



Fidalgo, J. & Marinho, S. (Org.) (2009) *Actas do Seminário "JORNALISMO: Mudanças na Profissão, Mudanças na Formação"*. Universidade do Minho (Braga): Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS).

## Ensino do jornalismo: o digital como oportunidade

**João Manuel Messias Canavilhas <sup>1</sup>**

### Introdução

A revolução digital surpreendeu o sector da informação pela forma célere como os novos equipamentos se impuseram nas redacções, mas também pela influência que tiveram no processo de produção de notícias. Em pouco mais de duas décadas, computadores e máquinas fotográficas digitais, só para citar dois exemplos, tornaram-se imprescindíveis ao bom funcionamento de qualquer publicação, independentemente da sua dimensão. Para este sucesso muito contribuiu a rápida evolução tecnológica e um mercado de consumo ávido de novos produtos, o que permitiu o aumento da produção e conseqüente redução dos preços de hardware e software.

Facilitado o acesso às tecnologias, os meios de comunicação depararam-se com um novo problema: a qualificação dos recursos humanos. Para os profissionais no activo, a solução passou pela formação: acções ministradas pelos vendedores dos equipamentos, cursos do Cenjor ou a auto-aprendizagem em contexto de trabalho foram algumas das alternativas utilizadas. Uma outra opção foi recrutar jovens licenciados na área da Comunicação, contando com os seus

<sup>1</sup> Professor Auxiliar. Departamento de Comunicação e Artes – Universidade da Beira Interior – PORTUGAL.

conhecimentos na área do digital. Porém, também as escolas foram surpreendidas pela forma célere como o digital se impôs no sector.

As instituições de Ensino Superior, organizações tipicamente conservadoras, reagiram tardiamente à nova realidade digital. A introdução de disciplinas ligadas às novas tecnologias nos planos de estudos foi mais lenta do que a digitalização dos meios de comunicação, criando-se um desfasamento entre as necessidades do mercado e a oferta formativa. A implementação do Processo de Bolonha no Ensino Superior Português surgiu como uma boa oportunidade para recuperar o tempo perdido, mas a criação de novas disciplinas nos planos de estudos ficou desde logo condicionada devido à passagem das antigas licenciaturas a cursos de 1º ciclo, com a obrigatória redução de 4/5 anos para 3 anos de formação.

Grande parte das escolas efectuou esta redução à custa da supressão de disciplinas de carga mais teórica, o que acabou por dar resposta a uma das mais ferozes críticas dos estudantes: o excessivo peso das disciplinas “teóricas” em relação às “práticas”. Com esta mudança, foi possível fazer uma aproximação às exigências das entidades empregadoras, que sempre reivindicaram uma formação mais orientada para a prática profissional.

O distanciamento entre o Ensino Superior e o mercado de trabalho não é uma novidade e as divergências têm sido uma constante ao longo da história: enquanto a universidade aprofundava as discussões sobre ética e objectividade, o mercado exigia “cachas”; enquanto a universidade procurava ensinar um discurso jornalístico mais rico e variado, o mercado impunha regras que tornassem a produção noticiosa mais rápida. (Batista, 2005). O ambiente nas redacções espelhava também as diferenças entre os dois mundos: de um lado os jornalistas formados nas redacções, do outro os recém-licenciados. Numa primeira fase, a introdução das tecnologias digitais no jornalismo contribuiu para cavar ainda mais o fosso entre os dois grupos. A notória supremacia dos recém-licenciados no campo das tecnologias digitais foi sempre menosprezada pelos profissionais, que contra-atacavam com a dificuldade dos estagiários na redacção de notícias. Este fosso entre jornalistas formados na tarimba e licenciados durou enquanto estes últimos eram ainda um pequeno grupo, situação que mudou a partir de meados da década de 90.

O primeiro curso superior de Comunicação Social em Portugal abriu apenas em 1979, mas quase 30 anos depois existem em Portugal 17 licenciaturas só no Ensino Superior público. Em termos de vagas, este ano lectivo são oferecidos 880 lugares em cursos públicos. Juntando a oferta dos ensinos público, privado e concordatário, o total de vagas sobe para cerca de 1700. Considerando que alguns destes cursos oferecem vários ramos – jornalismo, relações públicas,

publicidade e audiovisual – poderemos estar a falar de uma formação anual de mais de 600 jornalistas, um número excessivo para a dimensão do nosso mercado.

Com números desta grandeza, ainda se justifica que o ingresso na profissão se faça por outra via que não a licenciatura ou mestrado em comunicação/jornalismo? Penso que não, mas a recente aprovação do novo Estatuto do Jornalista faz com que a situação se mantenha nos próximos anos, pelo que o ingresso na profissão continuará a decorrer de uma forma completamente aberta.

Com as exigências legais para ingresso na profissão a um nível muito baixo, o Ensino Superior do jornalismo só tem uma opção: provar que este nível de formação é uma real mais-valia para as empresas, demonstrando que um licenciado ou mestre não vale pelo grau, mas pelos conhecimentos e competências obrigatoriamente adquiridos para a obtenção desse mesmo grau. Neste contexto, a digitalização do sector da comunicação pode ser um momento de excelência para a academia se reaproximar do mercado, oferecendo soluções para os problemas sentidos pelas empresas neste momento de mudança.

## **1. Empresas vs ensino: dificuldades que geram oportunidades**

No final da década de 80, as empresas de comunicação iniciaram o processo de digitalização das redacções. Todas as fases da produção de notícias foram afectadas, desde a pesquisa à distribuição, passando pela redacção e pela edição de conteúdos.

A digitalização trouxe inegáveis vantagens para o sector da comunicação, mas introduziu igualmente profundas alterações que obrigaram as empresas a ganharem o seu espaço em redes de informação cada vez mais complexas e competitivas. Esta alteração implicou uma profunda reflexão sobre a forma de usar estas ferramentas na criação de produtos capazes de atraírem novos públicos.

Num outro nível, a digitalização desencadeou igualmente um processo de convergência de meios, de linguagens e de funções, conduzindo a uma concentração das tarefas. Tendencialmente, o trabalho dos jornalistas passará a ser multitarefa, e orientado para multiplataformas, pelo que o ensino só tem uma saída: formar profissionais para esta nova realidade.

Apesar da importância da digitalização, olhar para esta tecnologia na sua perspectiva meramente instrumental é reduzir drasticamente o seu potencial. Mais do que o “como funciona?”, interessa saber “para que serve?”, “porque se utiliza?” e “em que circunstâncias a sua utilização é a melhor opção”. Este tipo de questões transforma o digital num campo de

pesquisa, abrindo uma janela de oportunidade no relacionamento entre o Ensino Superior do jornalismo e o mundo empresarial.

Independentemente de todas estas alterações, há uma ideia que deve prevalecer: o digital não deve ser ensinado por oposição ao analógico. Os novos processos digitais são mimetismos dos velhos processos analógicos, tendo por isso uma mesma base a partir da qual nascem novos procedimentos, pelo que o ensino deve privilegiar a complementaridade e não o antagonismo. A fotografia é um exemplo disso mesmo: apesar de todas as alterações, os princípios estéticos continuam a ser os mesmos. Qualquer vulgar cidadão é capaz de captar uma imagem com uma máquina digital, mas quantas dessas imagens são, efectivamente, fotografias? Nesse sentido, podemos dizer que o ensino deve proceder a dois tipos de alterações: integrar o digital nas disciplinas tradicionais e incluir novas disciplinas relacionadas com as funções que entretanto passaram para a órbita do jornalista.

Seguindo o processo de produção de notícias, as oportunidades de colaboração entre escolas e empresas surgem em todos os momentos.

**Alteração 1. Fase de pesquisa.** Graças às bases de dados e à Internet, a demorada deslocação ao arquivo da empresa foi substituída por uma rápida e confortável investigação feita a partir do computador do jornalista. Porém, procurar informação na Internet não é o mesmo que fazê-lo no arquivo da empresa ou numa biblioteca. Nestes dois últimos casos existem sistemas de organização e filtragem capazes de tornar a informação pesquisada mais fiável. Uma simples catalogação de um livro, por exemplo, permite desfazer equívocos relativamente à matéria tratada, algo que não acontece na Internet, onde qualquer pessoa disponibiliza informações organizadas segundo critérios pessoais.

A possibilidade de pesquisar na Internet sem sair da secretária permitiu ganhos assinaláveis de tempo, mas introduziu dois novos problemas: como otimizar a pesquisa num verdadeiro mar de informações e como assegurar a fiabilidade destas mesmas informações.

**Oportunidade:** Se é verdade que as novas tecnologias permitiram pesquisar mais rapidamente, um anseio das empresas, é igualmente verdade que nasceram novas questões no campo da ética e da objectividade, áreas gratas ao Ensino Superior. Emerge assim uma primeira possibilidade de aproximação entre o ensino e as empresas que passa pelo reforço do ensino de ***Técnicas de investigação e pesquisa na web.***

**Alteração 2: Gravação e edição de conteúdos.** A digitalização também provocou alterações no processo de produção de notícias. Na imprensa, a fotografia digital e os programas de paginação revolucionaram a produção, permitindo melhorias no produto e, sobretudo, acelerando o processo. No campo da imagem, os jornais têm vindo a reduzir o número de

fotojornalistas dos seus quadros. As câmaras fotográficas digitais permitem verificar imediatamente a qualidade das imagens captadas, pelo que as empresas passaram a pedir aos jornalistas que façam fotografias dos acontecimentos, reservando apenas os trabalhos de maior destaque para os fotojornalistas. A possibilidade de enviar imediatamente o trabalho para a redacção é outra alteração que permite ao jornais verificar a qualidade do trabalho e, caso não seja satisfatório, pedir nova foto ao jornalista que se encontra no local.

Na rádio e na televisão, os novos softwares possibilitaram igualmente a redução do tempo de produção, mas permitiram ainda que os jornalistas pudessem autonomizar-se, deixando de depender dos editores para produzirem os seus trabalhos. Muitos dos trabalhos lineares que eram feitos por editores são hoje realizados não-linearmente por jornalistas. A velha edição linear foi progressivamente substituída pela não-linear e os softwares têm vindo a tornar-se cada vez mais intuitivos.

Apesar destas mudanças na actividade, o domínio das novas aplicações informáticas não garante melhores profissionais. Uma coisa é conhecer os menus e dominar a caixa de ferramentas, outra é a interiorização dos princípios de edição: os manuais do software explicam o que faz cada menu, mas não dizem o que é um *raccord* nem qual a sua importância do som numa reportagem radiofónica. Embora as potencialidades das ferramentas informáticas permitam acelerar o processo de produção e ter novas opções estéticas, os princípios básicos que norteiam a edição são os mesmos, embora com pequenas adaptações decorrentes da perda de importância do espaço e do tempo, os dois factores que mais condicionam a produção de notícias.

As exigências decorrentes da introdução de novas ferramentas nas redacções obrigam as escolas a formar jornalistas multitarefa, o que implica introduzir novas disciplinas ou alterar conteúdos nalgumas disciplinas existentes nos planos de estudos. Nestas circunstâncias, **Captação e edição digital de imagem** (fotografia e vídeo) e **Captação e edição digital de som** passam a ser conteúdos obrigatórios nestas disciplinas.

Em simultâneo, as escolas devem procurar ler as velhas Teorias da Comunicação à luz de uma nova realidade digital, o que implica um trabalho de investigação intenso. E porque editar é uma forma de manipular, o ensino da **Ética** deve ser reforçado, com discussão de casos resultantes das novas práticas digitais.

**Alteração 3: Distribuição de conteúdos.** Graças à Internet, os conteúdos dos meios de comunicação passaram a ser disponibilizados simultaneamente em todo o mundo, algo que até muito recentemente estava apenas ao alcance dos grupos com poder para adquirirem tempos de satélite. A massificação dos telemóveis, e o seu sucesso junto das novas gerações,

abriram igualmente um vasto campo de possibilidade no que concerne à distribuição de informação para dispositivos móveis.

Com as vendas de jornais em queda, em parte motivada pela não renovação geracional dos leitores, o futuro parece sombrio. Ganhar leitores desta geração passa por distribuir a informação nas plataformas móveis como telemóveis, pda's e consolas de jogos, pelo que urge identificar novas linguagens adaptadas a este tipo de suportes.

O jornalismo na web, outra realidade emergente, tem crescido fortemente na última década. Se numa fase inicial o webjornalismo/ciberjornalismo era ensinado seguindo os mesmos princípios e técnicas do jornalismo escrito, actualmente as escolas já oferecem disciplinas específicas onde se procura explorar as características dos meios. Um dos obstáculos ao desenvolvimento do ensino nesta área era o franco subdesenvolvimento das publicações online portuguesas, algo que mudou muito nos últimos dois anos.

Surgem igualmente novas actividades ligadas ao jornalismo, que resultam da emergência de novos formatos informativos. "Data and mapping", administração de fóruns/comentários, ou gestão de conteúdos e licenças são novas actividades que os jornalistas já assumem em algumas empresas.

**Oportunidade:** As empresas procuram permanentemente aumentar as audiências para dessa forma captarem mais receitas publicitárias, porém nem sempre o fazem da melhor forma. Explorar novas formas de distribuir informação implica o desenvolvimento de novas aplicações e novas linguagens adaptadas às características dos suportes e dos públicos.

Se o jornalismo não quer perder as novas gerações só tem uma saída: levar a informação até aos suportes de comunicação mais usados por essas gerações. Para isso será necessário desenvolver uma nova linguagem adaptada a monitores de pequenas dimensões. Trata-se de uma nova área que pode ser desenvolvida inicialmente na área da investigação para posteriormente criar o seu próprio *corpus* teórico. Isso significa que as escolas devem procurar integrar os alunos nos seus laboratórios de investigação, aproveitando a sua experiência enquanto consumidores e as suas ideias para novas linguagens e novos produtos.

Em termos de conteúdos, as escolas devem reforçar o ensino do **Jornalismo na Web**, colocando-o em pé de igualdade com os jornalisismos escrito, radiofónico e televisivo.

**Alteração 4: Evolução das tecnologias e dos mercados.** As tecnologias da informação e da comunicação estão em permanente desenvolvimento. Novas aplicações informáticas e novos equipamentos são continuamente lançados no mercado e é necessário estudar o potencial destas novidades. As empresas não têm tempo para fazer este tipo de trabalho, mas o Ensino Superior pode colmatar esta dificuldade.

Outra das grandes dificuldades sentidas pelo sector da comunicação tem sido a identificação de modelos económicos que permitam viabilizar uma nova realidade informativa muito assente na distribuição via Internet.

**Oportunidade:** O Ensino deve investir mais na investigação aplicada ao jornalismo, mas as empresas devem também recorrer mais às universidades. A colaboração na área de consultoria pode funcionar no sentido das escolas testarem novas aplicações e equipamentos, podendo ainda ter um sentido diferente, com as empresas a pedirem às escolas soluções tecnológicas para os seus problemas. No campo da economia digital, o ensino deve propor modelos económicos que explorem um mercado ainda pouco sensibilizado para o potencial da Internet enquanto canal privilegiado de distribuição de informação. Num e noutro caso pede-se mais investigação.

## 2. Formação de jornalistas para o séc. XXI

Os desafios impostos pela digitalização introduziram novas variáveis no processo de produção noticiosa, destacando ainda mais a necessidade de reforçar a componente formativa em áreas tradicionais no ensino do jornalismo. Contrariamente ao que se esperava, formar jornalistas para a era digital não significa apenas integrar mais conhecimentos instrumentais nos planos de estudos, mas sim repensar alguns conceitos fundamentais e adaptá-los a uma nova realidade profissional. Neste campo o jornalismo não se distingue das ciências exactas: primeiro é necessário dominar os conceitos para depois se aprenderem as técnicas que permitem solucionar os problemas. As redacções são bons locais para cimentar conhecimentos, mas não para adquiri-los, pelo que a fundamental abordagem transdisciplinar aos processos de comunicação só é possível no seio da academia.

Num plano mais prático, o ensino do jornalismo deve procurar andar sempre um passo à frente do mercado. Não basta formar alunos para as necessidades actuais das empresas, é preciso antecipar o futuro e desenvolver projectos de investigação que integrem esses mesmos alunos. A criatividade dos estudantes, aliada à experiência dos professores envolvidos nos projectos, produzirá certamente propostas mais sustentadas que podem ser incorporadas posteriormente nos planos de estudo. Só assim será possível formar profissionais multitarefa e multiplataforma, duas características essenciais para as empresas.

A digitalização é uma excelente oportunidade para se romper uma longa história de desencontros entre o ensino do jornalismo e as empresas jornalísticas. Aproveitar a oportunidade

é um desafio que se coloca sobretudo às escolas e por isso devem ser elas a dar o primeiro passo, chamando as empresas à academia e mostrando tudo o que podem fazer para ajudar o sector.

## **BIBLIOGRAFIA**

Batista, C. (2004). *Universidade e Redacção de costas voltadas*. Clube Jornalistas. Disponível em <http://www.clubedejornalistas.pt/DesktopDefault.aspx?tabid=177>, visitado em 11 de Julho de 2008.

Diniz de Sousa, P. (2008). *Apropriação e Representações das TIC e seu Impacto em Jornalistas de Duas Gerações*. *Trajectos*, 12, 97-124.

Fidalgo, A. (2001). *O ensino do jornalismo no e para o século XXI*. Disponível em [www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-ensino-jornalismo-internet.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-ensino-jornalismo-internet.pdf), visitado em 18 de Agosto de 2008.

Fernandes, J.L. (2008). *Motivações e Modos de acesso na profissão de jornalista*. *Revista Trajectos*, 12, 97-124.

Red ICOD (2006). *Comunicação Digital: competências profissionais e desafios académicos*. Vic: Red ICOD

Schuch, H. A. (2002). *Adequação do ensino na formação de jornalistas*. *Sala de Prensa*, 48. Disponível em <http://www.saladeprensa.org/art393.htm>, visitado em 11 de Julho de 2008.

Sousa, J.P. (s/ano). *Desafios ao ensino universitário do jornalismo ao nível da graduação no início do século XXI*. Disponível em [www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-desafios-do-jornalismo.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-desafios-do-jornalismo.pdf), visitado em 27 de Agosto de 2008.