

Oportunidades e desafios para o Jornalismo na internet

Angèle Murad¹

Resumo

As possibilidades abertas para o jornalismo na Internet colocam em pauta a necessidade de construir novo modelo. Os desafios específicos ao campo da comunicação referem-se ao processo de produção e difusão da notícia e à formação profissional.

Palavras-chave

jornalismo; internet; desafios

Abstract

The possibilities opened to journalism though the Internet created the necessity of a new paradigm. The specific challenges from communication studies refers to the procedures of production and diffusion of the news and journalism learning.

O complexo mundo da comunicação

A difusão das tecnologias digitais e a conseqüente convergência das áreas de comunicação, informática e telecomunicações está transformando a atividade jornalística. As mudanças atingem a pesquisa, a produção e a difusão da informação. Possibilitam outras formas de relacionamento entre leitor e jornalista, exigindo a redefinição de técnicas. O novo quadro demanda, assim, alteração no perfil do profissional de informação.

As mutações atingem toda a área de comunicação, mas os olhos voltam-se especialmente para a Internet, que vem se revelando ambiente propício para a convergência multimídia. A atração em torno da rede se justifica, em parte, pelo crescimento explosivo em nível mundial e pelas suas potencialidades tecnológicas - difusão instantânea, amplo alcance e trocas interativas - e, em parte, pela sua força mercadológica. Nesse sentido, revela-se canal atrativo para atingir públicos segmentados e fonte promissora de rentabilidade, com várias possibilidades de receitas. Ao lado das oportunidades criadas na Internet para o jornalismo - melhoria na pesquisa, com acesso a maior número de informações e de fontes, mais espaço para as matérias, melhores condições de interagir com o leitor, dentre outras - verifica-se a necessidade

¹ Especialista em Políticas de Comunicação Organizacional pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), jornalista e mestrandia em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF).

de se construir novo modelo. O que está aí já não basta, apesar de não poder ser totalmente descartado.

O objetivo deste paper é elencar, a partir das potencialidades da Internet propiciadas pelas tecnologias digitais, os principais desafios que devem ser encarados dentro do campo jornalístico. As idéias encontram-se organizadas em três grandes blocos: 1) tecnologias digitais, redes interativas e o advento da Internet; 2) jornalismo: inserção e possibilidades na Web; 3) desafios quanto ao processo de produção e difusão da notícia, à atividade profissional e às categorias conceituais da comunicação.

Antes, faz-se necessário destacar os princípios sobre os quais este artigo se baseia. A técnica é invenção humana inserida no mundo social, onde se tecem relações políticas, econômicas e culturais. É neste ambiente, portanto, no qual adquire sentido, que ela deve ser compreendida. Durante o processo de difusão, a técnica sofre transformações e adapta-se à sociedade, que por sua vez também a modifica, num fluxo constante².

Portanto, o estudo da Internet – fruto da junção de tecnologias de comunicação e de informática - deve considerar o conjunto de aspectos políticos, econômicos e culturais que se apresentam ora como oportunidades, ora como limites para a sua difusão³. Apesar de não ignorá-los, nosso foco são as potencialidades e desafios específicos ao campo e atividade jornalística que compõem, junto com os demais, o complexo caleidoscópio no qual se transformou o mundo da comunicação.

Tecnologias digitais, redes interativas e o advento da Internet

Duas palavrinhas ajudaram a transformar profundamente o campo da comunicação e a prática jornalística e encontram-se presentes na base tecnológica da Internet: digitalização e interatividade. A passagem do sistema analógico para o digital engendrou implicações no processo, armazenamento e recuperação de informações. “Efetivamente, a digitalização é a apreensão numérica ou matemática da realidade para ser manipulada”, segundo Romero⁴. De forma simples, pode-se dizer: digitalizar uma informação significa traduzi-la em números.

As tecnologias digitais permitiram que a informação fosse “processada automaticamente, com um grau de precisão quase absoluto, muito rapidamente e em grande escala quantitativa”⁵. Nascia, assim, uma linguagem única capaz de integrar processos, redes e sistemas. Isso possibilitou, por exemplo, transmitir o som, o texto e a imagem pelo mesmo método – Binary Digit. Na prática, a tecnologia digital melhorou o sistema de busca da informação e facilitou o trabalho de armazenamento de dados, reduzindo os custos.

² O conceito adotado inspira-se no pensamento de Pierre Lévy, que considera a técnica como “a virtualização da ação”. Ver **O que é virtual** (1993). Outras obras de referência do autor são **As tecnologias da inteligência** (1996) e **Cibercultura** (1999), todas as três publicadas pela Editora 34.

³ Nesse sentido, deveriam ser abordadas questões referentes à globalização econômica, políticas públicas, papel da sociedade civil, educação, disposições culturais, língua, controle da informação, integração nacional, exclusão, rede de telecomunicações, dentre outras.

⁴ ROMERO, Joaquín M^a. A. **Las fronteras de la información en la era digital** [on line]. Julho de 1999. Disponível em http://www.ucm.es/info/especulo/numero12/era_digi.html [02 agosto 1999]. Reflexão sobre as mudanças engendradas pelas tecnologias digitais na comunicação e, em especial, no jornalismo.

⁵ LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo : Editora 34, 1999, p. 52. Obra sobre as implicações culturais das novas tecnologias de comunicação e informação, com enfoque nas artes, educação e cidadania.

Enfim, a digitalização multiplicou a capacidade de transmissão de conteúdos e criou a base para que a informação tivesse tratamento homogêneo e fosse convertida facilmente para diferentes meios de comunicação.

Passemos, então, à interatividade, assim definida por Nora, segundo Freitas: “tipo de relação que faz com que o comportamento de um sistema modifique o comportamento do outro”⁶. Na informática, as redes interativas foram gestadas a partir do desenvolvimento do sistema de compartilhamento de tempo, que permitiu a vários usuários trabalhar com o computador ao mesmo tempo, sob a ilusão de que a máquina era usada por cada um independentemente⁷.

As tecnologias digitais e as redes interativas constituem as bases do que hoje é a rede das redes: segundo Squirra, “a Internet é o agrupamento global de sistemas de computadores e redes, todos interconectados com o intuito de possibilitarem a troca de informações”⁸.

A Internet tem a sua origem nos Estados Unidos a partir de experiências militares realizadas em meados dos anos 60. Os americanos buscavam criar um dispositivo de comunicação que resistisse a possível ataque nuclear soviético. Então, uma equipe de programadores de computador e engenheiros eletrônicos, financiada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, desenvolveu nova tecnologia de transferência de informações através de rede de computadores, que não possuía controle central. Dessa forma, se um computador fosse atingido por uma bomba, o fluxo não seria interrompido.

A partir daí, foi criada, no final da década de 60, a ARPAnet (Advanced Research Projects Agency Network), rede de longa distância que inicialmente ligava quatro computadores remotos. Logo passou a abrigar universidades e centros de pesquisa americanos que desenvolviam estudos de informática para fins militares. Depois, juntaram-se a eles indústrias bélicas. Na década de 70, o desenvolvimento do protocolo TCP-IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) tornou possível a comunicação de computadores de redes diferentes, impulsionando a participação de governos, universidades e militares e estimulando as trocas de experiências acadêmicas⁹.

Mas foi na virada da década de 80, com o invento da World Wide Web (WWW) pelo físico inglês Tim Berners-Lee, que se iniciou o boom da Internet. A WWW possibilitou a navegação mais fácil, a partir de interface gráfica amigável baseada em

⁶ FREITAS, Hélio. **Nem tudo é notícia** : o Grupo Folha na Internet. Dissertação (mestrado). 1998. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Disponível:<http://www.umesp.com.br/unesco/helio/capitulo1.htm> [capturado em 20 agosto 1999]. Descreve a trajetória do grupo de mídia e sua entrada no mercado on line.

⁷ Ver **Cybernetics, time-sharing, human-computer symbiosis and on-line communities creating a supercommunity of on-line communities**, de Ronda Hauben, no qual estão relatadas as idéias embrionárias da Revolução Cibernética. O texto está disponível no CD Sociocibernética e Comunicação, organizado pelo prof. dr. Delfim Soares, do Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação da Universidade Federal Fluminense.

⁸ SQUIRRA, Sebastião. **Jorn@lismo online**. São Paulo : Arte e Ciência, 1998, p. 9. O autor apresenta conceitos tecnológicos e os recursos disponibilizados na Internet aos profissionais de comunicação.

⁹ A rede abriga páginas que contam a sua história, tais como: BARAN, Paul. On distributed communications : introduction to distributed communications network (memorandum RM-3420-PR). Rand Corporation, 1964. Disponível:<http://www.rand.org/publications/RM/RM3420/> ; HOBBS, Zakon Robert. Hobbes' Internet Timeline v3.3. Internet Society, 1998, em <http://info.isoc.org/guest/zakon/Internet/History/HIT.html> ; e LEINER, Barry M. et al. **A brief history of the Internet**, Version 3.1. Internet Society, 1997. Disponível: <http://info.isoc.org/internet/history/brief.html>.

hipertexto¹⁰ e recursos multimídia. A Web foi organizada em torno do princípio de que caberia ao usuário captar as informações necessárias estocadas na rede. Esse princípio demandou um mecanismo que possibilitasse essa busca, sendo desenvolvido, assim, o navegador ou *browser*¹¹.

Hoje, a Internet constitui-se associação mundial de redes interligadas que une milhares de pessoas através de computadores capazes de gerenciar e estocar texto, imagem e som na forma digital, utilizando-se para isso de suportes diversos como fibra ótica, linhas de telefone, satélite e rádio. A rede das redes disponibiliza serviços de informação em linha (Web), correio eletrônico e fóruns de discussão, abrigando formas de comunicação variadas, como os modelos um-um, um-muitos e muitos-muitos¹².

Numa referência a December, Freitas assim define a Internet no contexto da Comunicação Mediada pelo Computador (CMC):

*....envolve a troca de informações em nível global, através de uma cooperativa de redes usando o protocolo TCP/IP e o modelo Cliente/Servidor para comunicação de dados. As mensagens podem suportar uma extensão das manipulações de distribuição, de tempo e serem codificadas numa variedade de tipos de mídia. O conteúdo resultante da troca de informações pode envolver uma larga extensão de pessoas e de símbolos usados para a comunicação*¹³.

Jornalismo: inserção e possibilidades na Web

O jornalismo, tal como o conhecemos hoje, nasceu no século XVII, com o lançamento dos primeiros jornais na Europa¹⁴, quando se otimizou a aplicação das técnicas de impressão. De lá para cá, a história do jornalismo guarda forte relação com a difusão de novas tecnologias de transmissão, comunicação e informação. De certa forma, o conceito de jornalismo encontra-se relacionado ao suporte técnico e ao meio que permite a difusão das notícias. Daí derivam conceitos como jornalismo impresso, telejornalismo e radiojornalismo.

As primeiras experiências de jornalismo na rede datam do final da década 80, quando provedores como o American On Line começaram a disponibilizar serviços de notícia personalizados¹⁵. No início de 1994, a Internet abrigava aproximadamente 20

¹⁰ Hipertexto é o texto estruturado em rede, constituído de nós (elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens) e de ligações entre esses nós (que permitem a passagem de um nó a outro; links).

¹¹ Browser (navegador) é um “programa de aplicação cliente que permite acessar, por meio de uma interface gráfica (Windows), de maneira aleatória ou sistemática, informações diversas, contendo textos, imagens e gráficos, sons, etc”, segundo site da empresa paulista Net DS, disponível em <http://www.netds.com.br/portug/glossario.htm> [capturado em 23 maio 1999].

¹² As categorias de audiência da Internet são definidas por MORRIS, Merrill, OGAN, Christine. The Internet as mass medium [on line]. Disponível: <http://www.usc.edu/detp/annenberg/vol1/issue4/morris.html> [capturado em 24 abril 1998]. Os autores propõem considerar a Internet como mass media a partir da revisão de conceitos da comunicação.

¹³ FREITAS, op. cit., nota 5.

¹⁴ O primeiro jornal da Europa, o “Nieuwe Tijdinge”, foi publicado em Anvers em 1605, por Abraham Veihoeven. Ver o site Museu Virtual da Imprensa: <http://www.imultimedia.pt/museuvirpress/port/frame3.html>.

¹⁵ GONÇALVES, Elias M. Jornalismo na Internet [on line]. Pauta Geral, ano 3, n. 4, maio/ago 1997, acessível na seguinte URL: <http://www.facom.ufba.br/prod/pauta/pauta2.html> [21 maio 1998]. A partir do conceito de jornalismo digital, o texto aborda a estrutura comercial e as estratégias de marketing na rede.

sites noticiosos, todos produzidos nos EUA. Três anos depois, esse número saltaria para 3,6 mil, segundo monitoramento do NewsLink (<http://www.ajr.newslink.org/>).

Segundo Eric K. Meyer, consultor norte-americano em mídia, estima-se que hoje o número de sites atinja a marca dos 5 mil em todo o mundo - dos quais 43% são produzidos fora dos Estados Unidos -, com significativa participação dos periódicos brasileiros¹⁶. No Brasil, o pioneirismo foi do Jornal do Brasil (<http://www.jb.com.br>), o primeiro do País a oferecer a cobertura completa no ciberespaço em 1995. Hoje, praticamente todos os grandes jornais brasileiros estão na Web, a exemplo do movimento verificado em outros países¹⁷.

Além dos jornais, outros veículos de comunicação, como revistas e emissoras de rádio¹⁸, estão abrigados na rede, considerada como incubadeira midiática, “ambiente propício à proliferação de novas formas midiáticas (RV, por exemplo) bem como à adaptação das antigas formas de mass media. A Rede, como o próprio nome indica, é um ambiente entrelaçado (rizomático) permeado de instrumentos de comunicação (as diversas mídias)”¹⁹.

Os jornais foram os primeiros veículos de comunicação a integrar o ciberespaço, favorecidos pelo avanço das ferramentas tecnológicas e comandados pela decisão estratégica de não perder receitas publicitárias. De fato, cada vez mais, a Internet se apresenta como canal atrativo para atingir públicos segmentados e fonte promissora de rentabilidade tendo em vista o potencial de receitas múltiplas, como publicidade on line e comércio eletrônico, atraindo a atenção das grandes corporações de mídia²⁰.

Um leque de oportunidades se abre à atividade jornalística na Internet, no que concerne ao processo de produção e difusão da notícia, em função das tecnologias digitais e das redes interativas. No que se refere à pesquisa, o jornalista tem acesso a incalculável quantidade de informações oriundas de fontes plurais, o que pode lhe ajudar na confecção e apuração de pautas. A oferta é fruto, em parte, da nova maneira de se comunicar de organizações, empresas, instituições e autoridades, que passam a ver na Internet um meio de atingir seus públicos sem intermediários. Isso evita a unicidade das fontes de informação e permite, inclusive, o cruzamento de dados. Além disso, o jornalista dispõe de documentos e dados aos quais era difícil ter acesso até então. Registra-se, ainda, o fato de facilitar o contato de fontes distantes geograficamente ou difíceis de serem localizadas.

Se os sites, os bancos de dados e as listas de discussão são excelentes ferramentas para coletar dados e selecionar novas fontes, o correio eletrônico, por sua vez, revela-se instrumento eficaz para conhecer os desejos e atender aos interesses do leitor, que pode, por exemplo, sugerir assuntos, enfoques e entrevistados. Essa é apenas uma das possibilidades abertas pela interatividade, que torna seus participantes ativos e os autoriza a serem produtores de informação.

¹⁶ MEYER, Eric K. An unexpectedly wider web for the world's newspapers. AJR News Link [online], EUA, jun. 1999. Disponível: <http://www.arj.newslink.org/emcol10.html> [14 jun. 1999].

¹⁷ A Internet abriga sites com a relação de publicações jornalísticas na WEB. Ver: Guia da Imprensa Brasileira na Net (<http://www.preview.com.br/guia/med.htm>), Guia da Imprensa Internacional (<http://mediainfo.com/ephone/npaper/nphm/online.htm>) e Guia da Imprensa Latina (<http://www.zonalatina.com>).

¹⁸ Segundo o NewsLink (<http://www.ajr.newslink.org/>), 23 das 50 maiores revistas dos Estados Unidos e sete das 25 maiores do Canadá estão no ciberespaço. No Brasil, conforme o Comitê Gestor da Internet (<http://www.cg.org.br>), havia 70 estações de rádio e revistas na rede no final de 1997.

¹⁹ LEMOS, André [leamos@svn.com.br], “REPLY: Jornalismo da TV para a www.” In JORNALISMO ON LINE [jornalismoonline@ufba.br]. 21 agosto 1999.

²⁰ Ver MORAES, Dênis de. Planeta Mídia. Campo Grande : Letra Livre, 1998, 155-173. Retrato das macrotendências no setor midiático.

No processo de redação de uma notícia, o jornalista é favorecido pelo rompimento do limite de espaço. Segundo Melinda McAdams, responsável por implantar a versão digital do Washington Post, os profissionais são atraídos de possibilidade de oferecer todos os tipos de informação que não caberiam na página de um jornal impresso²¹.

A possibilidade de utilizar recursos como textos, fotos, imagens, mapas e áudio, integrando-os na mesma mensagem, bem como de conectar, por meio do hipertexto, a matéria a informações de arquivo e/ou complementares disponíveis na home do próprio veículo ou em outro site, sem dúvida, incrementam a produção. Segundo Giussani, o “hipertexto é o motor dessa diversificação da informação”, capaz de satisfazer os múltiplos níveis de interesse do leitor, do superficial ao profundo, de contextualizar fatos, de associar informações, fontes e mídias²².

Quanto à distribuição de notícias, a Internet mostra-se um veículo de difusão contínua. A informação no meio digital pode e deve ser revista após a sua distribuição. Estabelece-se nova relação com o tempo: o jornalismo digital “cassa a cronologia e permite reutilizar ao infinito as informações, atualizá-las, corrigi-las, completá-las”²³.

Os custos dessa difusão também são atrativos. O lançamento um produto noticioso na Internet requer menos investimento do que o necessário para distribuí-lo nas mídias tradicionais. Nos Estados Unidos, por exemplo, os investimentos para se lançar uma revista mensal, de alcance nacional, são estimados em US\$ 15 milhões. Uma publicação similar na Internet tem custo aproximado de US\$ 100 mil²⁴.

Desafios quanto ao processo de produção e difusão da notícia, à atividade profissional e às categorias conceituais da comunicação

Em termos de comunicação, a Internet representa algo até então nunca experimentado. Se, por um lado, o uso de ferramentas das mídias tradicionais contribui para que o produto noticioso digital se torne familiar aos olhos do leitor²⁵, por outro as múltiplas possibilidades abertas com os recursos multimídia e interativos coloca os profissionais de comunicação diante de grande desafio: a construção de modelo que se beneficie, ao máximo, das potencialidades do novo meio.

Assim, faz-se necessário pontuar o estabelecimento de novas relações no triângulo leitor-jornalista-notícia. Há diversidade, por exemplo, no modo como se coleta a informação: os “surfistas” se contentam em ver o que há e buscam a surpresa e o prazer. Já os “pesquisadores” estão à procura de determinada informação e tem certa pressa em obtê-la. Também são múltiplos os níveis de interesse no que se refere tanto a assuntos, quanto ao grau de profundidade no tratamento das notícias.

Além disso, diversifica-se a forma de ler. O hipertexto criou a possibilidade de leitura não linear, transformando os dados espaciais e temporais da produção e da exploração da informação. É possível saltar de um documento a outro e fazer tanto a leitura linear clássica quanto um percurso individual. Pode-se navegar em fragmentos, compostos não necessariamente de textos e recompostos segundo os desejos, interesses e intuições do leitor.

²¹ Ver MCADAMAS, Melinda. *Inventing an Online Newspaper*. Listserver@guvm [listserver@guvm.georgetown, edu]. Julho 1995, sobre a experiência do Washington Post na Internet. Relato minucioso da responsável pela implantação da versão digital, enfocando a organização das seções e páginas do site.

²² GIUSSANI, Bruno. *Révolution dans l’information*. Le Monde Diplomatique[on line], Paris, out. 1997. Disponível: <http://www.monde-diplomatique.fr/1997/10/GIUSSANI/9300.htm> [20 agosto 1999]. Enfoca a comunicação na era da Internet.

²³ Ibidem.

²⁴ GONÇALVES, op. cit., nota 14.

²⁵ Ver o uso do jornal como metáfora em MCADAMAS, op. cit., nota 20.

Soma-se a isso o fato de que a recepção também adquire outro sentido: sempre estamos aguardamos informações. A estocagem dá lugar ao acesso à notícia mais recente. Também é preciso levar em conta a mudança na relação com o espaço, trazida pelas novas tecnologias de comunicação. Segundo Castells, “localidades ficam despojadas de seu sentido cultural, histórico e geográfico e reintegram-se em redes funcionais em colagens de imagens, ocasionando um espaço de fluxo que substitui o espaço de lugares”²⁶.

As mudanças na forma de busca, leitura e recepção da informação exigem nova maneira de escrever que contemple as relações com o tempo e o espaço. O desenvolvimento de linguagem própria deve contemplar não só formas diferentes de contar a história, como também modos de como disponibilizar as informações ao público. Assim, o jornalista precisa se ater às especificidades do novo meio:

1. Os jornalistas estão acostumados a escrever seguindo a forma primária de organização de texto, de progressão linear. Hoje, a linguagem direta do jornal e o modelo da pirâmide invertida são o melhor modelo, mas não o único. Cada matéria tem um microelemento, isto é, a essência da história, que deve ser linear e coerente. Os macroelementos são as informações contextuais e correlatas e devem ser organizados de forma a atender aos níveis diferentes de informação, demandados pelo leitor²⁷.

2. É preciso saber explorar os elementos multimídia. O texto nem sempre é a melhor maneira de se comunicar e pode ser substituído, por exemplo, por áudio ou imagem. No entanto, o uso desses recursos exige cautela. George Landow, professor da Brown University, lembra que os links devem representar relacionamentos coerentes. “Quando os usuários seguem links e encontram material que pareça não ter uma relação significativa com o documento que originou o link, eles se sentem confusos e ressentidos”²⁸.

3. A tela de computador oferece ao leitor condições ruins de legibilidade. Segundo pesquisa do Instituto Nielsen, ler na Web é 25% mais difícil do que no jornal. Além disso, o tempo de descarga lento e a multiplicidade de links para outras páginas e sites podem representar desvios para o leitor. Portanto, o conteúdo continua sendo forte arma para prender a atenção. O espaço para informações é ilimitado, mas o poder de leitura, não. Estudos mostram que muitos leitores são como *scanners*: vêem a notícia como imagem, fixando-se em elementos-chave. Por isso, a possibilidade de maior espaço para as matérias deve ser aproveitada com a edição de textos curtos e enxutos, ligados entre si.

4. A Internet atrai leitores não mais pelo critério geográfico, mas por interesse temático. As novas relações com o tempo e o espaço implicam repensar o tratamento dado a matérias locais, nacionais e internacionais, tanto no que diz respeito à contextualização - comumente, na mídia tradicional, presume-

²⁶ CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo : Paz e Terra, 1999, p. 397. Trata-se do 1º volume de três livros sobre a dinâmica econômica e social da nova era da informação.

²⁷ As formas de escrever notícias para a Internet estão enfocados no paper Redação jornalística para a Web : um estudo para o Instituto Polinter de Estudos de Mídia, de Carole Riche. O trabalho, fruto de pesquisas e entrevistas com consultores, empresários e professores, foi traduzido para o português por José Antônio Meira da Rocha/Agência Experimental de Jornalismo da Unisinos.

²⁸ Ibidem.

se que as matérias locais dispensam maior contextualização para serem compreendidas -, quanto no que se refere à seleção segundo critérios de proporção – nos jornais regionais, as matérias locais geralmente têm maior peso.

5. No processo de redação e edição na Web, outro aspecto importante é a interatividade, que coloca os dois interlocutores em condições iguais. “Se eu escrevo para quem pode me responder, a maneira de escrever muda”, afirma o jornalista Mauro Malim, redator-chefe do Observatório de Imprensa²⁹.

Há desafios a vencer também no processo produtivo. O leitor é, em potencial, um produtor de informação. As facilidades para lançar uma publicação na Net são infinitamente maiores do que na mídia tradicional, mas isso não garante ao veículo condições de sobrevivência. Segundo Shirrel Rhoades, especialista na área financeira de revistas tradicionais, “publicar algo na Web realmente o torna um editor. Mas, esse fato não o coloca no mercado editorial. A verdadeira batalha é construir um negócio dentro disso”³⁰. O campo onde se luta é, cada vez mais, dominado por oligopólios compostos de grandes corporações de mídia e sujeito aos interesses comerciais.

Ainda sobre o processo de produção, dentre as possibilidades que se abrem com as tecnologias digitais está a unificação das redações de rádio, televisão, jornal e Internet, mudança em torno da qual há muito resistência, com o temor de que isso possa causar a eliminação de funções e empregos. O Chicago Tribune, depois de 20 anos esforçando-se para integrar jornal e TV, destruiu em 1998, todas as paredes e unificou as redações³¹.

Segundo Outing³², o jornalista precisa encarar a nova realidade caracterizada por redações de funcionamento ininterrupto³³, carga de trabalho ampliado, constante interação eletrônica e aquisição de novas capacidades para trabalhar com editoração multimídia, além de questões éticas e jurídicas. Uma dos pontos de discussão diz respeito à propriedade intelectual³⁴, uma vez que é possível o download e redistribuir trabalhos de autor sem permissão. Outra questão que se coloca é: como aplicar leis locais/nacionais na rede que transcende fronteiras?

Obviamente, os desafios postos pelas novas tecnologias de comunicação ultrapassam os limites das redações e atingem a área de formação dos futuros

²⁹ SQUIRRA, op. cit, p. 125. Entrevista concedida a Socorro Veloso.

³⁰ Ibidem, p. 76.

³¹ ALVES, Rosental Calmon. ‘A internet é um meio avassalador’ [on line]Gazeta Online, 15 ago. 1999. Disponível:http://www.agazeta.com.br/anterior/990815/gazeta/50_ger/015genac.htm. Entrevista concedida a Tanit Figueiredo.

³² OUTING, Steve. O efeito da Internet sobre o jornalismo (parte 2). Mundo digital [on line], São Paulo, set. 1997. Disponível:<http://www.uol.com.br/internet/parem/par230998.htm> [capturado em 20 ago. 1999]

³³ “À medida que a concorrência online aumenta, os jornais estão começando a disponibilizar notícias 24 horas por dia ao invés de realizarem apenas uma atualização a cada dia. Para satisfazer a demanda por notícias cada vez mais atualizadas, vários jornais estão exigindo que os repórteres de suas edições impressas trabalhem ainda mais e enfrentem múltiplos prazos finais (...) Além disso, o pessoal de imprensa acredita que o tempo extra despendido na redação possa encurtar o tempo do trabalho de reportagem e alguns especialistas estão preocupados com a possibilidade de a publicação imediata de notícias na Internet ocasionar descuidos jornalísticos”. Mensagem de Luciene Matos [lbmatos@bahianet.com.br] disponibilizada na lista JORNALISMO ON LINE [jornalismoonline@ufba.br] em 13 set. 1999, com a reprodução de trechos de matéria do Washington Post de 7 set. 1999 sob o título “Na Internet, os jornais nunca dormem”.

³⁴ Recentemente, um estudante de graduação da Universidade Estadual de Ohio (EUA) entrou na Justiça porque teve foto copiada de seu site na Web. Ver Mundo Digital: <http://www.uol.com.br/internet/flashvox/fla0811.htm>. ALVES, op. cit., nota 30.

profissionais de comunicação. Como adequar o ensino à nova realidade profissional, que acena com abertura de mercado e surgimento de novas funções? Para o professor Rosental Calmon Alves, da Universidade do Texas (EUA), onde criou a disciplina de Jornalismo Online, o grande desafio é formar um profissional que domine todas as linguagens para atuar no jornalismo convergente e integrado³⁵.

Nesse sentido, registra-se como iniciativa o projeto que está sendo desenvolvido na Universidade de Kansas (EUA), com o objetivo de treinar estudantes para o trabalho em um mundo dominado pela Internet e pela convergência entre as mídias. A idéia é construir um banco de dados de padrão profissional sobre o ambiente da editoração na Web que atenda aos vários veículos de mídia estudantis da universidade e sirva como modelo para a convergência de mídias. O programa prevê, ainda, a utilização da rede para a comunicação na comunidade acadêmica³⁶.

É uma boa iniciativa, mas as mudanças engendradas pelas novas tecnologias de comunicação e informação exigem mais, à medida que colocam em xeque definições e categorias estabelecidas para o jornalismo e as mídias de massa. Como as tecnologias mudam os meios, as categorias de pesquisa devem ser, obrigatoriamente, flexíveis. Há necessidade de novos modelos teóricos para se pesquisar a Internet como veículo de massa, tendo em vista que ela combina aspectos de comunicação interpessoal, grupal e mass mídia.

Ao que parece, o conceito de mass mídia deve ser repensado: “A convergência das tecnologias de comunicação, tal como representada pelo computador, explodiu o medo da desmassificação, quando audiências tornaram-se mais e mais fragmentadas”, segundo Morris & Ogan. E o que dizer das definições de notícia, com a inclusão de documentos na íntegra, e de periódico como unidade empacotada e fechada de informação, diante da possibilidade da atualização constante?

A Internet trabalha com categorias (mensagem, fonte, receptor) características do modelo tradicional de massa, ora mantendo-as como padrão ora operando nelas novas configurações. Assim, conceituá-la sob a perspectiva de mass media implica usar as estruturas de estudos tradicionais e desenvolver novos meios de pensar essas estruturas.

Modelo em construção

Pelas suas potencialidades, a Internet apresenta-se como campo fértil para experiências jornalísticas. Mas a efetivação das possibilidades criadas pelas tecnologias digitais e redes interativas implica repensar os processos de editoração e difusão da notícia, a formação profissional e as técnicas jornalísticas. A instabilidade do campo impede grandes previsões, mas ao que tudo indica o jornalismo que está nascendo dessas experiências é resultado da criação de novas estruturas e de remodelação de configurações existentes. Que ele possa ser, acima de tudo, expressão da responsabilidade social da atividade jornalística. Como nos lembra o jornalista Caio Túlio Costa:

...a palavra manter-se-á como nossa ferramenta de trabalho. Por mais que venham tecnologias e se consigam modificar os suportes como os quais trabalhamos, nossa relação com a palavra, com os fatos, com as opiniões, enfim, a necessidade de entender o mundo – e passar isso para o leitor –

³⁵ A escola de jornalismo da Universidade do Kansas não possui programa específico de novas mídias, mas cursos sobre o assunto estão sendo incorporados a cada carreira. OUTING, Steve. Preparando estudantes para a convergência das mídias. Mundo digital [on line], São Paulo, dez. 1998. Disponível <http://www.uol.com.br/internet/parem/par141298.htm>. [capturado em 24 set. 1999].

³⁶ MORRIS & OGAN, op. cit., nota 11.

permanecerá. Prosseguiremos interagindo com palavras. E continuaremos com a missão de levar a informação da maneira mais bem-acabada, completa, confiável e verdadeira. Para ser mais exato, de expor as diferentes verdades³⁷.

³⁷ COSTA, Caio Túlio. Novas tecnologias, velhos dilemas. In Seminário de Comunicação Banco do Brasil Jornalismo no caminho das transformações. Brasília : Laboratório Avançado de Estudos em Jornalismo/Unicamp, 1996, p. 95.