, a entrevista cara a cara, o sair em reportagem». Outra resposta, na mesma linha: «Era importante ter mais contacto com fontes e sair em reportagem». Um profissional queixa-se do facto de a sua equipa ser pequena e outro resume: «Demasiado trabalho, poucas mãos».

«O baixo ordenado» é o motivo de insatisfação para o ciberjornalista a trabalhar na área do desporto. Um colega, a trabalhar num diário de desporto, também se diz «pouco satisfeito sobretudo devido ao baixo salário». Outro, também jornalista de desporto, refere «o ritmo louco a que temos de trabalhar e a falta de profundidade e criatividade dos conteúdos. Ao mesmo tempo, exige cumprir turnos, o que não permite fazer mais nada extra-jornal». O ciberjornalista de um semanário diz apenas: «falta de motivação».

«Muitas horas ao computador; trabalho muito automatizado; pressão constante para alcance de métricas estabelecidas; pouco uso da criatividade» são as principais razões da insatisfação manifestada pela ciberjornalista de um portal.

Já o jornalista de um *site* de televisão considera que «ainda há falta de reconhecimento da importância do digital entre os colegas, ainda que tenha melhorado de ano para ano, ainda pouco investimento em recursos por parte da empresa». Falta de reconhecimento é também um problema indicado por uma colega de redação, que acrescenta o «salário insuficiente dada a responsabilidade e qualidade do trabalho».

A ciberjornalista de uma rádio mostra-se insatisfeita por não ter «perspetivas de evolução». A falta de perspetivas é também apontada pela ciberjornalista de um diário: «Na maior parte do tempo, faço aquilo de que gosto e tenho total liberdade para propor temas. Faço aquilo com que sempre sonhei e dou utilidade à minha formação — o que nos dias que correm é já um pequeno luxo. No

entanto, gostava de ter mais tempo para trabalhar os temas propostos, e mais acompanhamento no desenvolvimento das reportagens. O facto de estar no mesmo jornal há já sete anos numa situação precária — que junta um salário baixo a um contrato a termo —, contribui em muito para diminuir a minha satisfação com o ofício. Nenhum jornalista pode ser um excelente jornalista em crise constante».

Conclusão

Os resultados obtidos neste estudo permitem uma caracterização genérica do perfil dos ciberjornalistas portugueses que trabalham em média principais e uma aproximação às suas práticas, papéis e percepções.

Do ponto de vista sociodemográfico, podem ser caracterizados como um grupo (ou de um grupo dentro do grupo maior que é o dos jornalistas tradicionais) de profissionais relativamente jovem, maioritariamente feminino e com experiência profissional no jornalismo. Poucos estão um início de carreira. Trata-se de ciberjornalistas com formação universitária na área em que trabalham, têm um vínculo laboral estável e níveis baixos de sindicalização.

Em termos ocupacionais, verifica-se que passam a maior parte do seu tempo laboral a redigir notícias ou a adaptar material de agências noticiosas, tarefas em que as exigências do *deadline* contínuo lhes colocam uma pressão assinalável. No entanto, publicar a informação o mais rapidamente possível é um dos aspetos considerados pelos próprios com um dos mais importantes do seu trabalho. Apesar de a produção multimédia ocupar uma percentagem significativa de ciberjornalistas, predomina ainda um tipo de produção monomédia.

As saídas para o exterior em serviço de reportagem são escassas. O sedentarismo, a par dos baixos níveis de interatividade com os leitores/utilizadores, mantém-se como uma das características mais vincadas deste grupo profissional. Parte do tempo laboral é também passado *online* a visitar *sites* de média concorrentes e a acompanhar o que se passa nas redes sociais, que parecem estar a assumir um papel cada vez mais importante nas rotinas profissionais. O contacto com as fontes de informação é feito sobretudo *online*, mas o telefone ainda é uma ferramenta bastante utilizada. As redes sociais ocupam também um papel preponderante nesta tarefa.

Ao nível das características profissionais, verifica-se que os ciberjornalistas valorizam sobretudo

aspetos mais práticos do trabalho, como credibilizar, organizar e filtrar a informação. Já os papéis relacionados com as funções mais clássicas do jornalismo no contexto de uma sociedade democrática são menos valorizados. Uma dessas principais funções, «vigiar os poderes instituídos», que por norma exige meios e disponibilidade para a investigação jornalística, é valorizada por menos de metade dos respondentes.

A maioria dos inquiridos, apesar de se sentir pouco valorizada pelos pares dentro e fora das suas empresas, diz-se satisfeita com o seu emprego. A estabilidade proporcionada pelo vínculo laboral, a par de outros fatores relacionados com a satisfação obtida com as qualidades de desafio, inovação e futuro do ciberjornalismo, poderão ser explicativos deste nível de satisfação.

Bibliografia

- Bastos, H.; Zamith, F.; Reis, I. & Jerónimo, P. (2013). Convergência jornalística nos média em Portugal: um estudo exploratório. In F. Zamith, H. Bastos & I. Reis (org.), *Livro de Atas do III COBCIBER*: 4-37.
- Bastos, H. (2011). *Ciberjornalistas em Portugal: Práticas, papéis e ética*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Bastos, H. (2008). Ciberjornalistas portugueses: das práticas às questões de ética. *Prisma.com*, (7), Dezembro.
- Boczkowski, P. J. (2009). Rethinking hard and soft news production: from common ground to divergent paths. *Journal of Communication*, 59 (1): 98-116.
- Boczkowski, P. J. (2004). The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of Communication*, 54 (2): 197-213.
- Canavilhas, J. (2005). Os Jornalistas Online em Portugal. *Bocc – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf.
- Cawley, A. (2008). News production in an Irish online newsroom: practices, process and culture. In C. Paterson & D. Domingo (eds.), *Making online news: the ethnography of new media production* (pp. 45-60). New York: Peter Lang.

- Deuze, M. (1999). Journalism and the web: an analysis of skills and standards in an online environment. *Gazette*, 61 (5): 373-90.
- Deuze, M.; Neuberger, C. & Paulussen, S. (2004). Journalism education and online journalists in Belgium, Germany, and The Netherlands. *Journalism Studies* 5(1), 19-29.
- Deuze, M. & Christina, D. (2002). Online journalists in the Netherlands: towards a profile of a new profession. *Journalism*, 3 (1): 85-100.
- Deuze, M. & Paulussen, S. (2002). Online journalism in the low countries: basic, occupational and professional characteristics of online journalists in Flanders and the Netherlands. *European Journal of Communication*, 17 (2): 237-245.
- Domingo, D. (2006). *Inventing online journalism: development of the internet as a news medium in four Catalan online newsrooms*. Tese de doutoramento. Barcelona: Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- García, B.; Túnñez, M. & López, X. (2005). El perfil de periodista de internet en Galicia. *Mediatika*, (11): 159-169.
- Micó, J. L. (2006). *Teleperiodistes digitals*. Barcelona: Trípodus.
- Mitchelstein, E. & Boczkowski, P. (2009). Between tradition and change: a review on recent research on online news production. *Journalism*, 10: 562.
- Neuberger, C.; Tonnemacher, J.; Biebl, M. & Duck, A. (1997). Die deutschen tageszeitungen im world wide web. *Media Perspektiven*, 12: 652-63.
- Quandt, T.; Löffelholz, M.; Weaver, D.; Hanitzsch, T. & Altmeyden, K. (2006). American and German Online journalists at the beginning of the 21st Century: a bi-national survey. *Journalism Studies*, April, 7 (2): 171-186.
- Rebelo, J. (2011). *Ser jornalista em Portugal: perfis sociológicos*. Lisboa: Gradiva.
- Serena, C.; Seungahn, N. & Deborah, C. (2013). A study of US online community journalists and their organizational characteristics and story generation routines. *Journalism*, 16 (4): 505-520.
- Sheetal, D. A. & Michael, L. B. (2013). The friendly barbarians: professional norms and work routines of online journalists in the United States. *Journalism*, 16 (3): 376-391.
- Singer, J. B. (2004). Strange bedfellows?: the diffusion of convergence in four news organizations. *Journalism*, 4 (2): 139-163.
- Singer, J. B. (2003). Who are these guys?: the online challenge to the notion of journalistic professionalism. *Journalism*, 4.
- Singer, J. B. (1997a). Changes and consistencies: newspaper journalists contemplate the online future. *Newspaper Research Journal*, 18 (1/2): 2-18.
- Singer, J. B. (1997b). Still guarding the gate? the newspaper journalist's role in an on-line world. *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*, 3 (1): 72-89.
- Steensen, S. (2009). The shaping of an online feature journalist. *Journalism*, 10 (5): 702-718.
- Túnñez, M. & López, X. (eds.). (2002). *Xornalismo en internet. Actitudes profesionais e condicións laborais dos periodistas en liña*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.