

# OS GÉNEROS E A CONVERGÊNCIA: O JORNALISTA MULTIMÉDIA DO SÉCULO XXI

Anabela Gradim\*

## Índice

<i>Os novos media e a reconfiguração das práticas jornalísticas</i> . . . . .	2
<i>Convergência e jornalismo multimédia</i> . . . . .	6
<i>A convergência e seus efeitos sobre os géneros jornalísticos</i> . . . . .	10
<i>Epílogo: Preparar jornalistas para o século XXI</i>	13
<i>Bibliografia</i> . . . . .	16

O jornalista do futuro será uma espécie de MacGyver. Homem dos mil e um recursos, trabalha sozinho, equipado com uma câmara de vídeo digital, telefone satélite, laptop com software de edição de vídeo e html, e ligação sem fios à internet. One man show será capaz de produzir e editar notícias para vários media: a televisão, um jornal impresso, o site da empresa na internet, e ainda áudio para a estação de rádio do grupo. Esta é pelo menos a visão dos entusiastas da convergência, o super eficiente jornalista multimédia que revoluciona a produção e transmissão de notícias do futuro, e de que já haverá alguns exemplares no mercado. Que apaixonou alguns, mas atemoriza muitos mais.

---

\*Universidade da Beira Interior

### *Os novos media e a reconfiguração das práticas jornalísticas*

Este quadro que tomou nos EUA o nome de convergência foi de-spoletado com o surgimento na década de 90 dos novos media. Genericamente, distinguem-se estes novos media dos tradicionais - jornais, TV e rádio - por incorporarem uma característica, a interactividade, ausente nos old media. Enquanto os media clássicos apresentam os seus produtos de forma linear, os interactivos - audiotexto, Web, SMS, TV interactiva - possibilitam o controle da informação que se recebe, da sequência em que as notícias são apresentadas, e até, no âmbito de um dado objecto, da ordem de apreensão dos conteúdos, que não é linear e depende das escolhas cognitivas do sujeito.<sup>1</sup>

A possibilidade de seleccionar a informação que se deseja receber<sup>2</sup>, e a utilização de filtros e robots - tecnologia *push* - personalizam a individualizam a informação de uma forma sem paralelo na história dos *media*. É claro que a maioria dos *sites* na Web se limitam a uma transposição de conteúdos, sem tirarem ainda total partido do potencial que a interactividade representa, mas verifica-se em todos um movimento no sentido de aumentar a interactividade nos seus sites, e isso está a reconfigurar a actividade e práticas dos jornalistas, a par com novas formas de apresentarem os seus produtos.<sup>3</sup> A tendência parece pois ser a de que novas formas não surgirão de geração espontânea, radi-

<sup>1</sup>“*What are the new media anyway?*” pergunta Zollman: “*Simply*É you ask and you get something in return. You control de news you receive”, cf. ZOLLMAN, Pete, “*On-line News State of the Art*”, 1997, <http://www.rtnda.org/resources>

<sup>2</sup>Trata-se do intraduzível narrowcasting, por oposição a broadcasting.

<sup>3</sup>Os jornais digitais de informação geral começaram por ser transposições dos textos e imagens da versão impressa para a internet. Rapidamente, porém, os seus sites se enriqueceram com outros serviços, inexistentes no modelo *ink-stained*: subscrições on-line, inquéritos, arquivos de edições passadas, foruns, dossiers, canais de irc, links para outros sites, possibilidade de contacto por *e-mail*, correio dos leitores, motores de pesquisa, arquivo on-line, consulta de classificados por meio de bases de dados, organização de debates e *mailing-lists*. Cf. GRADIM, Anabela, *Manual de jornalismo: o livro de estilo do Urbi@Orbi*,

calizando cortes com os modos de apresentação clássicos, mas pelo contrário, evoluirão gradualmente a partir das antigas, proporcionando “pontes de familiaridade” com as rotinas cognitivas estabelecidas pelos destinatários.<sup>4</sup>

Três aspectos me parecem fundamentais na mutação induzida pelos novos media. Em primeiro lugar o acesso às fontes agiliza-se, e as trocas com os leitores são exponenciadas, facto que se fragiliza o jornalista (os leitores, colectivamente, sabem mais que ele próprio), pode e está a ser aproveitado para produzir melhor jornalismo e para refinar os processos de verificação dos factos. Muito mais ameaçadoras, em segundo lugar, são as pressões que poderão vir a ser exercidas sobre o jornalista pela faculdade de monitorizar os acessos ao trabalho que este produz<sup>5</sup>, e dramática a conjugação disso com a tecnologia do micro-pagamento<sup>6</sup>, que em breve fará a sua entrada na maioria dos sites hoje gratuitos. Ora a partir dessa altura será possível medir a produtividade do jornalista individualmente - não já em termos do que edita, mas de quanto rende aquilo que produz, até ao último cêntimo. A novi-

---

2000, col. Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, p. 183.

<sup>4</sup>“It’s important to build bridges of familiarity, and to relate new media to the things people already understand”, defende Zollman. In **ZOLLMAN**, Pete, “On-line News State of the Art”, 1997, <http://www.rtnda.org/resources>

<sup>5</sup>Se num mercado com as dimensões do americano facilmente se reunião acessos - leitores - suficientes para justificar um determinado posto de trabalho, num espaço reduzido como o português todos esses problemas serão certamente amplificados.

<sup>6</sup>Depois de se constatar a indisponibilidade da maioria dos consumidores para pagarem subscrições por acesso a sites previamente gratuitos, a indústria começou à procura de novas formas de rendibilizar os seus investimentos, para além dos lucros já hoje trazidos pela publicidade. A resposta poderá muito bem ser o micro-pagamento. A possibilidade de dispendir uns poucos cêntimos (dois, três, cinco...) pelo acesso a um dos trabalhos do jornal. Ao invés de assinar uma subscrição, o leitor paga à peça, e só rigorosamente aquilo que consome. Se a isto acrescentarmos que a maioria dos consumidores dos jornais *ink-stained* só lêem entre 20 a 30% do material neles publicado, e que os estudos têm mostrado uma grande receptividade do público ao conceito subjacente à nova tecnologia, facilmente se constata que se encontram reunidas condições para o seu sucesso.

dade, a ameaçadora novidade, é evidentemente a individualização do processo, quando antes financeiramente apenas se podia medir o trabalho da redacção como um todo. E isto também não augura nada de bom para a qualidade do jornalismo praticado, e poderá acelerar processos de espectacularização das notícias, sensacionalismo e a amálgama da informação com o entretenimento, mesmo em órgãos onde essas características não eram dominantes. Será o primado do *fait-divers*, que tão bem casa com as novas gerações de leitores.

Por fim há quem defenda que o micro-pagamento e o *personal-casting* poderão dissolver as empresas jornalísticas tais como as conhecemos.<sup>7</sup> A tese é de que num mercado suficientemente vasto o jornalista pode facilmente desligar-se da sua empresa, e oferecer a sua crónica ou reportagem, pagos, num site pessoal. Por outro lado as fontes poderão começar cada vez em maior escala a afixar directamente as informações que lhes dizem repeito, ultrapassando os jornalistas e as empresas no seu papel de mediadores privilegiados. A presente popularidade dos *Weblogs* seria indício disso mesmo. Estes dois factores esmagariam as empresas de produção e divulgação de notícias, que se arrastariam numa morte lenta mas inevitável. Está aberta a era do nano-jornalismo David destrói Golias. Os *free-lancers* arruinam os grandes conglomerados mediáticos.

Nunca partilhei esta visão apocalíptica<sup>8</sup>, e nenhum dos desenvolvimentos dos últimos anos me parece apontar inequivocamente

---

<sup>7</sup>Caso de LEHMAN, Sam, “Print newspapers will be put out of business - and it will be a death of a thousand small cuts”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)

<sup>8</sup>Cf. GRADIM, Anabela, *Manual de jornalismo: o livro de estilo do Urbi@Orbi*, 2000, col. Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, p.179. Como defendia na altura, “sempre que surge um novo medium os habituais profetas da desgraça apressam-se a profetizar quantos dos antigos media estão condenados - e no entanto a história prova que, depois de uma fase de predação de públicos, estes tendem a estabilizar. O livro, um dos mais antigos meios de comunicação de massas aí está de boa saúde para prová-lo: sobreviveu aos jornais, à rádio, à televisão, às redes, e, esta bem real e predatória, à ameaça das fotocopiadoras”, posição que no essencial mantenho.

nesse sentido.<sup>9</sup> Todas essas formas alternativas de oferecer informação me parecem complementares do trabalho do jornalista, com o qual passarão a coexistir, e ao qual fornecerão, porventura, contributos importantes. Porém o jornalismo amador, o *we-blogismo*, não me parece reunir condições para substituir a constelação das corporações mediáticas. Desde logo porque “fazer notícias exige preparação intelectual, deontológica e prática, e presumir possuir tais virtudes não é o mesmo que se capaz de efectivamente as exercer. Além disso, fazer notícias implica processos de verificação semântica, isto é, presenciar acontecimentos, o que é sempre dispendioso em termos de logística, e requer, as mais das vezes, uma organização burocrática de rectaguarda algo rígida. E já que se fala em burocracia, aceder às fontes também é um processo que conhece algumas, incluindo a indispensável credenciação dos jornalistas, e a identificação, sem margens para dúvidas, dos órgãos onde exercem a sua actividade”.<sup>10</sup> Tempo e dinheiro, portanto, bens que como sabemos não abundam.

Depois, seria grave se tal acontecesse. Por mais defeitos que as empresas jornalísticas possam ter, desempenham um papel integrador, aglutinam uma certa massa crítica, reproduzem uma cultura, uma socialização e práticas que se perderão irremediavelmente com a atomização de meios. É certo que há *sites* desse tipo com largo sucesso hoje em dia, mas são mantidos, a grande maioria, por jornalistas profissionais, que estão ou já estiveram integrados em redacções. Que valores prevaleceriam uma geração passada sobre a extinção das empresas jornalísticas? Será pro-

---

<sup>9</sup>Froomkin, e muitos outros, defendem precisamente isto, aliás óbvio: o excesso de informação nas redes (*info-glut*) torna os jornalistas ainda mais necessários, e deverá provocar um aumento de postos de trabalho nestas áreas, não a sua diminuição. O jornalista é o profissional que sabe seleccionar, gerir e transmitir essa enorme massa de informação, emprestando-lhe a credibilidade que a sua ponderação, verificação dos factos e das fontes lhe atribui. **FROOMKIN**, Dan, “*Why The Web Can Work So Well for Journalists*”, 2001, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)

<sup>10</sup>**GRADIM**, Anabela, *Manual de jornalismo: o livro de estilo do Urbi@Orbi*, 2000, col. Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, p. 187.

funda a solidão intelectual desse jornalista do futuro, se tal figura trágica vier um dia a existir. Incerto e pouco credível o deserto mediático à sua volta.

### ***Convergência e jornalismo multimédia***

Quando se fala de convergência podem estar a referir-se realidades distintas: convergência de grupos económicos; de *media*; de redacções no interior de um dado grupo; da forma de recolher e apresentar as notícias; e do próprio produto multimédia - que é novo - posto à disposição do público. Todas estas formas de convergência aportam consequências para a actividade jornalística que não cabe neste curto espaço abordar. No âmbito do presente painel interessam sobretudo os dois últimos pontos, isto é, a forma como a convergência condiciona a actividade jornalística e o produto final. As tecnologias digitais, e especialmente os novos *media*, estão simplesmente a acelerar um processo onde as administrações pressentem um aumento das margens de lucro, produzindo o jornalista tipo MacGyver, o super repórter multimédia, e o novo produto que este se prepara para oferecer ao seu público.

O processo só foi ainda testado consistentemente nos EUA, com alguns projectos piloto, e consiste, na versão *soft*, em fornecer promoção cruzada das diferentes notícias em vários *media* pertencentes ao mesmo grupo; na versão *hard* trata-se de uma gestão totalmente nova de recursos humanos, e da tentativa de rentabilizar o trabalho de investigação do *staff* das redacções dos jornais - as únicas que se dedicam à pesquisa de informação em profundidade - através de outros *media* do grupo. O resultado da versão *hard* é uma nova exigência relativamente aos profissionais de comunicação: espera-se que produzam para três ou quatro meios diferentes, que escrevam belas prosas para o jornal, realizem vivos para a TV, e sejam entrevistados pela rádio do grupo. A cereja no topo do *cheesecake* é, está bem de ver, a produção de peças web originais. Tudo isto, dada a rapidez do processo, com muito menos controlo editorial que quando o trabalho do jornal-

ista se circunscrevia apenas ao texto impresso.

Não faltam entusiastas do novo *backpack journalism*<sup>11</sup>, desde logo as administrações dos grupos, pressentindo a médio prazo reduções nos custos com pessoal; mas também jornalistas praticantes do novo ofício.<sup>12</sup> Em seu favor alegam que a convergência cria um tipo radicalmente novo de jornalismo, o multimédia, que usa uma combinação de textos, fotos, vídeo, áudio, animação e gráficos, apresentados num formato não linear e não redundante<sup>13</sup> que intensifica as possibilidades de escolha do leitor. A interactividade e a possibilidade *feed-back* por parte do público permitem um apuramento da informação, e no conjunto os profissionais dispõem de um meio mais plástico e adequado a novas formas de expressão criativa. A *linkagem*, mas também a inexauribilidade do espaço disponível possibilitam a oferta de material informativo com a profundidade que se desejar, porque alheia a constrangimentos de espaço físico. Além disso, o espaço de penetração de uma notícia alarga-se consideravelmente, devido à promoção cruzada nos diferentes meios *convergidos*.

Abundantes são também as críticas e reservas ao novo modelo da

---

<sup>11</sup>Literalmente, “jornalismo de mochila às costas”, para enfatizar o facto de estes profissionais carregarem consigo todos os instrumentos da sua diversificada profissão e poderem, no caso da web, colocar informação *on-line* ainda antes de deixar o local do acontecimento, enviando também com igual rapidez os outros produtos do seu trabalho, já montados e editados, para as respectivas redacções.

<sup>12</sup>Caso por exemplo de Jane Stevens. In STEVENS, Jane, “*Backpack Journalism Is Here to Stay*”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)

<sup>13</sup>Cf. STEVENS, Jane, “*Backpack Journalism Is Here to Stay*”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)

convergência.<sup>14</sup> Nelson<sup>15</sup> preocupa-se com a possibilidade de o recrutamento de repórteres multimédia vir a produzir uma classe asséptica, que domine múltiplos talentos, nenhum em profundidade. Que nas futuras linhas de recrutamento um sorriso *pepsodent* e boa fotogenia dominarão sobre todos os outros valores. No futuro vê *trends* de uniformização e nivelamento por um mínimo denominador comum: polivalência ao invés de excelência. Esse é o seu caso. Brillhante jornalista de imprensa, mas muito, muito feio. Sem traços de fotogenia. Nas redações *convergadas* do futuro, talvez já não tivesse acesso à profissão.

Tompkins<sup>16</sup>, por sua vez, chama a atenção para as necessidades de formação acrescidas que a convergência representa; para o facto de aos jornalistas que produzem peças para múltiplos suportes sobrar menos tempo para dedicar à investigação e verificação dos factos; e para a necessidade de não afrouxar os padrões de qualidade na reportagem multimédia, sob pena de perda de credibilidade e subsequente rejeição por parte do público.

Martha Stone<sup>17</sup> vê na maioria dos *backpack journalists* profissionais medíocres, incapazes de atingirem a profunda especialização que gera a excelência, pela multiplicidade de linguagens que terão de dominar, e aos quais se colocam desafios éticos novos e difíceis de resolver porque a pressão da instantaneidade e da falta de tempo para investigar e reflectir, aliada aum afrouxamento do controle editorial, levarão ao decaimento dos padrões de quali-

---

<sup>14</sup>Cf, por exemplo, HAIMAN, Robert, “Can convergence float?”, 2001, [www.poynter.org](http://www.poynter.org); TOMPKINS, Al, “Convergence Needs a Leg to Stand On”, 2001, [www.poynter.org](http://www.poynter.org); WENDLAND, Mike, “Convergence: Repurposing Journalism”, 2001 [www.poynter.org](http://www.poynter.org); STONE, Martha, “The Backpack Journalist Is a Mush of Mediocrity”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org); e NELSON, Robert, “Is there a place for brilliant but nerdy reporters in the converged newspaper of the future?”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org).

<sup>15</sup>NELSON, Robert, “Is there a place for brilliant but nerdy reporters in the converged newspaper of the future?”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)

<sup>16</sup>TOMPKINS, Al, “Convergence Needs a Leg to Stand On”, 2001, [www.poynter.org](http://www.poynter.org).

<sup>17</sup>STONE, Martha, “The Backpack Journalist Is a Mush of Mediocrity”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org).



dade. É a própria noção de jornalismo de excelência (*top quality journalism*) que fica ameaçada com a emergência do profissional tudo-em-um, que produzirá, na maioria dos casos, jornalismo medíocre.

Sérias reservas ao *backpack journalism* são também colocadas por Bob Haiman<sup>18</sup>, presidente do Poynter Institute, que destaca o facto de a convergência ser certamente promissora para as empresas de *media*, porque aumenta a produtividade, e previsivelmente, reduz postos de trabalho, mas Haiman teme que seja má para o jornalismo, em nada contribuindo para o seu objectivo primordial, que é “informar o público sobre assuntos de interesse público, criando uma sociedade que está equipada com o conhecimento de que necessita para tomar as decisões cívicas correctas mais frequentemente do que as decisões cívicas erradas, assim ajudando a perpetuar o auto-governo e a democracia”.<sup>19</sup> E será má para o jornalismo porque distrai profissionais, estudantes e professores dessa missão.<sup>20</sup> Produzir-se-à certamente melhor *marketing*, mas é duvidoso que venha a oferecer melhor jornalismo.

Com a convergência haverá também menos meios independentes dedicados à pesquisa e transmissão de informação, o que não representa ganho algum para os leitores, e é empobrecedor para as comunidades onde se inserem, o país e a democracia. A classe jornalística do futuro será também mais uniforme, normalizada e pobre, com belos sorrisos e impecável fotogenia. Afinal, interessam as virtudes médias em ramos distintos, não a especialização e a excelência.<sup>21</sup> Com tudo isto a qualidade do jornalismo pro-

---

<sup>18</sup>“I believe that the single biggest challenge may be that the journalism business is allowing itself to fall inlove with some new words that may represent some bad ideas”, in HAIMAN, Robert, “Can convergence float?”, 2001, [www.poynter.org](http://www.poynter.org).

<sup>19</sup>HAIMAN, Robert, “Can convergence float?”, 2001, [www.poynter.org](http://www.poynter.org).

<sup>20</sup>“And if it does not go well, I fear it is going to subject journalists to time, resource, craft and ethical pressures, all of which will be bad for journalists, bad for journalism, and bad for the country”, *idem*.

<sup>21</sup>“And if you think I am unnecessarily alarmed, then you should also know this: The editor of that newspaper told me that all of the job descriptions for reporters on the news stuff were rewritten last year to include a new requirement:

duzido decairá inevitavelmente.

Haiman acredita porém que mesmo a confirmarem-se as suas piores previsões o rumo que a actividade vier a tomar está muito mais nas mãos dos profissionais do ofício do que no surgimento de novas tecnologias<sup>22</sup>, e que é obrigação de todos defender os valores clássicos, que têm produzido bom jornalismo, contribuindo para a construção de sociedades mais justas, democráticas, informadas, capazes de decidir esclarecida e racionalmente sobre os seus destinos.

### **A convergência e seus efeitos sobre os géneros jornalísticos**

Está a convergência de meios e de tarefas, tal como a temos vindo aqui a analisar, a alterar os géneros e a linguagem dos novos *media*? Certamente. Mas antes de mais o que tem vindo a mudar é o público da nova geração - Gen-X, na feliz abreviatura dos americanos -, a forma como estes lêem nas redes, o tipo de produtos pelos quais têm apetência e a espécie de notícias que preferem consumir. Ora todos estes factores somados implicarão uma renovação profunda nas formas jornalísticas do futuro, e maneiras diversas de apresentar a informação.

Os resultados de sucessivas pesquisas são inequívocos.<sup>23</sup> A ger-

---

The applicant is required to be fully qualified to do on-camera reports, as well as write and report for the newspaper. World-class reporters and writers with big noses, bad airlines, speech impediments, or acne scars need not apply”, *idem*. Na série sobre os bastidores do jornalismo numa cadeia de televisão da era pré-convergência, *Murphy Brown*, retratam-se de forma ímpar quatro grandes tipos de jornalista. O futuro da classe pode bem passar pela criação e treino em série de Corky Sherwoods: linda, trabalhadora e esforçada, um pouco tonta e não muito esperta.

<sup>22</sup>Noutros termos, esta é exactamente a posição defendida por Michael SCHUDSON no seu “*News in the next century: new technology, old values and a new definition of news*”, 1996, [www.rtnda.org](http://www.rtnda.org)

<sup>23</sup>Cf. ZUKIN, Cliff, “*Generation X and the News*”, *sd*, [www.rtnda.org/resources](http://www.rtnda.org/resources)

ação X, dos jovens adultos com menos de 30 anos, alimenta o seguinte paradoxo: no ambiente mais informativamente rico que ao homem já foi dado viver, os *Xers* vêem e lêem menos notícias, sabem menos do que se passa no mundo à sua volta, e o seu interesse por tais temas não tenderá a desenvolver-se com o passar dos anos. Outras características que partilham é serem tecnologicamente fluentes, visualmente orientados, terem intervalos de atenção curtos, gostarem de navegar, de fazer outras coisas enquanto absorvem notícias, exigirem e apreciarem interactividade nos *media*, e procurarem activamente informação; acrescentando a isto que praticamente não lêem, preferindo o varrimento visual rápido (*scanning*) das páginas, pois estão aptos a processar simultaneamente múltiplas informações de origem diversa. É também nesta linha que apontam os trabalhos sobre a forma como o *web-jornalismo* é apreendido.<sup>24</sup> Oitenta por cento dos leitores, operam *on-line* por varrimento visual, destacando palavras e frases.

Nenhuma destas características seria especialmente perturbadora para o futuro das notícias, se os mesmos estudos não revelassem também que, em média, os *Xers* estão menos interessados e consomem muito menos notícias que as gerações que os precederam, preferindo inequivocamente às *hard news* o *infotainment*, a informação espectáculo, o mundano, o bizarro e o *fait divers*, e alheando-se de política e do noticiário internacional.

Ora a pressão deste tipo de audiências, conjugada com os esforços de convergência dos novos jornalistas multimédia, também eles *Xers*, auguram para os géneros jornalísticos clássicos - notícia, reportagem, entrevista, crónica, opinião-, uma tendência para a leveza e o aligeiramento de conteúdos. Os novos meios, até pelo seu potencial interactivo, poderão marcar novas configurações nas tradicionais formas de apresentar informação, promovendo a amálgama de estilos, e a colonização da informação por formas que lhe são estranhas, incluindo a publicidade, o *fait divers* e o entretenimento. A própria definição dos géneros bási-

<sup>24</sup>NIELSON, Jakob, "How Users Read on the Web", 1997, [www.useit.com/alertbox](http://www.useit.com/alertbox)

cos opacificou-se. O que é um *Weblog*? Dá notícias? Produz informação? Faz jornalismo? Embora se possa responder muito corporativamente que “journalism is something that journalists do”<sup>25</sup>, para muitos dos *Xers* que hoje acedem ao mercado informativo nada disto é assim tão óbvio ou claro. Por isso, aliada à confusão ideológica que já grassa, a interactividade, o repetido *feed-back* com os públicos, o *open source* e o “jornalismo amador” tenderão a tornar menos nítidas as fronteiras entre facto e opinião, interesse pessoal e editorial, criando géneros híbridos de difícil classificação, que não encaixam linearmente na taxonomia tradicional.

Simultaneamente a escrita para a Web vai acompanhar estas mutações, privilegiando textos ainda mais curtos e directos; palavras sublinhadas ou destacadas com cores, e o *hiperlink*, para facilitar o varrimento; enumerações; subtítulos eminentemente informativos; uma combinação dos aspectos visuais da televisão com as características que tornam um texto *scannable*; a possibilidade de deambular e ser surpreendido<sup>26</sup>; uma ideia por parágrafo e o recurso a uma ou várias pirâmides invertidas; uma escrita semelhante à de televisão e não redundante relativamente aos restantes elementos que compõem a peça (*links* para outros textos, fotos, áudio e vídeo). O texto deve ser suficientemente apelativo para compelir ao *scroll*, mas mais informativo do que *clever*, para poupar esforço cognitivo e dispersão de tarefas; a peça, no conjunto, possuirá níveis diferentes de apreensão, da leitura ráp-

---

<sup>25</sup>E quero notar que esta é precisamente a definição que a actividade recebe em Portugal com a concessão de carteiras profissionais apenas a quem se dedique, de forma remunerada, e como actividade principal, a produzir trabalho para empresas jornalísticas.

<sup>26</sup>O Poynter Institute e a Universidade de Stanford realizaram estudos de *eyetracking* que mostram inequivocamente que os leitores apreciam deambular numa página web (“*serendipity lives online*”), e, mais inesperado ainda, que o elemento que primeiramente é apreendido numa página é o texto, só depois se seguindo as fotografias e outros objectos gráficos. Ora estas conclusões são exactamente o oposto das obtidas nos estudos sobre jornais impressos, onde a ordem de apreensão da informação é, respectivamente, título, imagem, legenda, texto.

ida ao aprofundamento exaustivo de um tema, consoante os interesses do leitor (algo que os *media* lineares não conseguem oferecer); e as actualizações devem ter sempre em conta a criação de um contexto, ao invés de irem sendo empilhadas à medida que o acontecimento decorre, como sucede nos telexes que as agências enviam, sob pena de se tornarem ingeríveis para os leitores. Tudo isto deve ser somado às técnicas tradicionais de pesquisar e verificar notícias, e ao rigoroso controlo ético dos factos apresentados, pois mesmo no futuro, os valores da fiabilidade e credibilidade continuarão em alta.<sup>27</sup>

Com a convergência, estas novidades introduzidas pelo jornalismo multimédia acabarão inevitavelmente por contaminar a linguagem dos outros meios. É difícil, pois, prever o futuro dos géneros num quadro marcado pela generalização de tais práticas e linguagens, essencialmente porque este é um caminho ainda em pleno experimentalismo, e que se fará ao andar.

### ***Epílogo: Preparar jornalistas para o século XXI***

Que papel deve ter o ensino do jornalismo numa era de acelerada mutação tecnológica, emergência de novas pressões sobre os profissionais de informação, e uma desconfortável indefinição de géneros e dos conteúdos da função de jornalista? O breve quadro que aqui esboçamos sobre convergência, *backpack journalism* e trabalho multimédia autoriza algumas teses provisórias sobre o rumo da informação e seus artífices.

Há consenso entre os peritos. Todos são unânimes. No futuro, o conteúdo vai ser rei, e com a pulverização das audiências, de meios e de oferta, desempenhar um papel ainda mais importante que o que lhe reservam os dias de hoje. O público até pode ser convencido a visitar um *site*, mas as pessoas só voltarão a ele, e só se tornarão utilizadores frequentes, se este tiver algo a oferecer-lhes, sejam conteúdos ou serviços.

---

<sup>27</sup>Opinião de Jonathan Dube e, em geral, de todos quantos têm abordado este tema. DUBE, Jonathan, “*Writing News Online*”, sd, [www.poynter.org](http://www.poynter.org).

Depois, no âmbito dos conteúdos, é hoje claro que o texto desempenhará um papel fundamental nos novos *media*, e terá um estatuto muito mais decisivo do que aquele de que goza em rádio ou televisão. *Back to basics?* Talvez, porque isto antes de mais significa que ao preparar jornalistas, mesmo para o futuro, mesmo para a produção multimédia, a formação de base é fundamental, e mais importante do que saber manipular a parafernália tecnológica, é saber produzir uma escrita clara, original, criativa, em sintonia com o seu tempo ou à frente disso.

As crescentes pressões sobre os jornalistas, uma *media literacy* de intentos claramente manipulativos que contaminou também muitas fontes exigir-lhe-ão também uma sólida formação intelectual - para fazer a leitura de um acontecimento - e maturidade ética para aquilatar do seu peso relativo.

O alcance disto é claro. A profissão está a ficar mais exigente, e os cursos que leccionam jornalismo também deverão sê-lo. Além de uma preparação técnica diversificada, para dominar pelo menos os instrumentos básicos da produção multimédia, o jornalista vai necessitar ainda de melhor preparação intelectual. Porque tudo lhe vai ser exigido. Depressa, e bem. Sem cometer erros, que numa profissão de tão elevada exposição pública se pagam normalmente caro. A convergência pode ser inimiga da excelência, e a pressa é-o sempre da perfeição. É este paradoxo que terá de domar. E não é pouco.

Parece-me também suficientemente nítido - apesar das múltiplas profecias em contrário - que as redacções e a produção profissional e sistemática de notícias não vão desaparecer no futuro. Todos os restantes meios: *weblogs*, *personal casting*, *foruns* e *mailing lists* continuarão evidentemente a existir, e a servir, bem, um público de interesses específicos. Mas não se substituem ao jornalista, relativamente ao qual funcionam como nova e proveitosa fonte. Com a qual interagem, e que também pilham. Mas as organizações noticiosas poderiam continuar a existir sem *weblogs*, enquanto a inversa - para os de cariz informativo - já não é verdadeira.

As redacções continuarão pois a produzir notícias, independentemente do meio a que se destinam. As formas de o fazer, e de as apresentar, é que já estão a mudar, e continuarão a mudar no futuro. Esperemos que não venham a dar corpo aos piores temores dos infor-cépticos. Não haverá desculpas se os valores do jornalismo ocidental forem traídos. E os jornalistas deverão ter uma palavra a dizer num processo que também lhes compete liderar. Posto o que é também fundamental que o ensino do jornalismo mesmo, ou especialmente, para o multimédia e para o século XXI, defenda os valores éticos base que têm norteado a profissão, e que devem ser inculcados nos anos de formação, de todos os mais decisivos.

A par com tudo isto urge combater, clarificando-a, uma certa ideologia da inespecificidade das profissões jornalísticas, que tem vindo a ganhar terreno com a proliferação de produtos induzida pelos *media* interactivos.<sup>28</sup> É uma tarefa pedagógica, e de construção, muito mais vasta do que aqui seria possível empreender. Quero porém notar como segue de perto *trends* filosóficos bem conhecidos.

A emergência da forma objectivista de informar, nos Estados Unidos, hoje sistematicamente menorizada e maltratada, mas que constituiu um enorme progresso e tão bem serviu as democracias ocidentais, corresponde historicamente ao surgimento do positivismo e do neo-positivismo. As teorias presentes da dissolução e inespecificidade - que são sempre a posição mais fácil de defender, porque nada constróem - correspondem, aliás tardiamente, ao desconstrutivismo pós-moderno, uma ideologia que apresenta como forma patológica o relativismo total, e cujos serviços prestados ao ocidente já é possível hoje, serenamente, começar a avaliar. Por minha parte creio que o futuro das notícias não está aí. Está algures. Do outro lado.

---

<sup>28</sup>Não pretendo com isto abordar a questão de se o acesso às profissões jornalísticas deve ser reservado aos licenciados em comunicação, da mesma forma que à medicina ou arquitectura só podem aceder licenciados nessas áreas. Costumo, por princípio, defender que não; embora reconheça a existência de alguns bons argumentos para que assim fosse da outra parte.

### **Bibliografia**

**AARONSON**, Trevor, “Rules Change for New Information Platforms”, 2000, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)

**ANDREWS**, Paul, “THE FUTURE OF NEWS: News by the People, for the People”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)

**ANZUR**, Terry, “Convergence Exposed!”, 2001, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)

**ANZUR**, Terry, “TV News Websites: The Myth of Convergence”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)

**BEAR**, M. J., “Where is the News Industry Headed?”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)

**BOGART**, Leo, “The new media: Reporting or journalism?”, 1997, <http://www.asne.org>

**CANAVILHAS**, João, “Webjornalismo, considerações gerais sobre jornalismo na Web”, 2001, [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)

**DEVIGAL**, Andrew, “How We ‘Eye’ the Online Media”, 1998, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)

**DUBE**, Jonathan, “Writing News Online”, sd, [www.poynter.org](http://www.poynter.org).

**FIDALGO**, António, “O ensino do Jornalismo no século XXI”, 2001, [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)

**FROOMKIN**, Dan, “Why The Web Can Work So Well for Journalists”, 2001, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)

**GARDNER**, Eriq, “It’s true what the Chicken Littles say: Journalism is going to die. And here’s how the much-predicted death will happen: Bloggers and robots will work together to topple media giants”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)

**GATES**, Dominic, “Newspapers in the Digital Age”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)

**GRADIM**, Anabela, Manual de jornalismo: o livro de estilo do Urbi@Orbi, 2000, col. Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã.

**HAIMAN**, Robert, “Can convergence float?”, 2001, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)

**HARPER**, Christopher, “Journalism in a Digital Age”, 1998, <http://media-in-transition.mit.edu/articles/index.html>

**HUME**, Ellen, “Resource Journalism: A Model for New Me-



- dia”,  
[http://media-in-transition.mit.edu/conferences/democracy/index\\_papers.html](http://media-in-transition.mit.edu/conferences/democracy/index_papers.html)
- LASICA, J. D.**, “A Scorecard for Net News Ethics”, 2002,  
[www.ojr.org](http://www.ojr.org)
- LAPHAM, Chris**, “The Evolution of the Newspaper of the Future”, 1995,  
<http://www.december.com/cm/mag/current/toc.html>
- LASICA, J. D.**, “Blogging as a Form of Journalism”, 2002,  
[www.ojr.org](http://www.ojr.org)
- LASICA, J. D.**, “Online News: A Credibility Gap Ahead?”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)
- LASICA, J.D.**, “Weblogs: A New Source of News”, 2002,  
[www.ojr.org](http://www.ojr.org)
- LAVIN, Rochelle**, “It’s Still Journalism”, 2000, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- LAYNE, Ken**, “Gloomy Speeches From the E-Ghetto: Convergence Doesn’t Mean Equality”, 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)
- LEHMAN, Sam**, “Print newspapers will be put out of business – and it will be a death of a thousand small cuts”, 2002,  
[www.ojr.org](http://www.ojr.org)
- LEWENSTEIN, Marion**, “Study Snapshot Suggests Serendipity Lives Online”, 2000, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- LEWENSTEIN, Marion**, “Eyetracking: A Deeper Probe Confirms Findings”, 2000, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- MANN, Fred**, ““New Media” Brings a New Set of Problems”, 1998, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- MASCARENHAS, Óscar**, “Nos “imedia” a esperança de rompimento do cerco”, 2000, [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)
- MITCHELL, Bill**, “Online News: A Permanent State of Flux”, 2000, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- MOURA, Catarina**, “O jornalismo na era Slashdot”, 2002,  
[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)
- NELSON, Robert**, “Strange bedfellows: In a marriage made in boardroom heaven, the Valley’s newspapers and television stations have begun merging their newsrooms”, 2002, [www.phoenixnewtimes.com](http://www.phoenixnewtimes.com)

- NELSON**, Robert, "Is there a place for brilliant but nerdy reporters in the converged newspaper of the future?", 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)
- NIELSON**, Jakob, "How Users Read on the Web", 1997, [www.useit.com/alertbox](http://www.useit.com/alertbox)
- NOGUEIRA**, Luís Carlos, "Slashdot, comunidade de palavra", 2002, [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)
- PAUL**, Nora, "Coaching Journalists in Cyberspace: Your Role as a Newsroom Manager", 1999, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- PAUL**, Nora, "Media Libraries and New Media", 1997, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- PAUL**, Nora, "Integrating Old and New Media Newsrooms", 1998, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- PRYOR**, Larry, "Immersive News Technology: Beyond Convergence", 2000, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)
- RUNET**, Rob, "Yes, Circulation Directors, They're Still Buying the Paper", 2002, [www.naa.org](http://www.naa.org)
- SCANLAN**, Christopher, "The web and the future of writing", 2000, [www.Poynter.org](http://www.Poynter.org)
- SCHUDSON**, Michael, "News in the next century: new technology, old values and a new definition of news", 1996, [www.rtnda.org](http://www.rtnda.org)
- STEELE**, Bob, "Computer-Assisted Reporting Challenges Traditional Newsgathering Safeguards", 1998, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- STEVENS**, Jane, "Backpack Journalism Is Here to Stay", 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)
- STONE**, Martha, "The Backpack Journalist Is a Mush of Mediocrity", 2002, [www.ojr.org](http://www.ojr.org)
- TOMPKINS**, Al, "Convergence Needs a Leg to Stand On", 2001, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- WENDLAND**, Mike, "Convergence: Repurposing Journalism", 2001 [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- WENDLAND**, Mike, "Surprise! All Eyes on Text", 2000, [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
- WHITE**, Caroline, "Convergence: good news for journalism?", 2002, <http://www.journalism.co.uk/archive.shtml>

**ZOLLMAN**, Pete, “On-line News State of the Art”, 1997,  
<http://www.rtnda.org/resources>

**ZUKIN**, Cliff, “Generation X and the News”, sd, [www.rtnda.org/resources](http://www.rtnda.org/resources)