O jornalista na Sociedade Digital: Possibilidades e Desafios[1]

Maria Eugênia Ribeiro[2]

Resumo

Não só as organizações tiveram que modificar seu modo de agir frente às mudanças ocorridas com o surgimento da Internet e das tecnologias digitais nas últimas duas décadas. Numa sociedade onde qualquer pessoa em qualquer lugar e a qualquer instante pode produzir notícias e divulgá-las utilizando plataformas digitais, o jornalista agora divide espaço com os demais cidadãos nessa tarefa e também teve que adaptar-se e buscar conhecer as ferramentas e técnicas próprias do ambiente digital para continuar atuando no mercado. Esse trabalho utiliza-se de material bibliográfico e de sondagem com profissionais de comunicação para discutir o papel do jornalista na sociedade digital e o nível de capacitação desses profissionais no que diz respeito ao uso da internet e das redes sociais.

Palavras-chave

Jornalismo; Multimídia; Internet; Redes sociais; Capacitação

Introdução

O surgimento dos computadores, da Internet e dos demais dispositivos tecnológicos conectados em rede provocam a cada dia mudanças no modo de vida da sociedade. Com isso, as organizações, assim como os profissionais das mais diversas áreas, estão passando também por processos de adaptação para que possam melhor aproveitar as ferramentas digitais no desenvolvimento de atividades junto ao mercado, governos ou outros setores.

Com as empresas de comunicação e os profissionais da área, ou, no caso específico deste trabalho, com os jornalistas, esse processo não está acontecendo de forma diferente. Também nota-se a necessidade de adaptação, conhecimento, capacitação e treinamento para atuar de forma eficiente e eficaz no universo digital, um ambiente em constante mutação e com uma dinâmica diferenciada em relação aos Meios de Comunicação de Massa utilizados até então pelos jornalistas.

---

[1] Trabalho apresentado no GP Multimídia, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Mestranda da Linha de Pesquisa Inovações Tecnológicas na Comunicação Contemporânea do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), Especialista em Marketing pela Universidade Federal do Piauí (Ufpi). Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí e Analista em Comunicação (Jornalismo) da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). E-mail: ribeiroeugenia@hotmail.com

Observando as notícias publicadas nos portais de notícias, blogs e redes sociais, assim como o trabalho de assessores de imprensa, é possível perceber que os profissionais de comunicação (jornalistas) ainda não conhecem ou utilizam todo o potencial disponível no ambiente digital. Nota-se que, tanto do ponto de vista da linguagem, quanto no aspecto visual, ainda são utilizadas técnicas próprias ao jornalismo impresso, por exemplo, deixando-se muitas vezes de lado a possibilidade de agir de forma convergente, por meio do uso de recursos como fotografias, áudio e vídeos para enriquecer o material divulgado. Essa é uma realidade que observamos tanto nos veículos de comunicação como nas assessorias de imprensa, que mesmo utilizando esses recursos de forma isolada, pouco tem investido tempo e recursos em conhecer profundamente como funciona todo esse universo ligado à Internet e às redes de comunicação digital.

Essas primeiras impressões nos levam a questionar sobre o preparo dos profissionais de comunicação na busca por entender todo esse ambiente da Internet com todas as suas nuances, ou pelo menos uma parcela suficiente para que estes profissionais possam atuar de forma satisfatória utilizando as ferramentas que necessitam para informar aos públicos de interesse.

Outro ponto que nos chama atenção é o grande número de informação que todos os dias chega aos profissionais de jornalismo e dos desafios em relação à utilização desta inimaginável quantidade de informação digital que cresce rapidamente. Gerenciar toda essa informação requer muito do profissional de informação para retirar informações estruturadas dos bancos de dados e construir narrativas de relevância social.

Trocando algumas informações com jornalistas que trabalham em veículos de comunicação de massa e assessores de imprensa, é possível observar que o conhecimento por parte destes profissionais se resume à produção de textos ainda baseados no formato de jornal impresso, com pouco conhecimento sobre as possibilidades das ferramentas de busca, sobre como encontrar informações estruturadas, e observar ainda que grande parte das informações que obtêm sobre a utilização das ferramentas da internet é extraída da própria internet, sem uma capacitação mais profunda acerca do tema.

Nas Universidades, embora os cursos de jornalismo tenham em suas grades curriculares disciplinas voltadas para ciberjornalismo, por exemplo, não há um aprofundamento sobre o tema, restando aos interessados procurarem cursos fora dos muros das universidades.

Após essa breve apresentação, pretendemos nesse trabalho, utilizando material bibliográfico e sondagem com profissionais de comunicação, discutir o papel do jornalista na sociedade digital e a capacitação desses profissionais no que diz respeito ao uso da internet e das redes sociais para divulgar notícias e estabelecer relacionamentos com a mídia e com os públicos de interesse, no caso dos assessores de imprensa.

Conhecimento, tecnologias e informação

As tecnologias, como as conhecemos e utilizamos nos dias atuais, são frutos de pesquisas científicas, evoluções ou inovações ocorridas ao longo de vários séculos. Para que elas existam como as vemos hoje, foram necessários estudos, observações e troca de experiências e informações para que chegassem à configuração que têm na atualidade, com o conhecimento sendo disseminado das mais diversas formas e pelos mais diversos meios; com o surgimento de novas tecnologias a cada instante e com uma circulação de informações nunca antes vista.

No texto de Renato Dagnino sobre neutralidade da ciência e determinismo tecnológico (2008, p.15 – 34), ele trata, entre outros temas, da política de ciência e tecnologia brasileira e considera que se a tecnologia é neutra, os distúrbios sociais que causa e os impactos ambientais negativos que ocasiona são efeitos acidentais do progresso e não haveria muito que fazer. Argumenta ainda argumenta que a questão não é a tecnologia nem o progresso em si mesmos, mas a variedade de possíveis tecnologias e caminhos de progresso entre os quais devemos escolher. Fazendo essa escolha, é necessário visualizar o conjunto de valores de natureza ética, estética e cultural embutido na tecnologia, que a coloca num plano que transcende o da eficiência. Em relação à Escola de Frankfurt e seus seguidores ele fala que estes:

> Rejeitam a separação entre valores e fatos no pensamento moderno e tratam a tecnologia como algo relacionado à moldura das práticas sociais, não como racionalidade pura, mas inserida num sistema cuja dinâmica está governada por valores (2008, p. 18).

O texto traz o entendimento de Freenberg (1995) que a tecnologia não é nem uma salvação, nem uma caixa de ferro. Segundo ele, ao contrário, a tecnologia é um elemento essencial de um marco de referência cultural pleno de problemas, mas sujeito a ser transformado. Ao ler o trecho acima, é possível associar rapidamente com a internet, uma tecnologia que dispõe de inúmeros benefícios para seus usuários, mas que ainda não é um

ambiente totalmente dominado pelas pessoas, no entanto, se transforma a cada dia, surgindo novas possibilidades em benefício da sociedade, assim como novos problemas poderão surgir.

Todas essas questões se aplicam na discussão sobre o uso das tecnologias pelos jornalistas nos dias atuais. Estas não são plenamente conhecidas, dominadas pelos profissionais, mas estão sujeitas também a serem transformadas em benefício da sociedade. Dando continuidade, Dagnino fala sobre o trabalho de Osorio (2002) que utiliza algumas classificações para tecnologia apresentadas por Quintanilha (1988) com orientação instrumental, cognitiva ou sistêmica e de Mitchan (1994) onde a tecnologia pode se manifestar como conhecimento, como atividade (produção, utilização) ou como objetos (artefatos).

Sobre o enfoque instrumental ou artefactual, o autor considera que as tecnologias são simples ferramentas ou artefatos construídos para realizar tarefas, são resultado do conhecimento técnico empírico ou científico. Esse enfoque dá aos cientistas e engenheiros o direito de decidir o que é tecnologicamente correto e objetivo, inibindo a participação da sociedade.

> [...] ao separar os objetos tecnológicos do tecido social, considera que as tecnologias são produtos neutros que podem ser utilizados 'para o bem ou parao mal', sendo a sociedade a única responsável por seu uso, já que, em princípio, a tecnologia responderia apenas a critérios de utilidade e eficácia e nada teria a ver com os sistemas políticos ou socais (2008, p. 21).

Essa visão, classificada nesse trabalho como neutralidade da Ciência e Tecnologia, é colocada ao lado da questão do determinismo tecnológico, segundo o qual a tecnologia determina a organização social. O autor apresenta informações ainda sobre o enfoque cognitivo, que parte da diferenciação entre tecnologia e técnica, entendendo a primeira como produto da aplicação da ciência e a segunda como um conjunto de habilidades que se obtêm por meio da atividade empírica, sem o concurso do conhecimento científico.

Dagnino se vale ainda de informações relativas ao tratamento da tecnologia como um sistema de ações orientadas à transformação de objetos concretos, para obter de forma eficiente um resultado valioso e aborda ainda a questão da tecnologia como um produto de uma unidade complexa, em que participam os materiais, os artefatos e a energia, assim como os agentes que a transformam. Considera ainda que o fator fundamental do desenvolvimento tecnológico seria a inovação social e cultural.Um ponto importante do texto está na afirmação de Aguiar (2002) que a mudança tecnológica é causa da mudança

social, o que concordamos em parte, pois nos dias atuais, observamos que as muitas transformações que estão acontecendo na vida das pessoas, nas formas de trabalho, no comércio, na saúde, vêm sendo causadas por possibilidades surgidas a partir do desenvolvimento tecnológico.

Para Roberto Penteado (2007, p. 23-24), o saber, a tecnologia e a informação estão na base da sociedade pós-industrial, em todos os níveis da vida social e do trabalho, e converteram-se em fonte de poder. E acrescenta, com base em diversos autores (Bell, 1973; Toffler, 1980; Masson, 2001; Faria; Quonian, 2002),que um problemaque se torna cada vez mais crítico é o fato de que,em razão da quantidade (o conhecimento humano mais que dobra a cada ano) e da qualidade (a informação disponível é abundante, incompleta, duvidosa, pública e confusa enquanto a informação necessária é sintética, completa, confiável, confidencial e precisa), a informação exige conhecimentos cada vez mais profundos e os indivíduos que quiserem fazer diferença precisam saber como analisar e tratar a informação.

Em se tratando de jornalismo, a questão da quantidade e qualidade da informação deve ser pensada de forma criteriosa, já que a informação pode ser considerada o bem mais precioso do profissional de comunicação e deveria ser tratada com todos os cuidados para que seja trabalhada de forma a chegar ao público com qualidade, com clareza, objetividade e que ao chegar, que possa ser entendida e interpretada na sua totalidade. Para que ocorra esse tratamento criterioso da informação é necessário que os profissionais envolvidos no processo de produção da notícia estejam preparados para efetuar tais atividades de modo que haja um conhecimento prévio tanto acerca do conteúdo a ser divulgado, quanto dos meios que serão utilizados e das ferramentas que viabilizarão a produção de divulgação das informações com qualidade.

Em relação à sociedade da informação, Penteado (2007, p. 23) comenta ainda que esta resulta da convergência de novos referenciais sociais, econômicos, tecnológicos e culturais. Citando a autora Kira Tarapanoff (2001, p. 36), ele aponta que nesta sociedade a informação é a principal matéria-prima, um insumo comparável à energia que alimenta um sistema; que o conhecimento é utilizado por meio da agregação de valor a produtos e serviços; que a tecnologia constitui um elemento vital para as mudanças,em especial o emprego da tecnologia sobre acervos de informação e ainda que a rapidez, a efetividade e a qualidade constituem fatores decisivos de competitividade.

As afirmações acima mais uma vez nos levam a fazer uma reflexão sobre como a principal matéria-prima da sociedade da sociedade da informação está sendo trabalhada pelos profissionais de jornalismo para que se transformem em um produto de qualidade para a sociedade, chegando aos públicos com rapidez e efetividade, por exemplo.

O jornalista e as tecnologias digitais

Desde o surgimento da internet e, mais tarde, da web, tem-se discutido como os meios de comunicação e os profissionais que atuam na área podem apropriar-se das ferramentas da internet para a divulgação de notícias e outras atividades de comunicação. Nos primeiros anos, as organizações passaram por processos de informatização, onde os jornalistas e demais profissionais tiveram que aprender a utilizar o computador.

Após a chegada da Internet, no período em que ficou conhecida como Web 1.0, os profissionais de comunicação começaram a utilizar algumas ferramentas como o e-mail, por exemplo. Surgiram os primeiros sites e alguns grandes veículos de comunicação criaram versões na Internet dos seus veículos impressos. Nesse primeiro momento, na década de 90, a Web era usada de forma estática, onde os jornalistas publicavam material de divulgação, mas não havia ainda maior interação por meio de inclusão de comentários ou críticas sobre as notícias divulgadas. Começaram a surgir os blogs e mais tarde as mídias e as redes sociais como hoje as conhecemos.

Segundo Paul Argenti e Courtney Barnes (2011), ocorreram mudanças nas empresas de comunicação, no modo de trabalho e perfil dos profissionais e nos públicos. Houve uma diminuição do poder da mídia tradicional com o surgimento de cada plataforma digital nova e os padrões romantizados do jornalismo, imortalizados por jornalistas norte-americanos (anos 60 e 70), são irreconhecíveis numa época em que bastam uma opinião e uma conexão com a internet para ser repórter.

Para J. B. Pinho (2003), em relação ao papel do jornalista como atuante no ambiente digital, este é principalmente de editor e redator para web, tendo como principais atividades a coordenação, o desenvolvimento de ideias que serão transformadas em histórias, a consulta a fontes e coleta de dados, a redação de notícias e reportagens e a edição de histórias para serem disponibilizadas *on line*.

Mas, mesmo trabalhando na sua maioria como redator e editor, atividades para as quais o jornalista recebe orientações durante o curso de graduação, é possível que a

quantidade de informações que estes recebem não seja suficiente para conhecer todas as ferramentas e possibilidades de transformar uma simples informação em uma notícia com foco, por exemplo, na convergência de mídias e na utilização dos mais diversos mecanismos para busca de informações, organização de dados, elaboração de infográficos tornando a notícia o mais clara possível para os usuários.

De acordo com Lima Júnior (2012), para potencializar sua atuação em um novo ecossistema midiático, é necessário que o jornalista entenda sobre o funcionamento das Tecnologias da Informação e da Comunicação; que tenha formação multidisciplinar; tenha pensamento computacional; construa sistemas que contenham conteúdos baseados em dados, extraindo informações não triviais de relevância social; atue de forma sintonizada com a demanda informativa de uma sociedade conectada.

Em relação ao uso das redes sociais por jornalistas, a professora Raquel Recuero (2009) sugere que o jornalista deve usar essas ferramentas sempre que possível.

> Outro elemento que parece de difícil compreensão para o jornalismo hoje é usar os sites de redes sociais como um espaço também do veículo. Estar presente onde está seu público é uma característica dos veículos jornalísticos. Assim, utilizar esses sites para comunicar, interagir, obter informações, complementar informações e mesmo anunciar novas notícias é relevante (RECUERO, 2009)

Um elemento das redes sociais na Internet que deve ser conhecido e analisado por qualquer profissional de comunicação preocupado em atuar de forma estratégica é a capacidade de difundir informações através de conexões existentes entre os atores. Segundo Recuero (2009, p. 116), essa capacidade alterou de maneira significativa os fluxos de informações tornando-os mais rápidos e mais interativos.

> O surgimento da Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos fluxos e canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais. Juntamente com essa complexificação, o aparecimento de ferramentas de publicação pessoal, tais como weblogs, fotologs, e mesmo o Youtube, por exemplo, deu força e alcance para esses fluxos (Adar & Adamic, 2005), ampliando a característica de difusão das redes sociais (RECUERO, 2009, p. 116).

Todas essas ferramentas surgidas a partir da Internet, como as mídias sociais e os sites de redes sociais, são elementos importantes para os profissionais de comunicação na atualidade. É importante conhecê-las e identificar as possibilidades de utilização. Machado e Palácios (2007) recomendam que para fazer o novo jornalismo possibilitado pela Internet, é preciso conhecer e dominar princípios, regras e práticas do velho jornalismo, além de

conhecer o uso de HTML, flash, ter conhecimentos sobre usabilidade de web, redação para a internet, uso de sistemas de administração de conteúdo, criação de produtos multimídia, edição de áudio e vídeo, por exemplo. Ainda em relação ao uso das tecnologias digitais, o jornalista deve compreender os termos e os conceitos técnicos básicos; Conhecer a capacidade e as limitações de softwares que envolvam programação; Saber como a arquitetura afeta a navegação e vice-versa; Entender como as diferentes tecnologias afetam a usabilidade, além de manter-se atualizado com os avanços tecnológicos das novas mídias. Todas essas questões já vêm sendo estudadas em algumas universidades brasileiras há alguns anos.

Os professores da Universidade Federal da Bahia, Marcio Palácios e Elias Machado (2007, p. 60-84), realizaram entre os anos de 2004 e 2005 um estudo com profissionais do mercado de professores do curso de comunicação onde buscaram conhecer as necessidades profissionais das empresas de comunicação, identificar percepções do que seria um perfil ideal dos novos profissionais; identificar a partir da ótica dos entrevistados quais seriam as qualidades dos profissionais relacionadas a competências digitais além de identificar também o nível de atualização ou aprofundamento da qualificação profissional recebida nas instituições de ensino superior.

Ao final, os professores identificaram a ausência de uma capacidade de compreensão do verdadeiro significado das mudanças estruturais da sociedade no início dos anos 2000 e as consequências deste processo para as praticas comunicacionais. Outra conclusão envolve as diferenças de opiniões na estruturarão dos novos programas de ensino, tendo em vista as percepções das novas demandas do mercado, onde se deveria levar em conta a reestruturação dos planos de ensino, observando a necessidade de uma integração das atividades em todas as disciplinas, para que o futuro profissional pudesse, ao longo do curso, ter a possibilidade de um aprendizado das diversas competências digitais essenciais para o exercício da profissão no novo contexto e como última conclusão, os professores avaliam que ao invés de uma super especialização, o futuro profissional do campo da comunicação deverá ser capaz de adaptar-se a uma variedade de funções decorrentes do processo de convergência nos sistemas de produção das empresas.

> Se este tipo de inferência estiver correta, tudo indica que o profissional mais adequado para o novo mercado terá que ter condições de compreender processos, planejar ações, interpretar cenários e, mais importante, ser suficientemente flexível para, por um lado, se adaptar e, por outro, reagir de forma criativa aos constantes ajustes dos processos produtivos porque passam as empresas de comunicação (MACHADO E PALÁCIOS, 2007, p. 81).

Na tentativa de obter informações atualizadas sobre o conhecimento dos jornalistas acerca da Internet, ferramentas de busca, obtenção de dados relevantes, organização da informação no meio digital, elaboração de news releases, podcasts, além da atuação nas mídias e redes sociais, resolvemos, então realizar uma sondagem em novembro de 2012 com um grupo de jornalistas com atuação em veículos de comunicação e em assessorias de imprensa do Estado do Piauí.

Foram encaminhados e-mails e mensagens privadas (Facebook) a 28 jornalistas, tendo como critério principal para a escolha o fato de ser graduado em jornalismo, atuar em veículo de comunicação ou em assessoria de imprensa e utilizar diariamente o Facebook para divulgar notícias de forma geral ou das empresas onde atuam.

Foi perguntado aos profissionais se já tinham recebido algum treinamento ou capacitação formal sobre o uso da internet como ferramenta de comunicação visando melhorar a atuação no ambiente digital. Dos 28 profissionais contatados, sete pessoas devolveram as respostas. Todos responderam que nunca tinham participado de cursos de capacitação voltados para o entendimento sobre o funcionamento da Internet e as ferramentas que poderiam ser utilizadas para incrementar a atuação no campo da comunicação / jornalismo. Todos responderam sobre a necessidade de conhecer principalmente como utilizar as ferramentas para criar blogs e sites, assim como utilizar o twitter e Facebook para ações de comunicação. Sobre base de dados, sistemas de recomendação e outras ferramentas digitais, não houve menções o que nos leva a uma reflexão acerca da necessidade de investimentos por parte das empresas em treinamentos e capacitação dos jornalistas em questões básicas acerca da Internet para que mesmo que não venham a trabalhar diretamente com as ferramentas que pelo menos conheçam para subsidiar contratações de serviços para criação de websites, blogs ou qualquer outro serviço na área digital que porventura venham a necessitar.

Recomendações acerca da capacitação do jornalista no ambiente digital

Para finalizar as reflexões sobre o tema, o professor Gerson Luiz Martins (2012) recomenda que se faça uma indagação à respeito do ensino oferecido pelas universidades / faculdades, que deveriam adequar suas matrizes curriculares às novas exigências impostas por essa ordem técnica - formação multimídia com novas habilidades e competências e que

professores deveriam estar atentos às transformações para preparar futuros profissionais que atendam a esse novo modelo de sociedade.

Com este trabalho não pretendemos estimular que os jornalistas se tornem "experts" em hardwares e softwares altamente sofisticados e que venham a atuar em todas as frentes, tanto na produção de textos, elaboração de vídeos, podcasts, sites, blogs etc, mas defendemos que é necessária uma melhor formação deste profissional para ao menos, conhecer o que a Internet dispõe visando ampliar seus horizontes profissionais, buscando dados qualificados para utilização em suas matérias, conhecendo como efetuar uma busca no Google, não ficando satisfeito com o que o site apresenta no topo de sua página, tendo condições de conhecer como funcionam os sistemas de recomendação, as possibilidades de organizar os dados de forma que possa contribuir para a elaboração de informações de forma mais qualificada possível para de fato, contribuir com a sociedade.

Devemos reconhecer que estamos diante de um novo ambiente com práticas diferenciadas, com arquitetura e características que se bem utilizadas poderão contribuir para a melhoria do conhecimento e esclarecimento de fatos ainda obscuros.

Para que de fato haja alguma mudança no nível de conhecimento dos jornalistas e demais profissionais de comunicação sobre o uso das tecnologias digitais para implementar as atividades deste campo, é necessário uma melhoria no ensino nas universidades, um interesse e consequente investimento em cursos de capacitação e treinamentos sobre Internet e as inúmeras contribuições que ela poderá dispor para o aprimoramento da atuação dos profissionais tanto na mídia como nas assessorias de imprensa.

Apresentamos também como sugestões que haja um incremento nos estudos sobre internet, webjornalismo, de maneira a aumentar as possibilidades de atuação do profissional de comunicação no ambiente digital ainda durante a formação acadêmica; que seja estimulado o desenvolvimento de pesquisas e debates visando obter mais conhecimento sobre internet e suas aplicações e que os jornalistas busquem informações mais profundas sobre a internet e sua arquitetura.

Outro ponto importante é que o jornalista, assim como os demais profissionais de comunicação procurem sempre atuar com foco na multidisciplinaridade ou na transdisciplinaridade, na tentativa de efetuar conexões mais profundas entre o conhecimento que obteve durante a graduação com as informações obtidas junto à bibliografia e contatos com profissionais de outras áreas do conhecimento, tendo mais possibilidades para desenvolver atividades de forma mais estruturada e em sintonia com outras áreas.

Referências bibliográficas

ARGENTI, Paul A. e BARNES, Courtney M. Sobrevivendo na selva da Internet. Tradução de Beth Torii. São Paulo: Editora Gente, 2011.

DAGNINO, Renato. Neutralidade da ciência e determinismo tecnológico. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2008, p.15 - 34•.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. Jornalismo computacional: em função de novo ecossistema midiático na era do Big Data. SQUIRRA, S. Cibercoms: Tecnologias ubíquas, mídias persuasivas (org.). Porto Alegre: Buqui, 2012. 240 p.

MACHADO, Elias, PALÁCIOS, Marcos (org.). O Ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias &Software. Salvador: EDUFBA, 2007. 194 p.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. Cinco pontos sobre redes sociais na Internet - Parte 1. Em: http://www.jornalistasdaweb.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=3965. 01 de junho de 2009. Acesso em 31 de outubro de 2012.