

Internet, ensino de jornalismo e comunidade

Paulo Roberto Botão

Mestre em Comunicação Social pela Umesp

Instituto Superior de Ciências Aplicadas (Isca Faculdades) – Limeira/SP

Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep) – Piracicaba/SP

(paulobotao@uol.com.br) – GT 8 Comunicação Digital

Resumo

A Internet alterou profundamente a forma de fazer jornalismo. Criou novas possibilidades de captar, armazenar e distribuir informações, constituindo um veículo de comunicação novo, capaz de compartilhar diferentes formatos e permitir um nível de interatividade até então desconhecido. Diante desta nova realidade profissional, formar novos jornalistas se tornou um desafio. O mundo contemporâneo e muito mais o do futuro próximo produz uma quantidade cada vez maior de informação, interpretação e opinião. Isto pode significar, de um lado, um alargamento das possibilidades de atuação para os profissionais da imprensa. Pode, de outro, implicar em um verdadeiro aniquilamento do espaço de atuação. Às instituições que preparam estes profissionais, cabe o papel de apresentar este novo contexto, evidenciar a importância estratégica do domínio das tecnologias da informação e, além disso, continuar formando bons repórteres, redatores e editores. Este trabalho tem como objetivo refletir sobre o ensino do jornalismo na era da Internet. Toma como referência as atividades desenvolvidas no Curso de Jornalismo do Instituto Superior de Ciências Aplicadas (Limeira/SP), evidenciando a presença da rede nas atividades de redação jornalística, agência de notícias, multimídia e na interface com a pesquisa e a extensão.

PALAVRAS CHAVE: Jornalismo; Jornalismo Digital; Ensino de Jornalismo

1. Introdução

Esta comunicação tem como objetivo apresentar algumas reflexões sobre os impactos da Internet no processo de ensino do jornalismo. As análises e indicações levam em conta a recente produção teórica sobre o tema e também o trabalho desenvolvido no curso de jornalismo do Instituto Superior de Ciências Aplicadas (Isca Faculdades), do município de Limeira, interior do Estado de São Paulo.

Na parte inicial do trabalho são apresentadas considerações sobre a forma como a ampliação do alcance da rede vem ocorrendo, na tentativa de se evidenciar as conseqüências deste fenômeno para o jornalismo e para o seu ensino na universidade. Em seguida, é realizada uma breve descrição do processo de ensino de jornalismo na instituição mencionada, particularmente no que tange às interfaces com a rede. Finalmente, são delineadas observações críticas sobre o processo analisado.

2. Impactos da Internet sobre o jornalismo

O jornalismo vem passando por transformações profundas nas últimas décadas e a constituição das diversas formas de comunicação em rede é, em grande medida, a principal responsável por este fenômeno. O surgimento da Internet, e a ampliação do seu alcance, nos últimos dez anos do século XX, sem dúvida, aceleraram este processo.

A utilização do rádio e da televisão como veículos de informação, também a partir do século XX, sem dúvida, teve impacto importante sobre a arte de coletar, organizar, armazenar e, principalmente, distribuir a informação. O jornal e a revista, veículos até então consagrados, tiveram que se adaptar e buscar novas identidades e papéis sociais. Ao que tudo indica, fizeram-no muito bem.

O momento atual, entretanto, marca um novo tipo de mudança. Não se trata mais de alterar apenas as formas de apresentação das informações e a velocidade de divulgação. A sociedade em rede e a Internet provocam mudanças estruturais antes impensáveis, provocando uma verdadeira revolução no processo de organização social, sendo geradoras do que alguns autores chamam de sociedade da informação.

No caso específico da Internet, não se trata apenas de um novo meio de comunicação, com capacidade de substituir ou se somar aos já existentes. Trata-se de um processo de síntese, de uma forma de hibridismo. Mas que substituir ou somar, a perspectiva agora é de integrar, de abrigar diferentes linguagens em um mesmo espaço.

Ao discutir o tema, Ismar de Oliveira Soares (1996) indica de forma extremamente interessante o caráter central da comunicação na viabilização do processo de globalização, evidenciando as interfaces entre o mundo dos negócios e as novas tecnologias da informação. O autor chama a atenção para as novas características do processo comunicativo, que seria, a partir de agora, planetário, permanente, imediato e imaterial.

A situação também é refletida sob o ponto de vista do surgimento da chamada “nova mídia”, termo utilizado por Wilson Dizard Jr (2000) para denominar meios de comunicação que operam de forma descentralizada, visando um público cada vez mais segmentado e especializado e apostando fortemente na interatividade. O grande diferencial, segundo o autor, entretanto, é a capacidade que estes novos canais têm de operar com informações de áudio, vídeo e texto, a partir da possibilidade da digitalização destas informações.

Entre as diversas conseqüências destes fenômenos estão a redução de audiência dos canais abertos de televisão e a diminuição da leitura de jornais impressos, fatores que são mais evidentes na proporção em que se amplia o acesso à Internet e serviços de televisão por assinatura. Obviamente, as conseqüências são mais visíveis, atualmente, nos países desenvolvidos, especialmente nos Estados Unidos, mas, o restante do mundo certamente irá enfrentá-las mais cedo ou mais tarde.

Sob o ponto de vista do jornalismo, são muitas as questões a serem enfrentadas. Uma das mais importantes é a de como lidar com a informação em um momento em que ela se torna cada vez mais disponível e, às vezes, até ofertada em excesso. Aliás, o problema hoje talvez seja muito mais o de trabalhar com o excesso de informação do que com a escassez.

Em sua “arte de fazer um jornal diário”, Ricardo Noblat (2002) reflete sobre a crise do jornalismo impresso. Numa perspectiva que foge à mera questão tecnológica, o autor chama a atenção para a importância de, num contexto como este, “fazer jornalismo”. Entre outros responsáveis pela crise, inclui os próprios profissionais, incapazes de “surpreender”

o leitor. Se há responsabilidades para quem faz, certamente, há também para aqueles que são os responsáveis por sua preparação, ou seja, as escolas e professores.

Para se enfrentar o desafio de fazer jornalismo no atual contexto, um dos caminhos é o de se pensar a organização do chamado jornalismo digital, ou online, ou ainda webjornalismo¹. É premente a formulação de novas formas de produção da informação jornalística, utilizando agora um novo suporte, que também é ferramenta e que, mais importante, projeta novas formas de formatação do conhecimento e de relacionamento com o público.

Os investimentos neste novo segmento da atividade jornalística têm sido grandes desde a segunda metade da década de 1990. No Brasil, desde a entrada na rede da Agência Estado, do grupo Estado de S. Paulo, e do Jornal do Brasil, em 1995, centenas de sites jornalísticos foram criados. São páginas criadas por jornais e revistas, emissoras de rádio e televisão, agências de notícias e também, em menor número, empresas que se arriscam a produzir noticiário para veiculação exclusivamente na rede.

No Brasil, a produção de pesquisas científicas sobre este novo universo de veículos de informação, entretanto, não cresceu na mesma proporção e com a mesma rapidez. Os primeiros trabalhos acadêmicos com análises destas experiências, em uma fase inicial principalmente com estudos de caso, aparecem somente no final da década, principalmente em congressos da área de Comunicação Social, como os da Intercom e da Compós.

Mais recentemente, entretanto, começam a aparecer iniciativas mais consistentes e organizadas, voltadas para a produção de um arcabouço teórico capaz de servir como referência para a pesquisa aplicada. Destaca-se o material produzido pelo Grupo de Pesquisa de Jornalismo Online (GJOL), organizado na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA)².

¹ A pesquisadora Luciana Mielniczuk apresenta um panorama esclarecedor sobre a utilização destas e outras diferentes denominações para o fenômeno do jornalismo na, para a e com a Internet, no texto “Sistematizando alguns conhecimentos sobre o jornalismo na web”, publicado em MACHADO, Elias, PALÁCIOS, Marcos. *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: Calandra, 2003.

² Destacam-se entre os produtos deste grupo duas publicações recentes: MACHADO, Elias, PALÁCIOS, Marcos. *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: Calandra, 2003 e MACHADO, Elias. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.

Outra iniciativa importante de sistematização de informações sobre o tema aparece no trabalho do pesquisador José Benedito Pinho (2003), que trata de aspectos conceituais e técnicos. O autor já se detivera antes, em estudo de estrutura semelhante, no relacionamento entre a publicidade e a rede (PINHO, 2000).

Visando a orientação de produções de jornalismo digital e online assim como o ensino e a pesquisa aplicada nestas áreas, é oportuno ter em mente algumas definições conceituais já desenvolvidas e confrontadas. Entre estas, destacam-se as reflexões sobre as características da Internet como veículo de informação e as peculiaridades do webjornalismo.

O tratamento adequado de um produto jornalístico para a rede, segundo Pinho (2003), implicaria em estar atento para algumas características típicas do novo veículo, como a não linearidade, a instantaneidade, dirigibilidade, interatividade, pessoalidade e acessibilidade. O autor também chama a atenção para o fato do veículo possuir um custo de produção extremamente baixo quando comparado aos impressos e demais eletrônicos, um público qualificado e especificidade de apreensão, em virtude do caráter ativo do ‘receptor’ e da maior dificuldade de leitura.

O webjornal, segundo Palácios (2003), apresentaria seis características: interatividade, hipertextualidade, multimídia, convergência, memória e atualização contínua. O autor chama a atenção para a importância do processo de memória, pois a Internet muda o processo pelo qual a informação jornalística acumulada pode ser oferecida ao leitor. A presença de bancos de dados ilimitados e de acesso fácil a todos vem multiplicando a quantidade do conhecimento disponível aos jornalistas e leitores e, mais importante, alterando substancialmente a sua qualidade.

A pesquisadora Luciana Mielniczuk (2003), entretanto, chama a atenção para o fato de que há uma discrepância muito grande em relação aos recursos disponíveis e aqueles efetivamente utilizados pelos veículos de informação atuantes na rede. Enquanto muitas já se constituem no que a autora chama de páginas de “terceira geração”, explorando a hipertextualidade, atualização contínua, interatividade, multimídia e personalização, outras ainda se mantêm no estágio denominado de “primeira geração”, realizando apenas uma transposição do impresso para a rede, e muitas vezes com um conteúdo inferior àquele disponível na versão em papel.

Neste contexto, de expansão do jornalismo na Internet e ampliação do instrumental teórico sobre o tema, é oportuno avaliar até que ponto está havendo também uma melhoria da qualidade do ensino sobre este novo tipo de jornalismo. Trata-se, sem dúvida, de um desafio de grandes proporções, pois a presença da rede interfere em diversos momentos da produção da informação jornalística. Altera as formas de captação de informações, de realização de entrevistas, de acesso do público ao material publicado e, principalmente, as formas de codificação das mensagens.

Como alerta Elias Machado:

“Sem a formação de mão de obra especializada o jornalismo digital tem pouco futuro porque a pesquisa aplicada coordenada pelos profissionais do campo representa um pré-requisito para a geração da tecnologia que serve como mediadora para todas as relações dentro do jornal como sistema”. (MACHADO, 2003, p. 48)

As escolas de jornalismo precisam se apropriar de todos os recursos da Internet, oferecendo a seus estudantes um leque amplo de oportunidades de produção na rede, com a rede e para a rede. O desafio implica, entre outras coisas, em uma necessária aproximação com a informática, pois cada vez mais existe a necessidade de conhecimento de instrumentos técnicos desta área.

Além de dedicar-se a este desafio no campo operacional, da produção e do acompanhamento daquilo que o mercado de trabalho já vem fazendo, é desejável que haja investimento e que se criem condições para a prática da pesquisa aplicada, inclusive como forma de se fugir do ensino meramente reprodutivo. “O incentivo à pesquisa aplicada estimula a elaboração de conceitos para descrever as estruturas, processos, modalidades profissionais e sistemas de ensino decorrentes do paradigma digital” (MACHADO, 2003, p 51).

3. Experiência de ensino no Isca Faculdades

Em funcionamento desde o ano 2000, o curso de jornalismo do Isca Faculdades forma neste ano sua segunda turma de profissionais. Seu projeto pedagógico e grade curricular foram construídos já sob a égide das novas diretrizes curriculares para a área de

Comunicação Social. Levam em conta também a presença cada vez maior de um ambiente em que as tecnologias da informação tornam-se centrais na vida das pessoas.

A proposta é formar profissionais preparados técnica e teoricamente para o exercício do jornalismo. Levando em conta o atual contexto social, político e econômico do país, valoriza a inserção no mercado regional e a disposição para as ações empreendedoras. Disciplinas como Realidade Regional em Comunicação e Inovação e Gestão em Negócios de Comunicação, por exemplo, são indicativos desta opção.

Outro enfoque da formação oferecida é o da preparação para a atuação no ambiente digital e da Internet. A opção se materializa em disciplinas como: Editoração Eletrônica, Computação Gráfica e Multimídia.

Mas, a produção e reflexão no espectro digital acontecem também na articulação com áreas de produção tradicionais do jornalismo, como nas disciplinas de Edição e Redação para Jornalismo, e na execução de projetos acadêmicos, como o da Agência de Notícias Nova e do Núcleo de Comunicação (Nucom).

Os resultados da atuação em todas estas frentes são visíveis em trabalhos relacionados a cada uma das disciplinas, nas produções dos Trabalhos de Conclusão de Curso, que envolvem monografias e projetos experimentais e, principalmente, na organização de quatro sites: da Agência de Notícias³, do Nucom⁴, da produção Multimídia⁵ e da revista eletrônica Revisca⁶.

O site do Nucom constitui uma revista científica eletrônica, que objetiva consolidar-se como espaço de divulgação do trabalho acadêmico de pesquisa realizado na instituição de ensino. Seu caráter multidisciplinar garante uma produção de reflexões nos campos da publicidade e propaganda e do jornalismo, através da veiculação de textos produzidos por professores, alunos e colaboradores.

Atualmente em seu segundo ano e na sexta edição veiculada, o Nucom abre espaço para artigos científicos, comentários e entrevistas, proporcionando um diálogo interessante entre

³ <http://www.iscafaculdades.com.br/agencianova>

⁴ <http://www.iscafaculdades.com.br/nucom>

⁵ <http://www.iscafaculdades.com.br/jornaisonline>

⁶ <http://www.iscafaculdades.com.br/revisca>

as duas áreas do curso de Comunicação (Jornalismo e Publicidade e Propaganda). A presença do site tem garantido espaço para as reflexões teóricas que permeiam a prática do curso, evidenciando a possibilidade de pensar o processo de ensino integrado à pesquisa e à extensão.

O site Jornais On-line é resultado do trabalho integrado da disciplina Multimídia, responsável pela concepção e formatação dos produtos, com Redação Jornalística e Edição. No âmbito da primeira é preparado o boletim Comunidade, que possui uma versão impressa, distribuída aos segmentos para os quais foi elaborado, e uma versão digital, numa perspectiva de se ampliar o horizonte das informações. No âmbito de edição é preparado o jornal “Oficina”, que também possui versão impressa e digital.

No caso desta experiência, portanto, o que se observa é a tentativa de transposição de material originalmente impresso para a Internet. Apesar de haver a exploração do caráter hipertextual do veículo, o que se evidencia é uma situação típica dos sites denominados como de primeira geração, pois somente alguns trabalhos acabam sendo transferidos para a Web, além de não haver uso de recursos multimídia e de interatividade.

A experiência de produção de revista eletrônica, como parte das atividades de Redação para Jornalismo II, por outro lado, apesar de implicar na produção de reportagens planejadas para a Internet, também utiliza de forma reduzida os recursos disponíveis nesta nova mídia. Uma análise detalhada do veículo evidencia também a transposição da reportagem do impresso para a web. O único recurso presente é o dos hipertextos, que permite, entre outras vantagens, uma apropriação não linear do conteúdo.

A experiência onde se observa a incorporação de maior quantidade de recursos oferecidos pela Internet é a Agência de Notícias Nova. O site tem como objetivo apresentar noticiário voltado para os estudantes da instituição e para o público universitário. Considerando esta linha editorial, mantém seções voltadas para comunicação (jornalismo e publicidade e propaganda), cultura, cidade (noticiário sobre acontecimentos das cidades onde residem os estudantes do curso), agenda, cinema, opinião, entrevista e notícias Isca (noticiário sobre fatos envolvendo a IES).

As páginas utilizam hipertextos, fotografias e outros elementos ilustrativos e eventualmente, oferecem arquivos de áudio e animações. Como se trata de um site de

informação jornalística, a indicação das datas de inserção das matérias garante dinamismo e atualização. Entretanto, o registro de matérias anteriores, que garantiria uma memória dos acontecimentos retratados, é precário, não havendo possibilidade de acesso aos textos de anos anteriores.

Uma avaliação do conjunto das experiências revela o seguinte:

1. A instituição tem feito um esforço significativo para oferecer aos seus estudantes um instrumental teórico e prático sobre o jornalismo digital. A diversidade de experiências e práticas revela compromisso com a produção neste campo, ainda que em algumas situações se observe a mera reprodução do que ocorre no mercado.
2. Apesar da diversidade de experiências, constata-se uma desarticulação do conjunto de produções de natureza digital, fato reforçado pela ausência de um portal que garanta acesso a todos estes espaços. Os padrões de produção gráfica e multimídia existentes são muito diversos, revelando também a ausência de uma concepção única sobre o uso da rede. As únicas 'pontes' existentes entre as páginas são links, que também não estão presentes em todo o material.
3. A predominância é de experiências mais ligadas à transposição do impresso para a Internet, fato que fica nítido quando se percebe a presença extremamente reduzida de material de áudio e vídeo nas páginas. Há uma concentração de esforços na produção gráfica e de texto, utilizando-se apenas o recurso do hipertexto, como novidade e alternativa para a construção de um discurso que vai além daquele produzido para leitura no papel.
4. Visando o aprofundamento das experiências, um dos desafios mais importantes é o de estímulo maior à interatividade. A exploração desta vertente, entretanto, depende de uma aproximação maior com a área de informática, pois a maioria das ferramentas depende de recursos de programação e de bancos de dados, cuja implementação foge à área de atuação dos profissionais de jornalismo e de publicidade.
5. A inexistência de uma disciplina voltada exclusivamente para o jornalismo digital precisa ser avaliada pela instituição. Por um lado, permite a multiplicação das experiências nesta área, a partir da articulação de vários espaços de produção. Por outro, entretanto,

reduz o espaço de reflexão e sistematização desta produção, dificultando inclusive o estabelecimento de um padrão em relação ao uso desta nova modalidade de jornalismo.

Diante destas observações, o que se pode concluir é que o trabalho desenvolvido pelo Curso de Jornalismo do Isca Faculdades evidencia uma disposição para o ensino das práticas de produção e difusão da informação na Internet. Entretanto, há necessidade de se aprimorar estas experiências, garantido-se principalmente uma ampliação do uso dos recursos que o trabalho com a informação digital oferece. Investir em multimídia e interatividade são imperativos neste processo.

O trabalho acadêmico no espaço da Internet, sem dúvida, ainda é um desafio. As experiências precisam ser avaliadas e, sobretudo, compartilhadas, pois a implementação do ensino do jornalismo digital depende da superação de muitos paradigmas teóricos e práticos. Mais do que isso, construir uma metodologia para o ensino do webjornalismo requer novas práticas pedagógicas e uma postura alicerçada na ampliação da pesquisa aplicada e aproximação crítica com o emergente mercado de atuação neste campo.

Referências Bibliográficas

CEBRIÁN, Juan L. *A rede* – Como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação de massa. São Paulo: Summus, 1999.

DIZARD JR, Wilson. *A nova mídia* – A comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

JOHNSON, Steven. *Cultura da interface* – Como o computador transforma nossa maneira de se comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo digital*. São Paulo: Contexto, 2003.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.

MACHADO, Elias *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.

MACHADO, Elias, PALÁCIOS, Marcos. *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. Em: MACHADO, Elias, PALÁCIOS, Marcos. *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra, 2003.

MIRANDA, Luciano. *Jornalismo on-line*. Passo Fundo: UPF, 2004.

MOHERDAUI, Luciana. *Guia de estilo web – Produção e edição de notícias on-line*. 2ª. Ed. Rev. Ampl. São Paulo: Senac, 2002.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. Em: MACHADO, Elias, PALÁCIOS, Marcos. *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra, 2003.

PINHO, José B. *Jornalismo na Internet – Planejamento e produção da informação on-line*. São Paulo: Summus, 2003.

PINHO, José B. *Publicidade e vendas na Internet – Técnicas e estratégias*. São Paulo: Summus, 2000.

SOARES, Ismar de O. *Sociedade da informação ou da comunicação*. São Paulo: Cidade Nova, 1996.

SQUIRRA, Sebastião. *Jornalismo online*. São Paulo: Arte & Ciência, 1998.