

Perspectivas para o Jornalismo Digital

Perspectives for Digital Journalism

Elcius Ferreira Barbosa JÚNIOR¹
Ed Porto BEZERRA²

Resumo

A Internet e as redes sociais já fazem parte da vida dos jornalistas, tanto para pesquisar assuntos, como para publicar fatos, ambas fazem parte da rotina da maioria dos profissionais da comunicação. Estes são atraídos pelas mudanças que a Internet trouxe para a profissão, procuram se adaptar e evoluir junto com ela. Este artigo tem como objetivo realizar uma análise do momento atual e do futuro do jornalismo digital, as profissões que o mesmo abrange e a relação com a tecnologia.

Palavras-chave: Comunicação. Internet. Jornalismo Digital. Tecnologia.

Abstract

The Internet and social networks are already part of journalists' lives, for researching subjects and for publishing facts, both of which are part of the routine of most communication professionals. These are attracted by the changes that the Internet brought to the profession, try to adapt and evolve along with it. This article aims to analyze the current moment and the future of digital journalism, the professions it covers and the relationship with technology.

Keywords: Communication. Internet. Digital Journalism. Technology.

Introdução

Os avanços tecnológicos em geral contribuem e têm total interferência no desenvolvimento de uma sociedade. A humanidade passou, no último século, por

¹Graduando em Engenharia de Computação pela Universidade Federal da Paraíba.
E-mail: elciusfb2@gmail.com

²Doutorado em Engenharia de Elétrica pela Universidade Federal de Campina Grande.
E-mail: edporto@di.ufpb.br

mudanças que afetaram as mais variadas áreas, tais como, política, economia, biologia, geografia, energia, computação e muitas outras. Vale ressaltar que a comunicação possui destaque nesse processo, pois a presença dos veículos de comunicação e imprensa narraram toda essa evolução a seus públicos, feito que ocorre até hoje.

Desde o final do século 19 houveram significativas mudanças que causaram alterações em como se produz e se consome as notícias. Mas no início deste século as mudanças aceleraram, com a interatividade e globalização muitas organizações de comunicação deixaram de serem as únicas a terem a capacidade de fornecer informações em massa e em grande escala.

Essas consideráveis alterações na formação e criação de conteúdos informacionais afetam diretamente a indústria jornalística, conseqüentemente também causam tensão no que diz respeito à necessidade que os jornais têm de se adaptarem às novas tecnologias.

Essa ação de mudar sem uma adaptação correta para atender às expectativas de usuários da Internet, causa problemas consideráveis para muitos veículos de imprensa, pois não basta apenas mudar do papel para o digital. É necessário que as empresas planejem com cuidado as escolhas que vão adotar. Segundo o escritor John Pavlik, o conteúdo de notícias online deve evoluir por meio de três etapas:

A primeira etapa envolve a adaptação dos conteúdos do jornal impresso para a edição on-line. Na segunda fase, o conteúdo é ampliado com recursos interativos, como os motores de busca, links e alguma personalização para o usuário que recebe notícias. A terceira fase é caracterizada pela criação de conteúdos originais, concebidos especificamente para o medium. (PAVLIK, 2002)

Sendo assim, a possibilidade de construção de um site jornalístico permite que as muitas empresas midiáticas possam disponibilizar produtos jornalísticos na rede mundial de computadores. Para tal, são necessários profissionais renovados e ambientados com as novas tecnologias, principalmente com as redes sociais. Assim, surgem oportunidades para profissionais recém-formados.

O objetivo deste estudo é realizar uma análise do momento atual e futuro do jornalismo digital, envolvendo algumas correlatas e sua relação com a tecnologia.

O cenário atual

É sabido que atualmente se vive em um sistema no qual a transmissão da notícia ocorre de forma muito rápida. O jornal impresso depende de várias ferramentas como a chapa, a tinta, o papel, o barbante, depende também do empacotamento e do transporte. Isso tudo está ficando cada ano mais no passado. O presente é a transmissão da notícia rapidamente, com todas as facilidades como fotos em alta resolução, gráficos, infográficos, charges, vídeos em alta qualidade de detalhes. Essas ferramentas permitem que a notícia atinja um público maior e atraia consumidores para o site do veículo de imprensa.

O atual contexto tecnológico incentivou fortes mudanças nas empresas de comunicação, modificando o meio de produção e envio de informações, mas especialistas dizem que o consumidor estará ainda mais crítico e exigirá maior qualidade de conteúdo.

É notável que há mais informações, mais facilmente disponíveis, de forma mais imediata, em mais formatos, em mais dispositivos e hoje, qualquer pessoa que possui conexão à Internet e uma conta em uma rede social, como por exemplo o Twitter, pode fazer a notícia.

Os jornais tradicionais que não se adaptaram à era da Internet não resistiram e desapareceram ou reduziram consideravelmente seu poderio informacional. Com isso, profissionais tais como redatores, jornalistas, repórteres e diretores que não se atualizaram estão presentes em menor número, comparando com décadas anteriores, no qual o principal meio de transmissão da notícia era via televisão, rádio e impressão do jornal.

A interação com o público mudou, quando se tinha os meios de informação citados anteriormente, a própria resposta que o público dava à notícia era diferente. Hoje com a utilização da Internet, a partir do momento que acontece o compartilhamento nas redes sociais de uma dada informação por parte do veículo de imprensa, imediatamente já surgem comentários diversos de pessoas de diferentes

lugares do globo. A resposta e a interação da mídia com seu público é instantânea, acompanhando assim a velocidade de consumo de informações.

Agora, o consumidor da informação, que antes era passivo, passou a ter um papel de destaque, tanto em questões sobre o *feedback* que está sendo apresentado, quanto na própria produção desse conteúdo. Há também o fato de que a redação não é mais o local onde o jornalista precisa voltar para escrever. Atualmente, com dispositivos móveis, notebooks e smartphones, o repórter pode produzir seu material de qualquer lugar.

A Internet e o jornalismo digital

O crescimento e a popularização, ao redor do mundo, da Internet, juntamente com às tecnologias e desenvolvimento dos meios digitais, contribuíram para uma mudança no modo de se fazer jornalismo no geral. O cidadão comum que antes não tinha acesso às redações jornalística, agora, pode produzir notícias e influenciar no conteúdo de um veículo de mídia.

Após o surgimento e durante a evolução do webjornalismo³, os veículos de comunicação perceberam o poder e o valor dos novos produtores de conteúdo. O termo “jornalismo colaborativo” obteve maior relevância com o surgimento de sites de notícias produzidas pela população comum. Segundo Cunha Chistofori (2006), uma das possibilidades que a Internet, como meio de comunicação, permitiu foi a interatividade. Com a abertura de participação, o leitor enxergou que poderia contribuir ainda mais com o conteúdo jornalístico e as mídias sociais ajudaram nesse tipo de interação.

Com a modernização de sites e portais de notícias, o jornalista precisou adotar um papel além do de apurar e escrever, para assim se diferenciar de um usuário comum da rede capaz de inserir notícias na mesma. Foi preciso se adaptar às novas funções e às mudanças na rotina, como o encurtamento do *deadline*, que é o termo usado para

³ Webjornalismo: Segundo Canavilhas (2014) é o jornalismo que se faz na Web e para a Web. Portanto, o webjornalismo possui como base a convergência entre texto, som e imagem em movimento. Pode explorar todas as potencialidades que a Internet oferece, oferecendo um produto completamente novo, a webnotícia.

indicar o horário limite para uma atividade, neste caso a reportagem, ser entregue. Para o jornalismo online, o tempo de produção da notícia é o mesmo do acontecimento, o repórter pode e deve ir atualizando as informações à medida com que elas vão acontecendo.

Há quem diga que a Internet está ignorando o repórter profissional, já que computadores podem fazer muitos dos trabalhos que os jornalistas estão acostumados a fazer: compilar resultados de futebol, produzir boletins em forma de notícia sobre viagens, escrever notas sobre balanços de empresas etc. Ações que costumavam ser partes essenciais da notícia estão cada vez mais automatizadas e disponíveis.

Esse *boom* da expansão midiática através da Internet não trouxe apenas pontos positivos para a área. A exigência da notícia instantânea leva a uma apuração de informações nem sempre com qualidade, ocasionando assim o aumento da divulgação de notícias falsas (*fake news*) como se fossem verdadeiras.

Para Souza Dorta (2017), existe uma possibilidade cada vez menor de aprofundamento do conteúdo, já que há uma corrida para informar o fato o mais rápido possível. A preocupação com a qualidade da informação continua sendo importante, porém pode passar a ser secundária.

É possível notar, portanto, que a indústria do *fake news* pode ter sido uma das principais responsáveis pela crise da mídia atual, já que isso diminui a credibilidade dos conteúdos midiáticos.

Outra mudança que essa instantaneidade trouxe e tende a continuar trazendo é a notícia cada vez mais curta. Mesmo que a apuração do fato possua poucos fatos interessantes, existe a necessidade de inserir esse conteúdo o mais rápido possível na rede de informações. Além disso, o repórter pode acabar divulgando algo que foi dito de uma fonte questionável e acaba se perdendo no fluxo de informações. Desta forma a necessidade da urgência pelas empresas deixa a reflexão sobre os fatos menores.

O futuro do jornalismo digital

A mídia não conseguiu fugir das ondas de demissões causadas pela crise econômica no Brasil e isso é mais um ponto importante para citarmos como fator da

crise da mídia atual. Com equipes de redação mais enxutas, os profissionais estão ficando sobrecarregados demais e o cansaço pode gerar uma queda de qualidade da mídia.

As demissões também se tornam um fator para que cada vez menos pessoas tenham o desejo de seguir a carreira no ramo, já que há a sensação de pouco mercado de trabalho, além das pessoas perdendo o emprego, também tem veículos que deixam de circular e o jornalismo de credibilidade vai perdendo espaço para os *fake news*, aumentando a crise. Para o futuro, a preferência pela qualidade da notícia, ao invés da velocidade, deve ser cada vez mais considerada para que tal área possua sua credibilidade.

A tendência é reunir jornalismo e entretenimento cada vez mais, desta forma milhões de pessoas podem acessar o site diariamente. Isso proporciona diretamente a possibilidade da realização de publicidade no mesmo. Segundo Damázio (2015), corporações precisam repensar os objetivos de suas publicações, além de traçar um modo de bancar seu conteúdo online. Empresas interessadas em deixar sua publicidade em um dado site jornalístico acha que vale a pena divulgar seus produtos ali, já que os anúncios serão vistos por muita gente e a publicidade em si é até hoje uma das principais formas de lucro das empresas midiáticas.

Enquanto os jornalistas, editores, redatores, fotojornalistas, colunistas e repórteres de veículos puramente televisivos e de jornais impressos estão em uma situação não confortável, há o surgimento de profissões do ramo que favorecem aqueles que estão se formando na era da Internet.

Há várias possibilidades no jornalismo. Um correspondente de guerra de TV fez uma carreira bem diferente de um crítico de filme, por exemplo. Portanto, um passo essencial é encontrar a vocação dentro da profissão e investir tempo (e dinheiro) nela. Um repórter que deseja cobrir conflitos no Oriente Médio pode aprender árabe, e sairá na frente.

Um grande editor de jornal certamente iniciou de baixo. Nas redações de jornal, normalmente o início da carreira corresponde ao perrengue diário da apuração de notícias gerais, cobertura de casos de polícia e ocorrências simples. Há outras portas de entrada, mas é necessário entender que para que a profissão nunca seja ultrapassada em

seu tempo, é preciso utilizar cada vez mais a tecnologia a seu favor, principalmente as redes sociais no caso do jornalista.

É necessário levar em consideração que fazer jornalismo para os cibermeios é muito diferente. “Fazer jornalismo para ser consumido pelos dispositivos móveis, celulares e *tablets* impõe uma nova compreensão da atividade jornalística e preparo conceitual e técnico para execução.” (MARTINS, 2017).

O jornalista ainda terá cada vez mais uma infinidade de fontes que podem ser obtidas pelo computador sem sair da redação. Documentos, antes de difícil acesso, podem ser encontrados em poucos minutos. O jornalista digital sai da rua, sua presença no local do fato não será mais totalmente necessária, pois a redação do jornal digital concentra e concentrará um fluxo de matérias enviadas pelos profissionais, colaboradores e usuários do sistema. A informação básica já vem pronta, bastando apenas aprofundá-la.

Na construção da notícia, o jornalista se deparará cada vez mais com técnicas variadas no uso de imagens, sons, vídeos, animações e texto. A mensagem, antes escrita de maneira sequencial, ganha movimento com a criação de links e o formato hipertextual. A criatividade do uso de múltiplos assuntos relacionados a uma única mensagem será cada vez mais valorizada.

Basicamente, os jornais exibidos na Internet devem obedecer aos princípios da linguagem jornalística, com as seguintes características: correta, clara, eficaz, simples, direta, objetiva, seleta, útil, sedutora, funcional e interessante. Porém o jornalismo digital continuará mostrando formas nunca presenciadas antes em outro veículo de comunicação em massa. Continuarão assim reformulando a prática do jornalismo e seus profissionais.

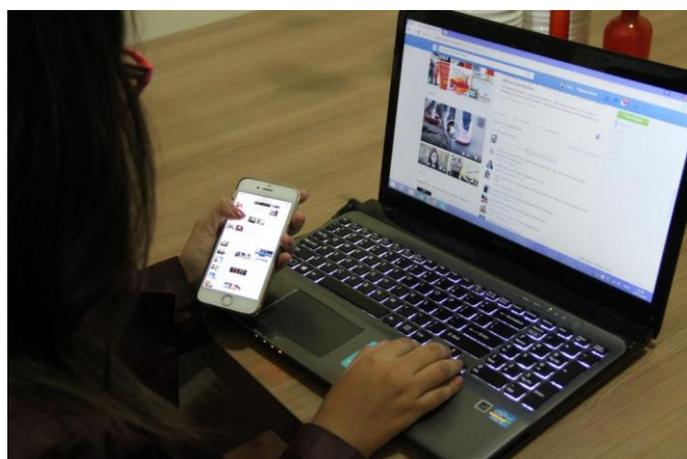
O texto jornalístico deverá cada vez mais apresentar além das letras, o áudio de uma entrevista, a sequência de animação de um fato, a imagem em vídeo de um acidente, infográficos descrevendo dados etc. Por envolver uma série de mídias e permitir acessos a vários textos, o jornalismo digital possibilitará assim a prática cada vez maior do conceito de multidisciplinaridade, ou seja, a união de várias disciplinas, girando sobre um assunto único.

Ademais, com a transmissão de informação instantânea e a criação de um espaço único, o virtual, o receptor e a fonte interagem mais do que em qualquer veículo. A interação será cada vez mais ampla no jornalismo digital. Sua evolução se dará com a atualização e renovação cada vez maior de profissões como jornalistas, editores, redatores, fotojornalistas, colunistas e repórteres. Os mesmos são imprescindíveis para o compartilhamento de notícias, porém não devem se prender aos meios de transmissões passados. Com isso, algumas das profissões que devem ganhar surgiram são as seguintes: jornalistas móveis, jornalista de dados e jornalista imersivo.

Jornalistas móveis

São aqueles profissionais que podem produzir notícias de forma totalmente multimídia, carregando aparelhos de fotos, áudio, vídeo e texto. Tamanha interatividade possibilita ao repórter conhecer os interesses de seus leitores digitais, deve assim estar aberto para a interação com os mesmos. Se antes, nos jornais impressos, o canal de participação do leitor era a sessão de cartas, agora nos portais de notícias essa possibilidade vai desde as informações das notícias mais lidas do site até os comentários deixados nas matérias (Figura 1). Tudo isso deve ser levado em conta pelo profissional já que com essas informações, é possível saber o interesse da audiência e que tipo de material poderia continuar sendo repercutido nos dias seguintes.

Figura 1 – A jornalista móvel



Fonte: Dothnews, 2017

Jornalista de dados

Segundo Figueiredo (2015), o objetivo do jornalista de dados é auxiliar outros profissionais na construção de matérias que dependem do resultado de uma pesquisa de dados para garantir credibilidade. Logo, trata-se do profissional que se apresenta como a ferramenta ideal para sintetizar informação e transmiti-la da forma mais objetiva, incluindo números, imagens e linguagem atualizada (Figura 2). A carreira oferece aos profissionais da Comunicação a oportunidade de aprender algumas habilidades essenciais aos jornalistas do futuro, como, por exemplo, uma linguagem de programação de computadores para criar ferramentas próprias para a transmissão de informação.

Figura 2 – O jornalista de dados



Fonte: Coisas de Jornalista, 2015

Jornalista imersivo

Este profissional é responsável por analisar as tecnologias imersivas disponíveis e utilizá-las para trazer o público cada vez mais próximo à situação e ao ambiente no qual a notícia está ocorrendo. Para isso, o jornalista imersivo deve aprender sobre *hardware*, principalmente o manuseio de câmeras, e sobre *software* para imersão. Uma

habilidade importante é representar o ambiente e a notícia via câmeras que são capazes de tirar fotos tridimensionais, gravar vídeos nos formatos de 360 graus e de Realidade Virtual (RV). Tais câmeras também captam áudios para representá-los no formato de sons imersivos (Figura 3). Este jornalista tem um papel promissor, considerando a capacidade que o mesmo deve ter para fazer o público navegar e se ambientar em um nível bem mais realístico de informação.

Figura 3 – O Jornalista Imersivo



Fonte: Jornal Colaborativo, 2017

Plataformas gratuitas como *blogs*, Youtube, Medium e Vimeo, dentre outras, permitem que o profissional de comunicação produza conteúdo próprio, sejam eles textos ou reportagens curtas ou longas, textos informativos ou opinativos sobre um ou vários temas etc.

Considerações finais

Estudar como as redes sociais podem ser usadas na prática do jornalismo colaborativo permite entender e visualizar que a interação com a audiência é de extrema importância. A Internet mudou o jornalismo e dá ao usuário a chance de ser ativo na produção de conteúdo, sem estar necessariamente vinculado a um veículo de comunicação.

O jornalismo acompanha as mudanças da história e se adapta a elas, sendo usado de diversas formas, com interesses diferentes. O que não se altera com o passar

do tempo é o princípio de informar e dar ao leitor notícias de interesse, utilizando princípios da linguagem jornalística. Ainda que eles não mudem, a criação de novas ferramentas, aparelhos e a exigência do público alteram a rotina de produção rapidamente.

Os jornalistas são instigados a acompanhar essa evolução ou ficarão para trás no mercado. Se hoje ainda existem profissionais apegados às velhas práticas, a tendência é que eles sejam substituídos por aqueles que possuem a capacidade de apuração e elaboração do texto, assim como por aqueles que fotografam, filmam, usam bancos de dados e conseguem interagir com o público para identificar os interesses da audiência. Os veículos de imprensa também precisam se adaptar às mudanças, abrindo novos espaços multimídia e de interação dentro de seus ambientes de produção de notícia.

Referências

PAVLIK, John V. **O futuro do jornalismo online**. Columbia Journalism Review, NY, julho/agosto 2007.

CANAVILHAS, João et al (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Labcom, 2014. (Jornalismo). Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf> Acesso em: 10/11/2017.

SOUZA DORTA, Lucas. **O círculo vicioso das “fake news” e o futuro do jornalismo**. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-circulo-vicioso-das-fake-news-e-o-futuro-do-jornalismo/>> Acesso em: 28/10/2017.

DAMÁZIO, Malú. **O mercado de jornalismo está em crise? Qual seu futuro?** Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/blog/pordentrodasprofissoes/o-mercado-de-jornalismo-esta-em-crise-qual-seu-futuro/#>> Acesso em: 27/10/2017.

FIGUEIREDO, Patrícia. **Jornalismo de dados e a transformação de informações**. Disponível em: <<http://coisasdejornalista.com.br/jornalismo-de-dados/>> Acesso em: 10/11/2017

CUNHA CHISTOFORI, Elaine. **O jornalismo do futuro: o processo de comunicação no jornalismo digital**. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/ECChistofori.pdf>> Acesso em: 26/10/2017.

MARTINS, Gérson. **Os jornalistas estão preparados para os cibermeios?** Disponível em: <<http://www.dothenews.com.br/blog/os-jornalistas-estao-preparados-para-os-cibermeios/>> Acesso em: 10/11/2017.