

Futuros do jornalismo na era da “informação genérica”

Futures of journalism in the age of “generic information”

Anabela Gradim & Ricardo Morais
Labcom, Universidade da Beira Interior, Portugal
agradim@ubi.pt & rmorais@ubi.pt

Resumo: Depois de mais de um século estabilizando um modelo de jornalismo de massas popular centrado nas audiências e na noção de serviço público, como contraponto à imprensa partidária dos séculos XVII e XIX, o sector vive um momento de disrupção sem paralelo na sua história. Pretendendo fazer uma leitura crítica desse salto histórico, defenderemos que há sinais de dissolução do campo bem visíveis na desprofissionalização dos seus agentes, e que essa transformação da indústria decorre de alterações no modo de produção e nos modelos de negócio trazidas pela digitalização e ubiquidade de conteúdos. Não sendo os *media* o único sector tocado por esta revolução nas relações de trabalho, é uma área crucial para a realização das democracias liberais de tipo ocidental. A partir de um inquérito realizado junto de profissionais de meios de comunicação da região centro de Portugal, auscultamos o modo como se vêm desenvolvendo estas tendências, propondo o recentramento da profissão e dos modelos de negócio no serviço ao público. Procuramos depois cruzar estes dados com aqueles que recolhemos junto de estudantes de jornalismo, futuros profissionais da área, numa tentativa de perceber também como poderá evoluir o campo do jornalismo.

Palavras-chave:

Desprofissionalização, redundância informativa, jornalismo, meios regionais, ecologia dos meios.

Abstract: After more than a century of stabilizing a popular mass journalism model centered on audiences and the notion of public service, as a coun-

terpoint to the 17th and 19th century party press, the sector is experiencing a moment of disruption unparalleled in its history. In order to make a critical reading of this historical leap, we will argue that there are visible signs of dissolution of the field in the unprofessionalization of its agents, and that this transformation of the industry stems from changes in the mode of production and business models brought about by the digitization and ubiquity of content. Since the media is not the only sector touched by this revolution in labor relations, it is a crucial area for the realization of Western-type liberal democracies. From a survey conducted with media professionals from the central region of Portugal, we observed how these trends are developing, proposing the refocusing of the profession and business models on service to the public. We then seek to cross-check these data with those we collect from journalism students, future professionals in the area, in an attempt to understand how the field of journalism may evolve.

Keywords:

Deprofessionalization, informative redundancy, journalism, regional media, ecology of the media.

Uma ilusão de centralidade

O modelo clássico de jornalismo mais frequente durante o século passado é o jornalismo industrial nascido no século XIX. Com origem nos Estados Unidos, a sua enorme influência expandiu-se na Europa, sendo considerado amiúde na literatura como um modelo universal normativo (Correia, 2011; Gradim, 2000; Kovach & Rosenstiel, 2005; Schudson, 2003). Esta ilusão de centralidade é mais um epifenómeno do eurocentrismo, ideologia que se estendeu a todos os sectores da vida social, veiculada por uma diversidade de agentes (filosofia, historiografia, literatura, cinema, artes, economia, política), do que correspondendo a uma real adesão aos modelos reais de jornalismo, de matizes muito diversas, praticados no mundo. À desconstrução do ideal de exceção europeia e ocidental desde a década de 60 do século XX (Buldygin, 2019; Hobson, 2013), corresponde também atualmente neste campo uma tendência para a globalização dos estudos de jornalismo (Wahl-Jorgensen & Hanitzsch, 2009), e a sua des-ocidentalização (Wasserman & de

Beer, 2009) de que é exemplar o trabalho de Thomas Hanitzsch em estudos de jornalismo comparado, nomeadamente o projeto “Mundos do Jornalismo”, de que resultou o trabalho sobre as culturas do jornalismo.

O que a globalização tornou óbvio desde finais do século passado é que o jornalismo é praticado de modo polifónico e multifacetado em redor de todo o globo, sujeito a condições materiais, sociais, económicas e políticas muito diversas, que determinam produtos e “culturas” distintas. Embora o modelo mais influente, aquele a que aspiram as diversas variantes da sua prática, seja o jornalismo de influência anglo-saxónica tal como se realiza nas democracias ocidentais, de que é parte integrante, existem jornais e jornalistas na China, na Turquia, na Arábia Saudita; como existiam em Portugal antes do 25 de Abril, produzindo e distribuindo notícias em títulos tão emblemáticos como o “Jornal de Notícias” ou o “Diário de Notícias”, e em rádios como a “Antena 1” ou a “Renascença”, todos eles hoje ainda em atividade.

Apesar desta pluralidade de condições para a prática do jornalismo, e da existência de diferentes culturas jornalísticas em redor do globo, o que de facto torna notáveis e distingue estes estudos é um núcleo duro, o conjunto de um notável acervo de elementos comuns que fazem com que seja possível subsumir as “culturas do jornalismo” numa grande e diversa “tribo jornalística” à escala global. Esta constitui um grupo que se identifica através de uma interpretação partilhada da realidade, que inclui um enquadramento comum das possibilidades e vivências profissionais, cimentadas em torno de uma ideologia profissional que exhibe alguns princípios comuns através de continentes e práticas. É discutível a existência, nível e alcance deste “consenso jornalístico” à escala global, capaz de providenciar um entendimento comum e identidade cultural do jornalismo; bem como é discutível se, pelo contrário, este deve ser entendido como um conjunto de múltiplas culturas regionais, materializando-se num jornalismo de tipo europeu, anglo-saxónico, africano, etc. Que um entendimento comum, um fundo de valores jornalísticos partilhados e uma ideologia profissional é mais ou menos constante em pontos muito diversos do globo são as conclusões de vários estudos dedicados a estas matérias (Deuze, 2002; Hanitzsch, 2007, 2010, 2011; Traquina, 2005).

No entanto, apesar do elevado número de elementos comuns na cultura jornalística, e do facto de serem objeto de valoração positiva em países oci-

dentais e não ocidentais, desenvolvidos e em desenvolvimento, a diversidade de práticas e entendimento cultural da profissão, que Hanitzsch (2011) materializa nas figuras do populista disseminador, *detached watchdog*, agente crítico de mudança e facilitador oportunista, dá bem testemunho de uma ilusão de centralidade desta versão normativa, que nunca terá sido tão monolítica quanto as apresentações nos estudos de jornalismo, de forte viés anglo-saxónico, poderiam fazer crer, e que hoje se encontra determinantemente ameaçada pela explosão das potencialidades tecnológicas e pela alteração das condições de produção, nomeadamente dos modelos de negócio, que deram origem a tal “ideologia ocupacional” e ao modo como era praticada.

Transições do jornalismo na sociedade pós-industrial

À desindustrialização da sociedade contemporânea, ou à 4ª revolução industrial, como também vem sendo identificada (Schwab, 2019; Schwab Davis, 2018), corresponde um modelo de prática de conteúdos informativos que se afasta dos aspetos normativos da profissão (poderíamos perspetivar este movimento como desprofissionalização acelerada, com perda da ideologia ocupacional) ao mesmo tempo que abala a própria formulação dos géneros jornalísticos tradicionais, nomeadamente a vetustez secular do formato *hardnews* (cf. Morais & Gradim, 2019).

Sendo este um movimento global, é ubíqua a sua expressão local, de que encontramos indícios muito claros, como veremos neste trabalho, nos inquéritos realizados junto dos profissionais da região centro no âmbito do projeto Re/media.Lab,¹ em desenvolvimento no LabCom/UBI.

¹. O projeto Re/media.Lab, desenvolvido no LabCom – Comunicação e Artes, unidade de investigação da Universidade da Beira Interior, é um projeto que conta com três dimensões: observatório, laboratório e incubadora, e que “visa contribuir para o diagnóstico da situação atual dos *media* regionais, promovendo ferramentas experimentais e estratégias para fortalecer o seu modelo de negócio, aumentar o grau de inovação e melhorar a sua relação com o público. Simultaneamente, visa a incubação de novos *media* regionais com perfil inovador, utilizando as tecnologias de informação e comunicação”. Enquanto observatório o projeto procedeu à realização de inquéritos junto dos profissionais dos meios de comunicação regionais, com o objetivo não apenas de fazer uma caracterização deste grupo profissional, mas também procurando conhecer as suas práticas profissionais.

Relativizada a perspectiva monolítica do jornalismo, e sabendo que o jornalismo clássico nunca foi monobloco, é hoje muito claro que esta é uma atividade profissional que se encontra em transição. O jornalismo clássico é o jornalismo industrial nascido no século XIX, tributário de um determinado modo de produção que modelou a sua própria linguagem: títulos diretos e informativos, *lead* e pirâmide invertida, eram modelos naturalizados de que esquecemos a origem, mas que têm uma ligação intrínseca aos modos de comunicação analógica, do telégrafo e telex à composição a chumbo na imprensa, que dominaram ainda boa parte do século XX.

Hoje, à beira da 4ª revolução industrial, a digitalização extinguiu o modo de produção que originara tais linguagens; e paulatinamente, à medida que os novos modos de produção (colaborativa) e distribuição (centrada em redes sociais) se universalizam, modela linguagens novas (*clickbait* e *listicles*). A origem do *clickbait*, que é o exato oposto do formato canónico da notícia jornalística, é o modo de produção em que ocorre (a possibilidade de monetizar *clicks*); como a origem da linguagem clássica se ligava intimamente à produção industrial do jornalismo tradicional (as debilidades do telégrafo enquanto canal, como as limitações da composição tipográfica pré-digital). Para Anderson, Bell e Shirky podemos mesmo falar de um “jornalismo pós-industrial” que

Começa com a suposição (...) de que as organizações de notícias não estão mais em controle das notícias, como tradicionalmente se entende, e que o aumento do grau de iniciativa pública por cidadãos, governos, empresas e até mesmo redes afiliadas é uma mudança permanente, à qual as organizações de notícias se têm de adaptar (2014, p. 86).

Acresce a isto que os novos oligopólios de distribuição tornaram obsoleto o valor da informação, por redundância. Ao distribuírem “gratuitamente” a informação ignorando os custos da sua produção provocaram uma perda de valor irreparável, ao mesmo tempo que capturavam para as suas plataformas de distribuição o rendimento por esta gerado. É neste sentido que podemos entender as palavras de Moreno e Cardoso (2016) quando defendem que “os modelos de negócio tradicionais do jornalismo são em grande parte destruí-

dos pela redução do valor da informação que pode ser economicamente capturado” (p. 310).

O resultado é que a informação jornalística hoje é na sua grande maioria redundante: uma miríade de meios/plataformas veiculam e replicam as mesmas notícias, com resultados bem nocivos à qualidade da verificação, e destruindo o valor do produto, como parece evidente pelo facto de haver cada vez menos pessoas dispostas a pagar por ele. Chamaremos a este jornalismo de “informação genérica”, disponível a partir de agregadores e dos grandes monopólios de distribuição. Esta informação é redundante, pois pode ser encontrada, com ligeiras variações, em todos os meios. Criar informação com valor económico – entendido como aquilo pelo qual um mercado está disposto a pagar – implica ultrapassar a “informação genérica”, hoje redundante, procurando estratégias de diferenciação.

Estas passarão no futuro pela diferenciação do noticiário local ou hiper-local, que é a-universal por definição, e não pode ser reproduzido de forma global, como sucede com a informação genérica. No novo ecossistema, o papel dos *media* regionais e locais, tradicionalmente secundarizados face aos meios de alcance nacional, poderá sair reforçado.

Jornalismo local numa indústria em mudança: um estudo de caso com profissionais da região centro de Portugal

Se este fenómeno de desprofissionalização e dissolução do campo é global, como defendemos, há-de ser composto por um conjunto de ocorrências locais, cada uma delas sintoma, e todas em conjunto o próprio acontecimento. Uma boa metáfora para a configuração deste fenómeno é o fractal, um objeto geométrico que pode ser dividido em partes idênticas ao objeto original, e que é autossimilar em diferentes escalas.

Joaquim Fidalgo explica como o “processo e profissionalização do jornalismo implicou a demarcação de um território específico”, mas foi também e sempre “controverso e objeto de disputas várias, por força das características específicas da atividade” (2017, p. 103). O autor defende que hoje essas

dúvidas aumentaram e as fronteiras se tornaram crescentemente voláteis pelo facto de existirem “(...) cada vez mais pessoas [que] se têm envolvido em algum tipo de jornalismo – agora já não entendido como trabalho profissional, mas como atividade cívica, realizada numa base amadora e mais ou menos independente, nomeadamente através dos múltiplos mecanismos de auto edição tornados possíveis pelas tecnologias digitais e pela Internet” (idem, p. 104).

É neste contexto de delimitação de fronteiras que podemos também entender as ideias de Moreno e Cardoso (2016), quando alertam para o facto de a “adaptação do jornalismo ao novo ecossistema de informação na era digital” ter de passar também por uma revisão do “autoconceito dos jornalistas” e das suas próprias competências (p. 319). Anderson, Bell e Shirky, por seu turno, consideram que é o papel do jornalista que se desloca na cadeia de valor

(...) como em tantas mudanças no jornalismo, a erosão da maneira antiga de fazer as coisas é acompanhada por um aumento de novas oportunidades e novas necessidades de trabalhos jornalisticamente importantes. O jornalista não foi substituído, mas deslocado, subindo na cadeia editorial, da produção das observações iniciais até um papel que enfatize a verificação e a interpretação, trazendo sentido aos fluxos de texto, áudio, fotos e vídeo produzidos pelo público (2014, p. 22).

Sendo verdade que as mudanças no ecossistema informativo afetam todos os profissionais, uma vez que alteram grande parte dos processos de recolha, produção e distribuição das notícias, a questão que importa colocar tem a ver com os riscos que uma tal transformação coloca para a profissionalização, sobretudo em contextos já muito ameaçados como os dos meios regionais. Os resultados dos inquéritos² que realizámos junto de profissionais de meios regi-

². No âmbito do projeto Re/media.Lab foram realizados três inquéritos a profissionais de 42 meios de comunicação locais / regionais. No primeiro inquérito procurámos recolher dados que permitissem uma caracterização dos profissionais e das suas condições de trabalho (n= 91). No segundo inquérito procurámos perceber o nível de conhecimento dos profissionais em relação a determinadas competências e ferramentas, mas também a frequência de uso (n= 107). Por fim, no último questionário recolhemos dados sobre sustentabilidade e modelos de negócios (n= 107). Os inquéritos apresentaram taxas de resposta distintas, um dado que nos permite tirar algumas ilações em termos de questões em relação às quais os profissionais do jornalismo apresentam mais dúvidas ou têm mais reservas em dar a conhecer a sua opinião.

onais do centro de Portugal, podem assim ser interpretados simultaneamente como sintoma e parte deste fenómeno de desprofissionalização, intimamente ligado ao capitalismo global do século XXI e aos modos de produção e modelos de negócio por ele instaurados.

São alguns desses dados que apresentamos de seguida, com o objetivo de demonstrar, por um lado, os riscos que se colocam no exercício da profissão, considerando as respostas dos próprios profissionais no que diz respeito, por exemplo, ao uso dos sites de redes sociais, e, por outro, a fragilidade do próprio campo profissional, tendo em conta as opiniões e perceções sobre as competências e requisitos necessários para o exercício da profissão.

Começamos a apresentação dos resultados dos inquiridos, com uma breve caracterização sociodemográfica dos 107 jornalistas inquiridos. Do total de profissionais que responderam aos questionários, 52% são do sexo masculino e 48% do sexo feminino. É na faixa etária dos “35 aos 44 anos” que encontramos o maior número de profissionais (33%), ainda que seguidos de perto pelos jornalistas com idades entre os “45 e os 54 anos” (29%). Em termos de idade percebemos que nos meios de comunicação considerados no inquérito, o número de profissionais em início de carreira é reduzido (apenas 10% na faixa etária dos “24 aos 34 anos”), mas também que os profissionais mais velhos (com idades entre 55 e 64 anos) estão em menor número (apenas 11%) nestes órgãos de comunicação. A tendência que os dados mostram é a de profissionais com experiência na área, fruto de vários anos de exercício da profissão. Os dados indicam que 12% dos inquiridos exerce a atividade jornalística há mais de 15 anos, mas não ultrapassa os 20 anos de atividade. Já os inquiridos que têm mais de 21 anos na profissão, mas não atingiram ainda as três décadas enquanto jornalistas, representam 21% do total de respondentes.

No que diz respeito às habilitações académicas, 21% dos inquiridos conclui o ensino secundário, a mesma percentagem de jornalistas que indica possuir uma Licenciatura. De registar que 18% dos respondentes refere possuir um Bacharelato, 6% um Mestrado e 3% um Doutoramento. Neste contexto importa realçar que quase metade dos jornalistas inquiridos frequentou o ensino superior e constitui por isso um grupo altamente formado, longe dos tempos em que muitos profissionais da área tinham escolaridade mínima e o conhecimento resultava sobretudo da tarimba profissional obtida através dos

anos de experiência. Ainda em termos de formação, verificamos que 54% dos inquiridos não teve qualquer formação complementar nos últimos cinco anos. Entre os que tiveram essa formação, 34% referem que ela surgiu devido a uma iniciativa pessoal, ou seja, do próprio jornalista, e apenas 14% indicam que a formação foi promovida pelo meio de comunicação em que trabalham. A ausência de formação complementar para mais de metade dos jornalistas e a autoiniciativa para a obter por parte de um terço, são dados interessantes para considerarmos no contexto de mudança do jornalismo e da necessidade de novas competências apontadas por alguns autores (cf. Moreno & Cardoso, 2016; Anderson, Bell & Shirky, 2014).

Para terminarmos a caracterização dos profissionais que responderam aos inquéritos, apresentamos os dados relativos à posse de título profissional. Apenas 47% dos inquiridos indica ser titular de carteira profissional, sendo que 6% revela mesmo que não tem qualquer título profissional. Os dados relativos à posse de título profissional são importantes na reflexão que procuramos fazer sobre a profissionalização ou o já referido “autoconceito dos jornalistas”, como veremos mais à frente nesta apresentação dos principais resultados dos inquéritos. Este é o perfil dos jornalistas dos meios regionais inquiridos, de que analisamos as práticas profissionais, e também a relação que estabelecem em termos de trabalho diário com as novas plataformas sociais. Trabalham sobretudo em imprensa (38%) e na produção de notícias (62%). No que diz respeito aos meios em que exercem importa ainda destacar que 15% indica trabalhar diretamente em jornalismo online e 12% em jornalismo online e em sites de redes sociais. Se é verdade que as notícias dominam os conteúdos produzidos pelos jornalistas inquiridos, as reportagens (35%) e as entrevistas (29%) são gêneros jornalísticos que também fazem parte da produção diária dos profissionais inquiridos, assim como os trabalhos produzidos diretamente para o online, seja para websites, blogues ou sites de redes sociais.

Para além da produção para as plataformas sociais, que transformaram por completo o ecossistema informativo, procurámos perceber em particular o tipo de relação que os jornalistas estabelecem com os sites de redes sociais em termos de desempenho profissional. Os dados mostraram que 71% dos inquiridos indica usar os *media* sociais para desempenhar a sua atividade profissional, sendo o Facebook a plataforma que surge no topo dos *media* sociais utilizados (70%), seguida do Youtube (35%) e do Instagram (20%). Em ter-

mos de utilização para efeitos de trabalho, 27% dos inquiridos indicam que estão ligados em permanência aos media sociais, 28% que os utilizam várias vezes por dia e 11% diariamente. Os dados indicam uma certa “dependência” de cerca de metade dos inquiridos em relação aos media sociais, o que aumenta a importância de percebermos com que finalidade são utilizados. Para metade dos inquiridos servem sobretudo para procurar informação, já para 42% dos jornalistas os *media* sociais são utilizados para publicar conteúdos do meio em que trabalham. Para além de serem fundamentais em termos de pesquisa e disseminação, os *media* sociais são ainda utilizados para networking (24%) e para acompanhar os comentários feitos pelos utilizadores destas redes sociais digitais (21%).

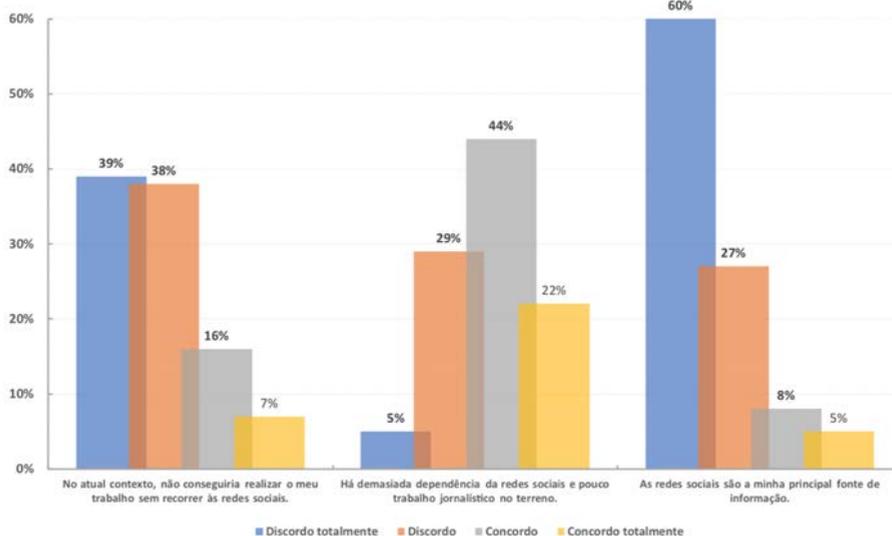
Não restam dúvidas quanto à importância que os *media* sociais têm para os jornalistas no desempenho das suas atividades diárias, mas importa perceber outras questões, como por exemplo se existem cuidados no uso destas plataformas, tendo em conta toda a informação que nelas circula. Se, como defendem Anderson, Bell e Shirky, a posição dos jornalistas no novo ecossistema da informação não foi substituída, mas deslocada na “cadeia editorial da produção das observações iniciais para um papel que enfatiza a verificação e a interpretação, trazendo sentido aos fluxos de texto, áudio, fotos e vídeo produzidos pelo público (2014, p. 22), ficando assim “menos ligada à recolha direta de informações e mais vocacionada para a verificação e interpretação dos dados” (Moreno Cardoso, p. 316), é fundamental perceber que procedimentos adotam os jornalistas nos *media* sociais a este nível. De acordo com os dados, 57% dos inquiridos indica que confirma sempre a origem e veracidade das informações contidas nos conteúdos que partilha e que foram criados pelo público. Se este é um dado que revela que existe uma preocupação quanto à credibilidade da informação, não podemos deixar de considerar que existem ainda 8% de jornalistas que apenas o fazem algumas vezes e 5% que não faz qualquer tipo de verificação.

Para além da partilha de conteúdos criados pelo público, avaliámos também a relação que os jornalistas estabelecem diretamente com aqueles que seguem e comentam o seu trabalho. A frequência de interação com o público, através das respostas aos comentários, varia, sendo que 17% responde a comentários várias vezes por dia, 10% uma vez por dia, a mesma percentagem de inquiridos que responde várias vezes por semana. Há ainda 12% de inqui-

ridos que dá resposta aos comentários recebidos em relação ao seu trabalho uma vez por semana. Apenas 9% dos inquiridos revela que nunca responde aos comentários que recebe.

Verificámos anteriormente que existe uma utilização muito frequente dos *media* sociais por parte dos jornalistas, mas quisemos perceber se estes consideram que a atividade que desempenham já está, de certo modo, dependente destas plataformas.

Gráfico 1. Importância dos sites de redes sociais para atividade profissional.



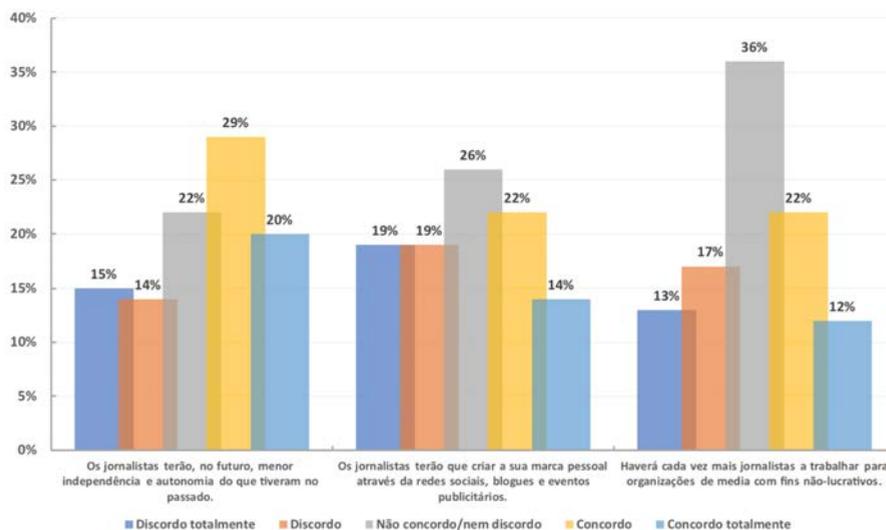
As respostas dos jornalistas deixam-nos dúvidas, uma vez que em função das afirmações apresentadas as opções variam, ou seja, não conseguimos concluir de forma segura que existe uma dependência, apesar dos indícios apontarem no sentido de uma importância crescente, ainda que nem sempre abertamente assumida. Neste contexto verificamos que 39% não concorda que sem os *media* sociais não conseguiria realizar o seu trabalho. Em termos cumulativos, é mesmo de 77% a percentagem de jornalistas que se opõem, ainda que em diferentes graus, à ideia de que é impossível desempenhar a atividade profissional sem recorrer aos *media* sociais. Apesar destas respostas apontarem numa direção, na questão seguinte, percebemos que a perceção que os

profissionais têm em relação aos trabalhos dos restantes jornalistas e órgãos é ligeiramente distinta, desde logo porque 66% concorda com a ideia de que há demasiada dependência das redes sociais e pouco trabalho jornalístico. A diferença entre a autoavaliação do trabalho realizado e a crítica em relação ao que é feito pelos outros surge novamente no ponto seguinte, uma vez que 87% dos inquiridos discorda da ideia de que os *media* sociais sejam a sua principal fonte de informação.

Importa lembrar que 71% dos inquiridos respondeu anteriormente que utilizava os *media* sociais para o desempenho da atividade e 50% para pesquisa informação. É tendo em conta as diferentes respostas que falamos numa diferença de perceção por parte dos inquiridos, que é transversal a todas as faixas etárias e a todos os níveis de formação. Esta análise é particularmente interessante se pensarmos que perante uma mudança acelerada no ecossistema informativo, muitos profissionais podem ser mais resistentes à mudança e terem dificuldade em deixar de lado as práticas profissionais que consideram constituir “o núcleo fundamental da sua função social”, como referem Moreno e Cardoso (2016, p. 317).

Depois de termos apresentado os dados relativos a algumas das práticas dos jornalistas na relação com os sites de redes sociais, analisamos as suas perceções quanto a alguns cenários que se colocam ao jornalismo.

Gráfico 2. Percepções e cenários futuro do jornalismo



No que diz respeito à independência e autonomia do trabalho jornalístico, verificámos que em termos cumulativos 49% dos inquiridos considera que os jornalistas estão a ficar mais dependentes e menos autónomos. A esta tendência junta-se uma outra, que se prende com a necessidade de criação de novas áreas de trabalho. Para 36% dos inquiridos os jornalistas têm de criar, no futuro, a sua marca pessoal através de redes sociais, blogues e eventos publicitários. A percentagem de inquiridos que não concorda com esta ideia é de 38%, o que não sendo um dado conclusivo, permite tirar ilações quanto às mudanças em curso neste campo profissional. Os próprios jornalistas estão cada vez mais divididos quanto ao modo e à forma como podem vir a desempenhar a profissão. É também neste sentido que podemos compreender que 34% dos inquiridos concordem que no futuro haverá cada vez mais jornalistas a trabalhar para organizações de *media* com fins não-lucrativos, e que 30% não concordem com esta possibilidade.

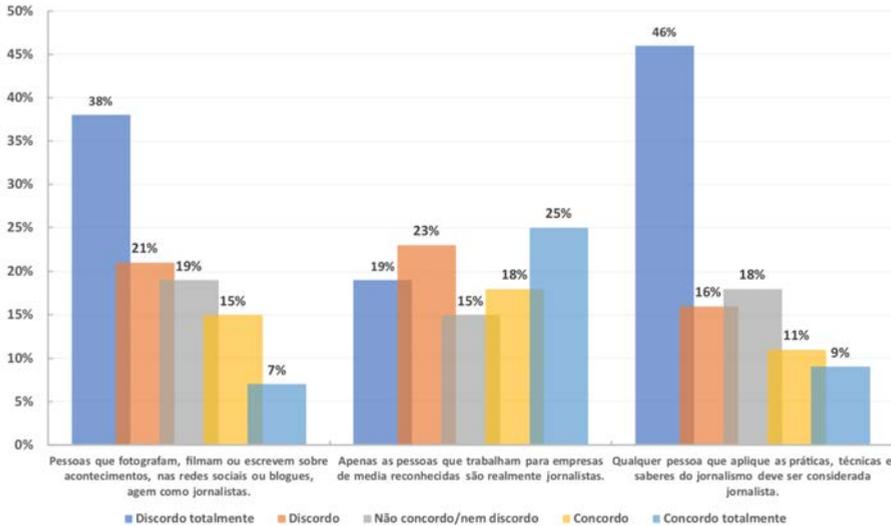
Para Anderson, Bell e Shirky, as mudanças em curso vão afetar os jornalistas e as suas funções, desde logo porque no ecossistema informativo

Chegamos também a um ponto em que a “multidão” publica as suas pró-

prias informações, em tempo real, entre si e com o mundo. Hoje, dados sobre qualquer tipo de mudança mensurável são mais baratos do que nunca, e estão a ser desenvolvidos algoritmos capazes de remontar essas informações em frações de segundo e produzir relatos de eventos que passaram no teste de Turing de serem indistinguíveis de relatos escritos por humanos. Tudo isso é feito sem a intervenção de um jornalista (2014, p. 21)

Neste contexto de mudança de papéis, como defendem os autores, procurámos perceber como é que os jornalistas percecionam estas novas vozes que surgem no campo informativo.

Gráfico 3. Perceções e cenários futuro do jornalismo



Apesar da multiplicidade de atores presentes no ecossistema informativo, muitos dos quais procuram ocupar espaços que já foram dos jornalistas, 59% dos jornalistas discorda da ideia de que pessoas que fotografam, filmam ou escrevem sobre acontecimentos, nos *sites* de redes sociais ou blogues, agem como jornalistas. Esta defesa da profissão é, no entanto, dúbia, uma vez que apesar de 43% dos inquiridos defender que apenas as pessoas que trabalham para empresas de *media* reconhecidas são realmente jornalistas, 42% não concordam com esta afirmação. É apenas perante a ideia de que qualquer pessoa

que aplique as práticas, técnicas e saberes do jornalismo poder ser considerada jornalista, que os jornalistas se manifestam de forma inequívoca contra (62%).

Os inquiridos defendem que nem todos podem ser considerados jornalistas, numa clara afirmação do campo profissional, mas não concordam com a ideia de que o acesso à profissão tenha de passar obrigatoriamente pela obtenção de um curso superior. Para 44% o jornalismo é uma profissão que deve exigir formação e experiência, mas não educação superior específica em jornalismo. Esta ideia levanta, no entanto, dúvidas aos inquiridos, uma vez que apesar de 40% concordar que o jornalismo é uma atividade baseada num corpo teórico e comportamento profissional que exige formação universitária específica, 35% dos inquiridos discorda desta definição e exigência.

Os dados apresentados ganham ainda outra interpretação se os cruzarmos com as respostas dos inquiridos em relação à posse de título profissional. O que o cruzamento de variáveis nos permitiu concluir foi que os jornalistas que possuem carteira profissional são os que mais defendem a definição de fronteiras, entre o que é e o que não pode ser considerado jornalismo, mas também aqueles que, de um modo geral, mais destacam a necessidade de uma formação específica na área para o exercício da atividade profissional. Importa, no entanto, destacar o facto de mesmo os jornalistas com carteira profissional terem algumas dúvidas quanto à obrigatoriedade de educação superior específica em jornalismo para o exercício da profissão.

Importa ainda destacar que para os profissionais inquiridos os três conhecimentos mais importantes para o exercício do jornalismo na atualidade passam por saber analisar e recolher dados na *web* (64%); pela capacidade de verificação de fontes online (*fact-checking*) (63%); e por possuir conhecimento para gravar e editar vídeo (61%). Já quanto às competências em relação às quais os inquiridos admitem que precisam de mais conhecimentos, destacam-se os *graphics* e *webdesign* (71%); as linguagens de programação (68%); os conhecimentos linguísticos (60%); a capacidade de produzir infografias (43%); e os conhecimentos para análise de bases de dados (42%). No campo das competências e conhecimentos fica patente, por um lado, a preocupação por parte dos jornalistas em relação a quantidade de informação que atualmente circula no ambiente digital e, por outro, a necessidade de possuir

conhecimentos e dominar ferramentas que permitam produzir novos conteúdos e alcançar outros públicos.

Por fim, não podemos deixar de destacar, nesta apresentação dos dados, a avaliação que os jornalistas fazem das condições laborais. Neste particular cabe-nos enfatizar que 60% dos inquiridos já ponderou abandonar a profissão, apontando como principais razões que o levaram a pensar nessa decisão o baixo rendimento (17%); a falta de valorização e reconhecimento profissional (8%); a degradação da profissão (6%); as condições de trabalho (2%); e a falta de progressão na carreira (2%). Neste sentido não é, pois, de estranhar que em termos cumulativos, ou seja, quando selecionadas as opções “extremamente insatisfeito” e “insatisfeito” em conjunto, sejam 29% os jornalistas descontentes com a profissão. Os números são ainda mais reveladores quando verificamos que 58% dos inquiridos refere que não voltaria a iniciar a carreira de jornalista.

No ponto seguinte, e antes de apresentarmos as principais conclusões deste trabalho, apresentamos alguns dados relativos a um questionário que realizámos com jovens estudantes de jornalismo, futuros profissionais da área. Os dados que expomos de seguida permitem-nos perceber que a questão da profissionalização se coloca cada vez mais cedo, ainda no contexto da formação, mas também que as principais preocupações dos aspirantes a jornalistas se cruzam com aqueles que foram os dados que mais sobressaíram dos inquéritos realizados aos jornalistas dos meios regionais.

Desafios para o campo do jornalismo: uma análise a partir das perceções de estudantes da área

Depois de termos analisado o modo como os jornalistas de um conjunto de meios de comunicação regional encaram a evolução do campo profissional, procuramos cruzar alguns dos dados obtidos com aqueles que recolhemos, noutra contexto e noutra estudo, junto de estudantes de jornalismo da Universidade da Beira Interior (Gradim & Morais, 2017).

A amostra é composta por 102 estudantes, 73,5% dos quais do sexo feminino e 26,5% do sexo masculino. A sua idade varia entre os 19 e os 36

anos, e a média situa-se nos 24 anos de idade. Entre os inquiridos 33% possuem uma Licenciatura, 26% um Mestrado em Jornalismo, e 23% encontra-se ainda a concluir o segundo ciclo de estudos na área. Entre os estudantes inquiridos mais de metade (62%) já teve pelo menos uma experiência profissional na área, sobretudo ao nível dos estágios (56%), mas também em termos de trabalho a *full-time* (25%). Feita uma breve caracterização dos estudantes inquiridos, consideramos os principais desafios que os jovens estudantes identificaram como sendo os que mais podem ameaçar o futuro da profissão. Neste contexto merecem destaque as questões da circulação de informação falsa na Internet (42%); a procura de lucro por parte dos donos dos *media* (41%); e a necessidade de adaptação por parte dos *media* à tecnologia (39%) (Gradim & Moraes, 2017, p. 30). Entre os principais desafios indicados pelos estudantes, podemos realçar a preocupação com a circulação de informações falsas na Internet, uma vez que, como verificámos no ponto anterior, está em causa a própria credibilidade da informação. Com o recurso crescente aos *media* sociais por parte dos jornalistas e a abundância informativa que caracteriza o novo ecossistema informativo, é fundamental confirmar toda a informação que é partilhada.

Para além dos desafios que o jornalismo enfrenta, no inquérito aos alunos destacamos ainda outros dados, como a necessidade de formação ou título profissional para exercer a profissão. Entre os estudantes percebemos que quase 50% não entende que seja necessário pertencer a uma instituição para fazer jornalismo. Os dados apontam assim para uma diluição do papel das instituições jornalísticas e para o crescimento dos profissionais *freelancers*, sem vínculo laboral a um meio de comunicação. Estas respostas dos estudantes devem, no entanto, ser interpretadas no quadro de um mercado de trabalho onde os jovens jornalistas têm muitas vezes dificuldade em entrar, desde logo porque as redações não têm parado de encolher. Como referem Moreno e Cardoso (2016), “a crise e o correspondente emagrecimento das redações - em parte resultado da transferência de rendimento justamente para as plataformas de participação dos indivíduos” (p. 316), tem tirado espaço aos jornalistas.

Se os estudantes de jornalismo não consideram que seja necessário estar ligado a uma instituição para poder exercer a profissão, já no que diz respeito à obrigação de ter um grau académico para o exercício profissional não têm dúvidas. Para 58% este grau deve ser obrigatório e um importante elemento que

ajuda os jornalistas a assumirem-se enquanto profissionais e a diferenciarem-se dos restantes produtores de conteúdos.

Neste contexto é ainda interessante verificar que entre os conhecimentos que os estudantes consideram mais importantes para o exercício da atividade profissional, surgem destacadas as funções basilares da profissão, como escrever seguindo os princípios do jornalismo (71%); saber entrevistar (53%); estabelecer uma rede de contactos e fontes fidedignas (52%); e analisar e sintetizar grandes quantidades de informação (47%).

Por outro lado, os estudantes demonstram também preocupação em relação às competências necessárias e fundamentais para o desempenho da profissão no futuro. Na linha do que defendem Anderson, Bell e Shirky (2014, pp. 31-39), os jovens aspirantes a jornalistas mostram-se preocupados com o desenvolvimento de “*soft e hard skills*”, sendo que no caso das últimas, estas estão relacionadas com competências técnicas, ferramentas e plataformas que lhes permitam abrir novas possibilidades em termos de produção de conteúdos (cf. Moreno & Cardoso, 2016, p. 319). Os estudantes revelam assim que gostariam de ter conhecimentos ao nível das linguagens de programação (21%); da realidade virtual e da realidade aumentada (20%); em relação a infografia e ferramentas de apresentação de dados (18%); na gravação e edição de vídeo (15%); e na criação de *podcasts* (15%).

Conclusões

A avaliação dos dados recolhidos com os inquéritos realizados aos jornalistas permite concluir que pode estar de facto em curso um processo de desprofissionalização da classe, que terá no contexto regional uma repercussão considerável, uma vez que o campo do jornalismo local e regional é por si um terreno de enormes desafios. À permanente falta de recursos materiais, mas sobretudo humanos, juntou-se toda uma alteração da estrutura profissional, com o aparecimento de novos atores que transformaram por completo o processo de distribuição, e parecem, aos poucos, “tomar de assalto” também o processo produtivo.

O dado mais significativo dos inquéritos aos profissionais em exercício

é que apenas 47% têm carteira profissional – menos de metade - e 9% são portadores de título colaborador ou equiparado. Ou seja, 44% não possuem qualquer título ou recusam responder à pergunta, dado cuja interpretação não parece ambígua, e de certo modo concorda com os 41% de trabalhadores que consideram que “pessoas que reportam nas redes sociais agem como jornalistas” e os 38% que defendem que aplicar as técnicas e saberes do jornalismo qualifica alguém como jornalista.

Consideramos estes números preocupantes porque apontam no sentido da desprofissionalização. O profissionalismo é marcado pela delimitação do campo, pelo reclamar de um saber específico, e por uma entrada na profissão estritamente regulada. Uma tolerância de 40% ao desvio destas regras (numa espécie de atitude de *fake it till you make it* que entre os respondentes colhe muitas simpatias) é revolucionária. Trata-se de uma mudança cultural e de mentalidade que afasta estes profissionais dos códigos rígidos do jornalismo industrial e da efetiva demarcação do território profissional que este supunha. Em conjunto com estes dados, é simultaneamente surpreendente e inquietante a ambiguidade do relacionamento com as redes sociais: 80% consideram que realizariam bem o seu trabalho sem elas e 87% garantem que não são a sua principal fonte de informação. No entanto, 66% creem que há demasiada dependência das redes sociais e pouco trabalho jornalístico. Dos outros, naturalmente, não dos próprios. Serão talvez comuns estas distorções na perceção do trabalho próprio e alheio, mas num contexto de fragilidade e desprofissionalização a ignorância e imprecisão no autoconceito profissional são graves.

E contudo, na era da “informação genérica” o futuro das notícias terá de passar pela informação local – aquela que sendo suficientemente específica consegue evitar a armadilha da redundância. A ubiquidade das notícias deixará espaço para poucos operadores nacionais ou supranacionais, mas os *media* regionais e locais, por definição, não chegam onde os outros chegam. Novos modelos de negócio se perfilam, e nesse sentido é significativo que tanto estudantes como profissionais considerem a inovação e a proximidade com os públicos elementos cruciais no futuro do jornalismo. A falência dos modelos de negócio tradicionais e as mudanças no valor da informação representam enormes riscos para os meios regionais, mas podem igualmente representar uma oportunidade para afirmar e defender a profissão. Sendo verdade que vivemos num tempo de abundância informativa e que os jornalistas já não são os

únicos intervenientes na “cadeia informativa”, no âmbito local e regional os jornalistas ainda podem fazer a diferença se forem capazes de perceber o seu papel na criação de conteúdos diferenciados, dotados de valor económico pelo facto de quebrarem com a “informação genérica” e apostarem no hiper-local e na proximidade.

Referências

Anderson, C., Bell, E. & Shirky, C. (2014). *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*. Columbia Journalism School, Tow Center for Digital Journalism.

Buldygin, S. S. (2019). The "European Miracle" in the Coverage of Western Historiography of the 19th and 20th Centuries. *Tomsk State University Journal*(439), 115-119. doi: 10.17223/15617793/439/14

Cardoso, G., Mendonca, S., Quintanilha, T. L., Paisana, M. & Moreno, J. (2016). Modelos de Negocio e Comunicacao Social. In. G. Cardoso, C. Magno, T. Morais Soares & M. Crespo (Orgs.), *Modelos de Negocio e Comunicacao Social: Legacy Media, Novos Media, “Telcos” e Start-ups Jornalisticas* (pp. 13-42). Coimbra: Edicoes Almedina.

Cardoso, G., Quintanilha, T. L., Crespo, M., Vieira, J., Mendonca, S. & Neves, M. (2016). Os Novos Jornais. A Imprensa Escrita, Tendencias e Prospetivas. In. G. Cardoso, C. Magno, T. Morais Soares & M. Crespo (Orgs.), *Modelos de Negocio e Comunicacao Social: Legacy Media, Novos Media, “Telcos” e Start-ups Jornalisticas* (pp. 137-187). Coimbra: Edicoes Almedina.

Correia, J. C. (2011). *O Admiravel Mundo das Noticias – Teorias e Metodos*. Covilhã: Labcom Books.

Fidalgo, J. (2017). Disputas nas fronteiras do jornalismo. In. J. Nuno Matos, C. Baptista & F. Subtil (Org.). *A crise do jornalismo em Portugal* (pp. 103-114). Lisboa: Le Monde Diplomatique, Deriva Editores

Gradim, A. & Morais, R. (2017). Praticas laboratoriais no ensino do jornalismo: o caso do Urbi@Orbi e os desafios da convergencias mediatica. in *Revista Estudos de Jornalismo*, 2, 6: 21 - 37.

Gradim, A. (2000). *Manual de jornalismo*: Universidade da Beira Interior/Livros Labcom.

Hobson, J. M. (2013). Part 1-Revealing the Eurocentric foundations of IPE: A critical historiography of the discipline from the classical to the modern era. *Review of International Political Economy*, 20(5), 1024-1054. doi: 10.1080/09692290.2012.704519

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2005). *Os Elementos do Jornalismo: O que os profissionais de jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora.

Morais, R. & Gradim, A. (2019). Novos Formatos no Jornalismo Contemporaneo: uma analise a partir dos generos jornalisticos tradicionais e das narrativas e conteudos emergentes. in F. Henriques, P. Calvo, L. Ito, R. Longhi, L. Ogando, & M. Martinez (Eds.), *Genero, noticia e transformacao social* (pp. 252-278). Aveiro: Ria Editorial.

Moreno, J. & Cardoso, G. (2016). Os Desafios do Jornalismo em Rede. In. G. Cardoso, C. Magno, T. Morais Soares, M. Crespo (Org.). *Modelos de Negócio e Comunicação Social*. Legacy Media, Novos Media, “Telcos” , Start-Ups Jornalísticas (pp. 283-354). Coimbra: Edições Almedina.

Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York: Norton & Company.

Schwab, K. (2019). *A quarta revolução industrial* (D. M. Miranda, Trans.). São Paulo: Edipro.

Schwab, K., & Davis, N. (2018). *Shaping the future of the fourth industrial revolution*: Currency.

Traquina, N. (2005). Teorias do jornalismo: a tribo jornalística—uma comunidade interpretativa transnacional. *Florianópolis: Insular*, 2, 2.

Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2009). *The handbook of journalism studies*: Routledge.

Wasserman, H., & de Beer, A. (2009). Towards De-Westernizing Journalism Studies In K. Wahl-Jorgensen (Ed.), *The handbook of journalism studies*: Routledge.