

## Ventos cruzados sobre o campo jornalístico. Percepções de profissionais sobre as mudanças em curso

Manuel Pinto<sup>1</sup>

O jornalismo está a mudar. Diante do panorama da mudança, nem sempre claramente caracterizada, são múltiplos e contraditórios os sentimentos, os discursos e os comportamentos. Os cenários da crise – assumida ou renunciada – vêm-se povoados de lógicas de sinal diverso, sendo, por vezes, difícil de distinguir entre o saudosismo mitificador e o exercício da crítica consistente. Neste texto, assumimos a mudança como situação crítica e, naturalmente, evolutiva, cujos contornos e desenvolvimentos não se encontram ainda bem recortados e definidos.

O desenvolvimento do webjornalismo<sup>2</sup> não veio senão baralhar ainda mais uma situação já de si complexa e constitui-se hoje como um dos mais poderosos e estimulantes desafios com que o jornalismo se debate. De resto, entendemos que as novas modalidades de jornalismo ligadas aos novos media digitais podem ser tomadas como revelador de posicionamentos, atitudes e expectativas dos jornalistas face ao quadro de condicionamentos e potencialidades que têm de enfrentar. Foi isso mesmo que procurámos apurar, através de um conjunto de opiniões recolhidas junto de algumas dezenas de profissionais do jornalismo português, que trabalham em meios tradicionais e em novos meios, com distintos estatutos na profissão. É de uma parte da informação recolhida que se procura dar neste texto os principais traços e algumas notas de leitura crítica.

### 1. Discursos e posicionamentos em torno da “crise do jornalismo”

O meta-discurso sobre o jornalismo define um arco em cujos extremos reside a afirmação de uma degenerescência galopante desta actividade social e, opostamente, uma posição utópica e de encantamento perante os novos horizontes que se desenharam para um futuro que se diz estar próximo. Ambas as

visões partilham a ideia de uma mais ou menos acentuada crise do jornalismo, tal como é praticado nos nossos dias. Consideremos algumas dessas posições.

*A posição tecnofóbica e nostálgica* – Um exemplo é-nos fornecido por Martínez Albertos, em *El Ocaso del Periodismo* (1997), obra da qual o próprio autor considera transpirar “uma visão amarga e decepcionada” (p.17). Segundo ele, “os jornalistas perderam o rumo do seu ofício e cada vez sabem menos qual o papel que lhes cabe no grande teatro do mundo” (p.18). Mais grave ainda, para o autor, é o facto de as sociedades já não precisarem do jornalismo para sobreviverem.

Profetizando o desaparecimento dos diários impressos em papel até ao fim da segunda década do presente século<sup>3</sup>, frente à “avalanche electrónica” (p.26), Martínez Albertos introduz um tom apocalíptico no seu discurso ao ver neste processo inexorável uma luta entre a cultura e a tecnologia, podendo esta última vir a tornar-se “uma ameaça grave para as liberdades da cidadania” (p.31). “A mentalidade pós-moderna está a minar seriamente os fundamentos ideológicos que tornaram possível tanto o nascimento, como o desenvolvimento e impulso posterior desta forma de trabalho social a que chamamos jornalismo”, espécie que se encontra, de facto, “em vias de extinção” (p.42). Neste quadro, os jornalistas, que se foram constituindo, ao longo dos séculos XIX e XX, “quase como uma verdadeira profissão” (ibid.), tenderão a incorporar-se cada vez mais no indistinto e extenso oceano dos *database producers*, dos *information providers*. Em suma, deixarão cada vez mais de ser jornalistas para passarem a ser “fornecedores de conteúdos”.

Um quadro de tons semelhantes, embora não especificamente centrado na análise do campo jornalístico, transparece de alguns escritos de Neil Postman, um autor americano recentemente falecido, cujo pensamento tem conhecido um assinalável sucesso

internacional. Ainda antes da “explosão” da Internet, sublinhava ele no texto *Informing Ourselves to Death* (1990), desenvolvido, dois anos depois na obra *Technopoly – The Surrender of Culture to Technology*, a propósito das incidências culturais do computador: “Os elos entre a informação e a acção desfizeram-se. A informação é hoje uma mercadoria que pode ser comprada e vendida, usada como forma de entretenimento ou exibida como ornamento potenciador do status de cada um. Aparece indiscriminadamente, dirigida a ninguém em particular, desligada da respectiva utilidade; vemo-nos afogados em informação, não temos controlo sobre ela e nem sequer sabemos o que fazer com ela (...) Não sabemos qual a informação que é relevante e qual a que é irrelevante para as nossas vidas”. Seria uma injustiça catalogar o rico e denso contributo de Postman e de Martínez Albertos em categorias tão redutoras como “tecnofobia” ou “nostalgia”. Mas é legítimo anotar que num e noutro dos discursos transparece um referencial que deixou de existir e que é visto como uma perda e, eventualmente, como o prenúncio de um desastre.

*Uma certa perspectiva da economia política* – Pierre Bourdieu e, com ele, outros autores como Ignacio Ramonet ou Serge Halimi, por exemplo, não se têm cansado de propor uma reflexão sobre o jornalismo em tons de forte pendor crítico.

Partilham a ideia de que o jornalismo se encontra dominado pela lógica de mercado e de que a informação é cada vez mais uma mera mercadoria, sendo os jornalistas, ou pelo menos a elite deste grupo profissional compósito, “os novos cães de guarda” do pensamento único de matriz neoliberal (Halimi, 1997). Mas é possível identificar, numa análise mais atenta, diferentes leituras sobre o papel dos jornalistas e do jornalismo na sociedade. Em *Sur la Télévision*, Bourdieu (1996) atribui aos jornalistas e, de forma mais ampla, ao campo jornalístico, “um monopólio de facto sobre os instrumentos de produção e difusão em grande escala da informação”, controlando, desse modo, o acesso dos cidadãos ao espaço público, impondo “ao conjunto da sociedade os seus princípios de visão do mundo” e exercendo “uma censura formidável” relativamente ao que não cabe

nas suas categorias de notoriedade pública (cf. especialmente pp. 52-54).

Este tema da censura jornalística sobre o sistema social é retomado em trabalhos de Patrick Champagne (1998) e de Ignacio Ramonet (1999), entre outros. Mas surge, no caso destes dois autores, uma atenção particular às transformações e contradições do campo profissional dos jornalistas. Na sua análise, tem-se vindo a aprofundar um fosso cada vez mais acentuado entre um reduzido grupo de vedetas e nomes consagrados e uma maioria subalternizada e em situação laboral de maior ou menor precaridade, facilmente controlável e manipulável pelas hierarquias. Para Ramonet – divergindo aqui sensivelmente da leitura de Bourdieu – a partir dos anos 60, os jornalistas foram perdendo – “o monopólio que detinham nas sociedades democráticas”, num processo que passou por uma crescente diluição das fronteiras que os separavam das lógicas da publicidade e das relações públicas. Foram-se transformando em simples *media workers*, perdendo a sua “singularidade” (p.55). Por outro lado, e na medida em que a Internet e os novos media permitem a cada indivíduo “não apenas ser, à sua maneira, um jornalista, mas até colocar-se à cabeça de um *medium* de dimensão planetária”<sup>4</sup> (p.56), passa a fazer sentido interrogar-se sobre o futuro do jornalismo. Do seu ponto de vista, os jornalistas “estão em vias de extinção”, uma vez que “o sistema já não os quer”, podendo “funcionar sem eles”. (p.51).

*Posição tecnófila e messiânica* – Mostramos a história do aparecimento e difusão das tecnologias que, a cada novo meio de comunicação, se verificam de forma recorrente atitudes e discursos ora de medo e de resistência, ora de euforia e de adesão. O mesmo tem ocorrido nos últimos anos com a Internet e os novos media, tanto mais que, neste caso, não se trata apenas de um novo meio de informação e comunicação, mas de uma rede de redes à escala global, que configura um ecossistema informativo multimédia, interactivo e dinâmico, em que se acentua a convergência de meios, tradicionais e recentes.

Assim, com a World Wide Web e, mais especificamente com a Internet, são postas em destaque as rupturas operadas relati-

vamente aos quadros e paradigmas pré-existentes e, sobretudo, as possibilidades e cenários que se poderão abrir com o acesso à rede e a respectiva utilização. Nesta linha, enfatiza-se a quantidade e diversidade de informação disponível, a multiplicidade de formas e de serviços, as diversas modalidades de utilização e de relacionamento, as inúmeras possibilidades de definir menus individualizados de informação e de aceder directamente às fontes (Hume, 1995), entre muitos outros aspectos.

De uma forma mais ou menos expressa, porém, alguns dos discursos sobre as potencialidades da Internet tendem a alimentar a crença na possibilidade de, com os novos media, se concretizar a “aldeia global” anunciada por McLuhan, marcada por um regime comunicacional entre as pessoas e os grupos sociais de natureza mais horizontal e democrático. Como observa Klinenberg (1999), referindo-se ao campo jornalístico, os novos media são apresentados como abrindo aos jornalistas a possibilidade de produzir uma informação “mais completa e mais fiável”.

Não iremos ao ponto de afirmar, como James Fallows (1999), que a Internet “mudou mais o comércio do que qualquer outro sector”. Em qualquer caso, importa considerar como convivem e se relacionam os discursos encantatórios sobre as tecnologias com as práticas empresariais e de gestão que procuram tirar partido dessas mesmas tecnologias, designadamente no caso do jornalismo, analisando a esta luz, por exemplo, as experiências de “fiasco” de finais dos anos 90 e princípios desta década. Assim como importa analisar em que medida novos formatos e modalidades de uso da internet, nomeadamente no plano da edição personalizada de informação, configuram lógicas diferenciadas ao nível da produção, circulação e utilização ou não passam de “experiências” marginais e, finalmente, inconsequentes.

As mudanças que têm vindo a ocorrer nos últimos anos no campo jornalístico justificam a interrogação sobre se estaremos perante simples desenvolvimentos configuradores de cenários novos ou, pelo contrário, diante de uma ruptura ou mesmo de uma revolução relativamente àquilo que

tem sido característico do jornalismo, levando à emergência paulatina de uma outra realidade radicalmente distinta da anterior. Em qualquer dos casos, torna-se relevante saber *-de que modo é que um dos principais actores deste processo percebem e avaliam as mudanças em curso.*

## **2. Percepções de jornalistas portugueses sobre as mudanças no campo jornalístico**

A informação disponível sobre a pesquisa em torno da profissão jornalística em Portugal é, em termos gerais, escassa e, até ao presente, centrada sobretudo na caracterização sóciodemográfica (Pais, 1998; Subtil, 2001). Em particular sobre o jornalismo online, os estudos são ainda mais escassos, embora com sinais de atenção progressiva nos vários centros universitários que se dedicam a investigar este campo.

O assunto foi objecto de debate no último Congresso dos Jornalistas Portugueses, realizado em 1998, tendo os congressistas manifestado, relativamente às novas tecnologias, jornalismo tal como até hoje tem sido entendido e praticado”. Estas novas tecnologias “não devem ser encaradas como uma sentença de morte imediata para as formas tradicionais de jornalismo e para os seus princípios essenciais (...) mas sim como uma maneira diferente de fazer jornalismo, tão legítima como as outras, desde que igualmente sujeita a esses princípios” (1998: 17).

Considerando o polissémico tema do congresso, “Jornalismo real, jornalismo virtual”, de cerca de uma centena de comunicações nele apresentadas, apenas cinco se debruçaram sobre a Internet e o jornalismo online e mesmo estas predominantemente voltadas para a apresentação da novidade e dos medos, expectativas e questões a ela associadas.

### **Nota metodológica**

Foi com esta tela de fundo que procurámos ir um pouco mais longe. Dirigimos, na primeira metade de Abril de 2001, 285 cartas a outros tantos jornalistas através de correio electrónico, contendo em anexo um questionário intitulado “Mudanças na prática do jornalismo”. Os critérios de selecção dos

destinatários foram vários, a saber: existência de endereços de e-mail disponíveis na ficha técnica dos órgãos informativos<sup>5</sup>; diversidade de profissionais, considerando designadamente o sexo, o tempo de profissão e a função exercida); diversidade de suportes, contemplando meios impressos, radiofónicos, televisivos e online. Foram obtidas 42 respostas, abarcando 23 homens e 19 mulheres, distribuídos, do ponto de vista do meio em que exerciam a profissão, do seguinte modo: 12 na imprensa, três na rádio, seis na televisão, nove online, quatro combinando mais de um dos meios atrás referidos (oito não indicaram o meio em que trabalhavam). Cerca de três quartos trabalhavam como jornalistas há mais de cinco anos. Relativamente ao estatuto na profissão, dois exerciam funções de direcção, oito eram editores e os restantes repartiam-se pelos vários escalões da ‘carreira’ de jornalista.

Importa referir que o objectivo deste questionário se destinava a obter informação pertinente de interlocutores diversificados, tendo em conta as variáveis referidas. Não se pretendeu, nesta fase, obter uma caracterização global desta actividade profissional, pelo que não se pode, do apuramento das respostas, inferir outras conclusões que não indicadores, sugestões e hipóteses de trabalho que possam orientar estudos de espectro mais largo e representativo. Por essa razão, mais do que proceder a um tratamento estatístico dos dados, procurámos, relativamente a parte das questões apresentadas, inventariar as respostas e analisá-las.

### **Problemas e potencialidades do jornalismo na actualidade**

Duas questões de carácter geral foram colocadas na parte inicial do questionário. Uma solicitava que os interlocutores identificassem os problemas mais relevantes do jornalismo, tendo como referência os últimos dez anos. Outra inquiria sobre as potencialidades ou virtualidades que o jornalismo poderá conter, tomando como referência o próximo futuro. Em ambos os casos, a resposta era aberta, solicitando-se que a opinião fosse dada de forma sumária e tónica.

Relativamente aos problemas identificados, aquele que foi mais vezes nomeado foi

o da crescente tendência para o *sensacionalismo na informação jornalística*. Agrupando as respostas por grandes categorias, aquela que surge com mais expressão é, porém, a que foca a *concentração de empresas de comunicação social e a contaminação da informação pela lógica comercial*. Logo a seguir, e em relação estreita com este ponto, surgem aspectos como a precarização das condições laborais, questões ligadas à formação dos jornalistas e a derrapagem ao nível dos valores ético-deontológicos.

As virtualidades e potencialidades concentram-se, de forma claramente maioritária, nas vantagens que advêm ou advirão dos desenvolvimentos ao nível das tecnologias. A grande distância seguem-se as expectativas ligadas à informação (multiplicação de fontes, crescimento da informação, maior intervenção dos públicos, maior necessidade da intermediação) e às atitudes e práticas dos jornalistas (o acordar e arrepiar caminho dos profissionais; expectativa de afirmação da exigência de mais qualidade na informação, etc). A esperança numa nova geração de jornalistas, com outra formação e a crença em atitudes mais exigentes da parte do público são outros aspectos sublinhados nas respostas.

Em que é que o online faz a diferença “Parece-lhe haver características do jornalismo online que sejam intrinsecamente diferentes das do jornalismo tradicional?”, era outra questão colocada. Note-se, em primeiro lugar, que apenas dois profissionais consideraram não conhecer ou conhecer mal o jornalismo online. Entre os restantes, registou-se um acentuado consenso no sentido de afirmar que, no essencial, as regras e normas deontológicas e as exigências de verificação e filtragem são comuns a todas as modalidades do jornalismo.

Foram manifestadas opiniões que comparam o jornalismo online com o jornalismo praticado no âmbito de outros media. Assim, o online assemelhar-se-ia ao jornalismo radiofónico no estilo de linguagem e na rapidez exigida. Já nas possibilidades de contextualização e na ênfase na linguagem escrita, as semelhanças seriam mais com a imprensa. O estilo sucinto e factual aproximá-lo-ia, por sua vez, do das agências noticiosas.

Todavia, a maioria dos respondentes considerou que, não existindo diferenças de fundo, tal não significa que não existam diferenças assinaláveis a vários outros níveis. O mais sublinhado diz respeito às *incidências na prática do jornalismo*, matéria sobre a qual se observam algumas inquietações e perplexidades.

As opiniões dividem-se entre aspectos positivos (o online favorecerá um jornalismo mais contextualizado e apoiado na pesquisa; estimularia o tratamento multimedia dos factos reportados; permitiria a correcção *in situ* dos trabalhos disponibilizados, uma vez verificada a existência de erros) e igualmente diversos riscos e debilidades (a velocidade exigida

prejudicaria o cruzamento de fontes, o aprofundamento e a filtragem dos assuntos; o jornalismo online seria “stressante” no que se refere a “breaking news” e não favorecerá a investigação e o investimento em géneros nobres como a reportagem).

A diferença instaurada pelo jornalismo online estende-se, entretanto, a outros domínios, segundo vários dos inquiridos. O *imediatismo* é especialmente destacado, recobrando este conceito quer a noção de instantaneidade, de ausência de distanciamento por parte do informador relativamente à matéria difundida, quer, numa perspectiva de cunho mais positivo, embora bastante menos referida, a agilidade e o dinamismo exigidos neste quadro. Outras dimensões igualmente anotadas com algum destaque dizem respeito às *virtualidades do multimedia e da interactividade*, à *universalidade do acesso à informação*, à *ausência de limites de espaço e de tempo* (pelo menos do ponto de vista técnico), mas também àquilo que alguns respondentes consideraram ser um *empobrecimento do estilo e da criatividade da escrita jornalística*.

### **Jornalistas polivalentes e produtores de conteúdos: realidades a distinguir**

Têm-se multiplicado nos meios de difusão colectiva as declarações de dirigentes de alguns grupos de comunicação acerca de novas tendências e experiências na prática do jornalismo e de cenários em que os jornalistas passariam a desenvolver activida-

des não confinadas a um único meio do mesmo grupo.<sup>6</sup> Tendo isto em consideração, foi colocada aos inquiridos a seguinte pergunta: “*Que comentários lhe suscitam designações e conceitos como ‘produtores de conteúdos’ ou ‘jornalistas polivalentes’, que começam a surgir e a ser postos em prática?*”. Pretendia-se, com este ponto, não apenas captar a representação dos profissionais consultados sobre esta matéria, mas, mais basicamente, apurar em que medida este tópico é percebido como relevante e é objecto de acompanhamento.

A análise das respostas leva a concluir que, pelo menos parcialmente, o registo diverge da (e recoloca a) problemática levantada pela pergunta. Ou seja, para grande parte dos respondentes, “jornalistas polivalentes” e “produtores de conteúdos” remetem para matérias relativamente autónomas, que merecem, por conseguinte, apreciação distinta.

Relativamente à polivalência dos jornalistas, encontrámos três tipos de sensibilidades. Uma delas, com uma expressão quantitativa importante, tende a contrapor polivalência a especialização, re-introduzindo, por esta via, um debate já antigo, na comunidade dos profissionais. Sublinha, por conseguinte, que um “verdadeiro jornalista” é ou deve ser polivalente. A especialização que se acentuou sobretudo nas últimas duas décadas pode não ter sido necessariamente um recuo em si mesma, mas terá ido a par de uma perda profissional, traduzida numa visão e atitude menos abertas e de um maior acantonamento nos âmbitos especializados de actuação.

Como se torna notório, a pergunta que havíamos colocado apontava para um outro universo e para um modo diverso de conceber a polivalência. A perspectiva de boa parte das respostas não deixa, no entanto, de suscitar problemas da maior relevância para a análise do jornalismo actual.

Há, depois, quem manifeste uma opinião favorável à polivalência, por motivos que poderíamos designar como pragmáticos: “*é fundamental que o jornalista saiba fazer um pouco de tudo*”; ou: “*a polivalência é uma mais-valia*”; ou ainda: ela “*é admissível se o profissional tiver capacidade de resposta*” e “*se não puser em causa a sua dignidade e estatuto profissional*”.

Entre os que se insurgem contra a designação detectam-se igualmente sensibilidades e níveis diversos de resposta. Também aqui pode encontrar-se o lado pragmático: “*vejo mal que um jornalista seja simultaneamente redactor, fotógrafo, radialista, cameraman: não dominará bem nenhum*”; “*se for levado a fazer tudo, não fará nada bem feito*”. Isto porque a polivalência configura uma “*usurpação de funções*”.

Mas é a lógica económica e o impacte de estratégias empresariais que transparece de forma clara noutras opiniões: a polivalência “*é uma designação das entidades patronais para pagarem menos e reduzirem os custos*” e revela que a informação “*é apenas mais uma mercadoria disponível*”. Ou: trata-se de uma “*expressão inteligentemente usada por quem pretende reduzir o trabalho dos jornalistas a meros obreiros de produtos vendáveis*”.

No que respeita à expressão “produtores de conteúdos”, as opiniões pautam-se por idênticos padrões, com a diferença de que quase não há quem aceite ou justifique tal conceito: apenas um jornalista refere que os seus pares nunca foram outra coisa e outro observa que este tipo de designações exprime uma tendência de futuro: indica o que os jornalistas virão a ser.

Vários respondentes patenteiam clara aversão relativamente à expressão “produtores de conteúdos”. Consideram-na “*pouco feliz*”, “*absurda*”, “*irritante*” e até mesmo “*um perigo*” e “*a negação do jornalismo*”. Das respostas infere-se que os produtores de conteúdos existem, mas não são jornalistas, uma vez que “*o jornalismo é mais do que isso*” e misturar ou indiferenciar as duas realidades constitui uma “*forma de desvirtuar a profissão, de banalizá-la*”. É uma expressão de estratégias empresariais para criar sinergias e reduzir custos. “*Tem a ver com a crise do conceito de jornalista*”, resume um dos inquiridos. Interessante é a ênfase que duas das respostas recebidas colocam não tanto no conceito de conteúdos, mas no de produtores. “*Os conteúdos podem ser jornalísticos, ainda que presentemente tenham uma conotação de infotainment; a palavra ‘produtore’ remete o jornalismo para a produção industrial, orientada apenas para o mercado, para o lucro*”, considera um

jornalista ligado a um jornal diário. E outro, com funções de direcção num semanário de informação geral, acrescenta: “*o jornalista é mediador de factos e não produtor de conteúdos. Este conceito de ‘produtor’ leva à actual tendência de ajustar os factos ao que é e não é vendável*”.

### 3. Comentários e problematização

Pode dizer-se que os jornalistas que participaram nesta recolha de opiniões exprimem, nas suas respostas, uma ideia forte de que um dos grandes focos problemáticos, no actual quadro do jornalismo, deve ser colocado nas empresas e nos grupos de comunicação, nas lógicas comerciais que cada vez mais as orientam e que fazem sentir progressivamente os seus efeitos nas redacções. O sensacionalismo, a “tabloidização”, o *infotainment* e a superficialidade são ao mesmo tempo característica e consequência daquele quadro de concorrência exacerbado. No terreno laboral, os sinais do mesmo fenómeno seriam a precarização dos vínculos laborais, o fosso crescente entre uma elite jornalística e o grosso dos titulares de carteira profissional, e a degradação da profissão em termos retributivos.

Globalmente, pode detectar-se, no tom geral das respostas, a afirmação mais ou menos clara do jornalismo como um serviço à colectividade, como uma alavanca e um revelador fundamentais do espaço público. Em sintonia, de resto com o teor geral dos discursos que a “classe” produz acerca de si própria, quando se reúne nos seus congressos, por exemplo. No entanto, aquilo que surge como possível manifestação de um ideal nobre pode também recobrir uma visão mitificada e romântica dos jornalistas e do jornalismo ou, em todo o caso, exprimir uma dificuldade de reflectir de forma mais complexa e menos dicotómica a relação da actividade profissional com as condições concretas do seu exercício, hoje e aqui. De resto, os factores problemáticos referenciados são sempre exteriores à iniciativa ou responsabilidade dos próprios jornalistas: cabem, antes, às empresas, aos directores, ao mercado, etc.

Poderia ser lido a esta luz um certo paradoxo que se apura das respostas rece-

bidas entre um quadro geral pintado com tonalidades bastante escuras e, por outro lado, as esperanças e expectativas depositadas nas inovações tecnológicas e, em geral, nas tecnologias. Ou seja, as mesmas tecnologias, cuja sofisticação e facilidade de uso permitem às empresas impor aos jornalistas uma efectiva polivalência, vêem-se simultaneamente investidas de um poder simbólico e material profundamente transformador.

Nem a dimensão do grupo de profissionais inquiridos nem a diversidade das respostas obtidas permitem avaliar em que medida estas percepções e hipóteses correspondem a movimentos generalizados ou se fazem sentir de modo especial em determinados contextos. É, porém, saliente uma preocupação repetidamente reiterada com os rumos que o jornalismo está a trilhar, considerando as condições concretas do seu exercício.

A polivalência, apesar de se inscrever numa lógica que serve em primeiro lugar a racionalidade económica das empresas, parece constituir uma matéria relativamente à qual as posições se dividem mais do que relativamente à concepção dos jornalistas como “produtores de conteúdos”, a qual conta com uma oposição quase generalizada. Não é de todo improvável que, no cenário da polivalência, confluem visões e interesses diversos (uma certa imagem da profissão, o prestígio associado ao uso de certos equipamentos, a mira de fontes complementares de retribuição...). Já a produção de conteúdos é entendida como uma estratégia de indiferenciação e de retrocesso em termos de estatuto profissional. É, por conseguinte, sentida como ameaça à própria profissão.

O jornalismo online constitui uma modalidade cujos desafios se impõem, para a maioria dos inquiridos, mais pela forma do

que pelo fundo. Isto é: não representa uma ruptura com as normas, exigências e missão que se considera caracterizarem a profissão, embora implique mudanças profundas no modo de praticar o jornalismo. Em todo o caso, os vários tipos de riscos, perplexidades e expectativas formulados pela generalidade das respostas tornam, pelo menos, evidente um aspecto: o jornalismo online, pelo leque de questões que levanta e pela complexidade de situações em que está implicado, pressupõe desafios ainda mais exigentes e profundos aos profissionais e à prática profissional. Está longe, por conseguinte, de ser um mero problema tecnológico e de supor, para ser bem realizado, uma mera “capacitação instrumental”.<sup>7</sup>

Em termos gerais, e retomando agora as orientações dos discursos sobre o jornalismo, a que aludíamos no início deste texto, não é difícil encontrar, nas percepções e discursos dos jornalistas aqui inquiridos, posições influenciadas pela economia política dos media (denunciados como globalmente funcionais à estratégia neoliberal) coexistentes com posições tecnófilas (ou, em alguns casos, tecnófobas).

Algumas perguntas que permitiriam interrogar o alcance e significado desta conclusão: em que medida a coexistência sublinhada constitui de facto uma contradição? Que variações é possível captar, tendo em conta posições diferenciadas na profissão e distintos media ou grupos mediáticos? Que grau de coincidência ou divergência existe entre os discursos produzidos e as experiências vividas? Tanto a conclusão referida como as questões formuladas carecem de estudos complementares com vista à sua validação e matização. Importa, por isso, prosseguir as pesquisas.

## Bibliografia

**Abreu**, Dinis ; **Cabral**, Eva (2001), ‘O Independente’ acrescentava pouco ao grupo (entrevista a Miguel Pais do Amaral), in *Meios*, Abril.

**Auletta**, Ken (1998) “State of the American Newspaper Synergy City”. *American Journalism Review* (<http://ajr.org/Article.asp?id=3273>).

**Barbosa**, Elisabete; **Granado**, António (2004), *Weblogs: Diário de Bordo*. Porto: Porto Editora.

**Bastos**, Helder (2000) *Jornalismo Electrónico – Internet e Reconfiguração das Práticas nas Redacções*. Coimbra: Minerva.

**Bourdieu**, Pierre (1996) *Sur la Télévision, Suivi de l’Emprise du Journalisme*. Paris : Liber/Raisons d’Agir.

**Champagne**, Patrick (1998) ‘La Censure Journalistique’, in *Les Inrockuptibles*, 16.12.1998

Comissão Executiva do III Congresso dos Jornalistas Portugueses (1998) *Documentos, Teses, Conclusões*. Lisboa.

**Fallows**, James (1999) ‘But Is It Journalism?’. *The American Prospect*, vol.11,n.1

**Hume**, Ellen (1995) ‘*Tabloids, Talk Radio and the Future of News : Technology’s Impact on Journalism*’. The Annenberg Washington Program in Communications Policy Studies of Northwester University, Washington DC [[www.annenberg.nwu.edu/pubs/tabloids](http://www.annenberg.nwu.edu/pubs/tabloids)] (24.3.2001)

**Klinenberg**, Eric (1999) ‘Journalistes à Tout Faire de la Presse Américaine’, in *Le Monde Diplomatique*, Fevereiro (<http://www.mondediplomatique.fr/1999/02/KLINENBERG/11643>)

**Martínez-Albertos**, José L. (1997) *El Ocaso del Periodismo*. Madrid: CIMS

**Pais**, J. Machado (1998) *Inquérito aos Jornalistas Portugueses – Resultados Preliminares*—(documento policopiado apresentado no 3º Congresso dos Jornalistas Portugueses)

**Pinto**, Manuel (2001) “Fontes Jornalísticas: Contributos para o Mapeamento do Campo”. *Comunicação e Sociedade/ Cadernos do Noroeste*, nº1

**Postman**, Neil (1990) *Informing Ourselves to Death*. [<http://cec.wustl.edu/>

~ c s 1 4 2 / a r t i c l e s / M I S C / informing\_ourselves\_to\_death—postman]

**Ramonet**, Ignacio (1999) *A Tirania da Comunicação*. Porto: Campo das Letras.

**Salaverría**, Ramón (2000) Criterios para la Formación de Periodistas en la Era Digital. Conferência apresentada no I Congreso Nacional de Periodismo Digital (Huesca, 14-15 de

Janeiro de 2000[[www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/crite.htm](http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/crite.htm)] (consultado em 7.4.2001)

**Sousa**, Jorge P. (1999) *Os Novos Meios Electrónicos em Rede – um Estudo Prospectivo sobre Jornalismo Online e Outros Conteúdos na Internet Portuguesa*. [[www.bocc.ubi.pt/](http://www.bocc.ubi.pt/)]

**Subtil**, Mónica (2001) *As Mulheres-Jornalistas* [[www.bocc.ubi.pt/](http://www.bocc.ubi.pt/)]

**Winter**, William L. (2000) ‘*Our Readers of the Future*’ (discurso proferido em 12.5.2000), American Press Institute[[www.americanpressinstitute.org/](http://www.americanpressinstitute.org/)] (consultado em 23 de Março de 2001).

<sup>1</sup> Universidade do Minho

<sup>2</sup> Utilizamos neste texto os conceitos de webjornalismo, jornalismo digital e de jornalismo online como equivalentes. Estamos, no entanto, conscientes de que continua a existir alguma indefinição conceptual, dada a diversidade de situações que muitas vezes se confundem: jornalistas que utilizam a Internet como ferramenta de apoio ao seu trabalho quotidiano; jornalistas que elaboram para media tradicionais peças que são transpostas para a edição online; jornalistas que trabalham apenas no online, procurando, em grau maior ou menor, tirar partido do multimédia e da interactividade (para a discussão deste problema, é útil a consulta de Bastos, 2000: 120-129).

<sup>3</sup> O Presidente do American Press Institute, William L. Winter, no discurso “Our Readers of the Future”, antecipa o horizonte temporal de Martínez Albertos: “Creio que o salto dos vossos negócios de jornais para ‘empresas de informação’ chegará muito mais rapidamente do que supõem muitos editores. Acredito, por exemplo, que, pelo ano 2005, vários jornais americanos terão anunciado a intenção de eliminar as suas edições impressas para aderir a mais amplos, criativos e úteis pacotes de notícias, informação e publicidade na *world wide web*”. Lida à luz do que se passou entretanto, tão optimista declaração não pode fazer senão sorrir.



<sup>4</sup> Como Matt Drudge, que revelou no seu boletim electrónico o caso Clinton-Lewinsky.

<sup>5</sup> Na altura, os media jornalísticos publicitavam os mails individuais dos jornalistas, uma prática que sofreu um retrocesso nos anos mais recentes.

<sup>6</sup> A título de exemplo, numa entrevista à revista

Meios, o presidente do grupo Media Capital, Miguel Pais do Amaral, considerava que “algo como um jornalista polivalente” é o futuro da profissão (in Abreu e Cabral, 2001).

<sup>7</sup> Cf, a este propósito, as questões sugeridas no texto de Salaverría (2000).