

JORNALISMO ONLINE, BLOGS E AFINS

Todas as vezes que inicio um trabalho na área de Jornalismo Digital com meus alunos, vem-me à mente o dito popular, que “a informática veio para resolver todos os problemas que não tínhamos”. Pode parecer contraditório, mas acredito que meu ceticismo nos recursos e variações que a informática nos propicia como profissionais de Comunicação me ajuda a criar alternativas e a contornar os problemas que ocorrem. Pensei em escrever tentando amarrar idéias de vários autores. Entretanto, repensei e achei mais interessante utilizar experiências pessoais e complementar com artigos já publicados na internet. Tornaria a abordagem mais informal e próxima do leitor, sobretudo, estudantes de Comunicação. Foi nesse público que pensei ao escrever este artigo.

Desde o ano de 2000, comecei a desenvolver meus projetos na área digital, primeiro como editor da uma revista eletrônica – Artcom – no curso de Jornalismo da Universidade Metodista de São Paulo; depois, ainda como professor, como orientador de projetos envolvendo outros trabalhos na área da internet (sites e, mais recentemente, blogs). Nada mal, para quem começou a escrever em um jornal de bairro e, mais tarde, se especializou em projetos gráficos. Após cinco anos (atualmente há dez) lidando

com programas de editoração gráfica e editores de texto, conheci a world wide web. No início, vi mais como interesse pessoal; depois, pelas possibilidades profissionais.

Mas, voltando ao tema, por volta de 2002, uma colega professora (que também ministra Jornalismo Digital) me propôs trabalharmos com os alunos um projeto de blog jornalístico. Confesso que torci o nariz, a princípio. Já havia ouvido falar e lido a respeito. “Afinal, trata-se apenas de um diário banal de adolescentes”, pensava. Entretanto, quando ela me mostrou weblogs feitos por jornalistas, e que estes “veículos” tinham um potencial muito grande a ser explorado, mudei de idéia. Passamos, então, a trabalhar nessa nova vertente digital.

Da mesma forma que a internet traz novos recursos (diz-se que a cada seis meses, há um “pulo” na questão dos avanços tecnológicos), também a disciplina Jornalismo Digital acaba, digamos, sofrendo com esse panorama. Desde que ministrou essa disciplina – e lá se vão, pelo menos, cinco anos –, dificilmente o conteúdo de aulas foi igual ao do ano seguinte. Os blogs só entraram no projeto da disciplina há três anos, pelo menos. E com pouquíssimos recursos, em vista do que se tem hoje. Lembro-me até hoje da minha página em HTML, lá pelo ano de 1996: fundo cinza,

• Maurício Gasparotto

Jornalista; mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo; professor de Jornalismo Digital da IMES e da UMESP.

letras em Times New Roman e a criativa saudação “Bem-vindo à minha página pessoal”.

E o que o dito popular do início deste artigo tem a ver com tudo isso? Não basta ao aluno apenas saber escrever bem, ter bom senso na abordagem de uma reportagem, criatividade para ver uma pauta onde muitos não vêem. Também é preciso conhecer e saber aplicar a tecnologia, para o trabalho na mídia digital. Desculpe-me os alunos, mas é preciso saber HTML (alguns maldizem a disciplina, o professor, a universidade, enfim, até mesmo a escolha da carreira, quando são apresentados aos comandos, sejam eles até os mais simples), Photoshop, Dreamweaver e outras tantas parafernalias digitais, que fazem parte da profissão do jornalista digital.

Em outras palavras, a facilidade com que podemos alterar layouts, comportamentos de hiperlinks (ou hipertextos?), entre tantos, traz também as dificuldades de se aprender – ou reaprender – a trabalhar conceitos e ferramentas. Muitos criadores de softwares tentam “facilitar” a vida de recém-chegados às maravilhas do mundo digital, inventando novos recursos para editores de textos ou produção de apresentações. Do meu ponto de vista, essa

“facilitação” acaba limitando, pedagogicamente, a criatividade, o conhecimento e a visão abstrata do produto.

O QUE É HTML?

Era assim que eu começava boa parte de minhas aulas – isso, até dois ou três anos atrás. Desde os conceitos, traduções de termos, até as básicas possibilidades da linguagem de programação que deu o suporte multimídia à internet, tudo era mastigado. A internet dava suas primeiras investidas na massificação no Brasil (1995-1996). Então, era natural que poucos soubessem o que realmente estava por trás daquelas páginas feias, cinzentas, com a ultramoderna tipologia Times New Roman e que, de repente, começavam a ter cores, logotipos mais coloridos, mais informações nas páginas (me pergunto por que chamamos de “páginas” as telas dos sites?)... Bom, enfim...

A rede começava a inchar. Muitos estudiosos e profissionais da Comunicação já anteviam o excesso de informação a que estaríamos sujeitos. Todo leitor deveria então começar a ter noções de edição, caso contrário, corria o risco de se afogar nesse mar sem fim. E lá na minha sala de aula, eu ensinava os princípios básicos da internet. Todo o esforço do departamento militar norte-americano em resguardar informações estratégicas durante a Guerra Fria, os estudos realizados por universidades etc.

Então, gradativamente, as

alternativas foram aumentando. De simples páginas produzidas em blocos de notas, passamos a contar com os editores HTML. De um editor a outro, com mais recursos, facilidades – outros, nem tanto –, mas que, de um jeito ou de outro, me ajudaram e a tantos outros colegas professores de JOL a desenvolver melhor o conteúdo de suas aulas. Mas, até hoje ainda insisto em alguns comandos HTML, por mais simples que sejam.

DO CINZA À “BLOGOSFERA”

“Por que não fazemos blogs com os alunos?”

“De jeito nenhum, isso é antijornalismo”, sentenciei.

Depois de algum tempo, ela me convenceu a bancar a empreitada. Não seria aquele diário virtual, produzido por adolescentes que comentavam “as baladas” do “findi” (fim de semana, na linguagem “coloquial-interneteira”) ou das “ficadas”. Seria com a escolha de um tema a ser desenvolvido, pesquisa com metodologia, entre outros conceitos da produção jornalística.

Tudo esclarecido (e mesmo um pouco desconfiado), começamos o projeto com uma turma do terceiro ano do curso. Agora, que alguns anos se foram, damos risadas ao lembrar os apuros pelos quais passamos. Como não trabalhamos com um servidor próprio, utilizamos os existentes (UOL, Weblogger, Blogger etc). Semana sim, semana não, um dos servidores estava fora do ar, levando ao deses-

pero alunos e professores. Estávamos todos aprendendo a usar uma ferramenta que hoje parece brincadeira de criança.

Isso porque não bastava apenas escrever e pesquisar. Também começamos a trabalhar nos projetos visuais, para personalizar os blogs conforme o tema que os grupos escolhiam. Passei horas e horas em frente ao computador, tentando entender aquele monte de linhas de códigos (além do HTML, muitos modelos já usavam folhas de estilos, as chamadas CSS). E toca mudar números, valores e comandos, para ver no que dava. Muitas vezes, perdia todo o conteúdo dos blogs de teste que criei e tive que recomeçar do zero.

O projeto visual, inclusive, era uma das exigências para nota, além da qualidade do conteúdo. Raros são os alunos que acabam enveredando pelas artes visuais ou gráficas, mas verificamos que isso era uma exigência do mercado de trabalho, depois de algumas pesquisas em sites de recolocação profissional.

E, para não contradizer os prognósticos, em pouco tempo, os alunos acabaram por me mostrar outra novidade! Sites inteiros dedicados a “turbinar” blogs. Agora, era possível usar coraçõezinhos ou borboletas (no caso das alunas) no lugar das setas do cursor. Podia-se fazer nevar na tela ou criar uma saudação antes de carregar o conteúdo do blog (o que sempre me faz lembrar da minha primeira “página” em HTML).

Quando já pensava que

estava relativamente tranqüilo, verifiquei que alguns alunos já entendiam de codificação HTML melhor do que eu! Então, voltamos à frente do monitor para entender essas novidades. E explicá-las à maioria dos alunos, que ainda não haviam “pegado a onda”. Certa vez, após algumas explicações minhas sobre HTML, alguns alunos comentaram com minha colega: “professora, o pessoal lá da frente (da sala) surfa, a gente, aqui no fundo, bóia”.

ONDA ATRÁS DE ONDA

Mal tinha me adaptado às constantes novidades, havia cerca de um ano, um aluno estava ao computador durante o intervalo da aula. O site tinha fundo azul, cheio de fotos. “Já viu isso professor?”. “Não”. “É o Orkut”. Pronto, mais uma... será que essa internet vai dar sossego? A gente mal entende uma coisa e já vem outra!

O site de relacionamento pegou, feito fogo em mato seco. Antes, usado para encontrar colegas “desaparecidos” ou conversar com outros pares que “odiavam segundas-feiras” ou “admiradores de chocolates”, verifiquei que muitos já o utilizavam para trocar informações sérias. Segundo artigo escrito por Pedro Peduzzi e publicado (ou disponibilizado, no linguajar da internet) no site *Comunique-se*, existem, hoje, mais de mil comunidades dedicadas ao tema jorna-

lismo.¹ Duas das mais populares são “Pautas Delivery” e “Pautas Online”, para troca de informações e fontes de entrevistados entre repórteres. A internet, finalmente, abriu os famosos caderninhos telefônicos dos jornalistas.

E eu já tinha mais uma coisa com o que me ocupar (aprender a usar o site corretamente, diga-se de passagem). Comecei a ler intervenções nos fóruns, reencontrei alguns amigos, entre outras coisas. Como fenômeno de comunicação, o Orkut é interessante, mas acredito que ainda esteja muito aquém de suas possibilidades – até mesmo porque a segurança é zero.

Mas tudo isso – blogs, Orkut e seus similares – mostra como a sociedade está se transformando em tempos digitais. E não apenas em termos de informática. Hoje, podemos ler nossos e-mails e sermos avisados quando um blog é atualizado pelos telefones celulares (o Universo Online criou um sistema de aviso por SMS, quando um blog é atualizado). Basta apenas ter dinheiro no bolso para assinar o serviço de sua operadora.

E nada mais significativo do comportamento da sociedade quando ocorrem eventos importantes – infelizmente, na maioria, catástrofes. O dia 11 de setembro de 2001 virou um marco no jornalismo digital. As imagens do choque dos aviões com as torres do World Trade Center, em questão de minutos, já estavam

abarrotoando sites e blogs pelo mundo. Muitos websites de jornalismo “caíram”, tal o número de acessos em busca das últimas informações. Em decorrência, também pipocaram outros tantos sites, que transmitiam outros tipos de informações: como ajudar ou socorrer vítimas, atualização da lista de mortos e, pelo lado bom, muitos, só conseguiram avisar seus parentes que estavam a salvo graças aos e-mails ou SMSs.

Como tudo o que há em comunicação, existe o lado bom e o ruim. O troco do governo norte-americano, a Guerra do Iraque, logo voltou a congestionar as telas dos computadores. Fotos e mais fotos, trechos de vídeos, infográficos e mais, muito mais informações. Esse poderia ser o lado bom da história.

O lado ruim fica, curiosamente, para a própria mídia. O jornalista Kevin Sites, que à época fazia a cobertura da guerra pela CNN, teve que suspender o blog particular (<http://www.kevinsites.net>) que mantinha por não estar de acordo com a linha editorial da própria emissora. Hoje pela NBC, ainda no Iraque, Sites voltou a alimentar o blog, mas com um aviso: “Kevin Sites é um jornalista freelancer, no momento a serviço da NBC, mas este site é um site pessoal, não afiliado ou financiado pela NBC”.

Coisas de um mundo digital, onde até mesmo as leis têm que se atualizar, perante o avanço tecnológico. Talvez,

¹ PEDUZZI, Pedro. Orkut: mais de mil comunidades jornalísticas. Site *Comunique-se*, 1º de março de 2005. Disponível em <http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshows.asp?editoria=8&idnot=20673>

se ele tivesse colocado esse aviso quando estava na CNN, Kevin Sites não teria sido re-preendido. Entretanto, uma coisa não justifica a outra. Liberdade de imprensa é liberdade de imprensa.

O dia posterior ao Natal de 2004 também ficou marcado pela rapidez com que as informações circularam pelo mundo, em poucos instantes. A tsunami que arrasou parte da Ásia deixou profundas marcas, tanto no real, quanto no digital. Fotos, vídeos e detalhes da tragédia preencheram as primeiras páginas dos jornais online. Mas isso também mostrou que a imprensa padece de um jargão que a marca: “Notícia boa não vende jornal”.

Enquanto milhares de jornais, grandes e pequenos, mostravam os resultados das ondas gigantes, outros, bem pequenos, mais precisamente os “blogueiros” tratavam de repassar informações de como auxiliar as vítimas do maremoto. Organizações Não-Governamentais mudaram suas páginas rapidamente para orientar aqueles que precisavam ou queriam ajudar. Ponto para os pequenos. A grande mídia só alguns dias depois é que se preocupou (ou lembrou?) que ainda havia sobreviventes, feridos, perdidos...

Mais uma vez, graças à tecnologia, parentes e amigos puderam se reencontrar, equipes de resgate conseguiram trabalhar e se comunicar por WiFi. Uma vez que as linhas físicas estavam destruídas, ondas de rádio e sa-

télites foram os substitutos, possibilitando a comunicação e rapidez de ação.²

A internet está propiciando uma cena interessante: pequenos sites e blogs estão funcionando como, eu diria, um “quinto poder”. São os fiscais da imprensa. E não são poucos os casos em que esses pequenos “Davis” derrotam “gigantes”, como ocorreu nas últimas eleições norte-americanas, quando pairavam dúvidas sobre o patriotismo do então candidato George Walker Bush, quando serviu (ou deveria?) o exército.

Foram os blogs, mais uma vez, os responsáveis por derrubar um fato levantado por uma grande emissora de TV. Na época das eleições norte-americanas, a CBS, por intermédio de seu mais famoso âncora, Dan Rather, veiculou documentos que comprovavam que a família do candidato George Walker Bush estava utilizando de sua influência política para liberá-lo de servir o exército no Vietnã, em 1972.

O fato em si já seria capaz de derrubar qualquer candidatura nos EUA, uma vez que o patriotismo arraigado não permite que seja sequer cogitada a situação de alguém fugir ao serviço militar. Entretanto, alguns jornalistas “blogueiros” (termo utilizado para designar aqueles que mantêm weblogs) verificaram que os documentos haviam sido produzidos por editores de texto. Em 1972, isso ainda era raro.

Mesmo porque a CBS afir-

mava que os documentos apresentados foram datilografados.

Essa informação se espalhou rapidamente por outros blogs e sites, voltando novamente à CBS que, mesmo tentando desqualificar a informação, chamando os profissionais de “jornalistas de pijamas, sem qualquer qualificação profissional e movidos por interesses eleitorais”, teve que se retratar.³ A situação ficou feia para o âncora Dan Rather, mais de quarenta anos de profissão, e que foi um dos ícones do jornalismo televisivo ao mostrar a verdadeira face da guerra do Vietnã, desencadeando uma onda nacional de protestos contra o conflito. O resto, é a história que conhecemos.

BLOGS DIZEM A VERDADE?

E, como não poderia deixar de ser, os blogs agora estão se profissionalizando. O código de ética já existe de maneira automática; ninguém precisou colocar isso no papel ou transformar em lei. Como se trata de algo que não acarreta lucro ou gerência monetária qualquer – e isso é uma característica que, em minha opinião deve ser mantida; blogs devem ser gratuitos, livres de banners e outros tipos de publicidade –, os blogueiros não têm problema nenhum em citar fontes, replicar informações de outros blogs ou sites, citando suas bases de pesquisa, enfim, “dar nomes aos bois”.

² LEMOS, André. Cibercultura e Tsunamis. Revista *Novae*, 08 de março de 2005. Disponível em http://www.novae.inf.br/pensadores/cibercultura_e_tsunamis.htm

Grande centros universitários, como Harvard por exemplo, promoveram encontros para debater a credibilidade de blogs e sites.⁴ Esse fato é interessante, pois suscita uma questão: o material que se veicula na internet é realmente confiável? Já vimos ou ouvimos falar de pesquisas sobre o conteúdo na internet não ser digno de muita credibilidade. Como todo novo meio (ou produto), os blogs geraram uma polêmica no meio jornalístico. Qual a responsabilidade de quem escreve, principalmente se não for jornalista ou do meio de comunicação? Como tratar um blogueiro que produz informações falsas, ou as repassa? Ele está sujeito às leis de imprensa de seu país? Pode ser tratado como jornalista? Muitas perguntas que precisam de respostas. O fato é que o jornalismo chegou a um impasse justamente por causa da descentralização das informações. A liberdade de expressão que buscamos tanto, agora tornou-se o centro da confusão que gira em torno de pessoas que, sem ter a formação acadêmica, têm tanta credibilidade ou mais do que jornalistas de carreira.

Certa vez fiz uma pesquisa rápida e informal em sala de aula. Perguntei a meus alunos quantos assinavam revistas ou jornais. Cerca de um terço da sala levantou a mão – o que já me preocupa, pois um jornalista deve, antes de tudo, ler.

Em seguida, refiz a pergunta, desta vez sobre confiabilidade da informação na internet. Metade da sala levanta a mão. Em seguida, a terceira pergunta: quantos lêem jornais ou revistas na internet? Metade da sala levanta a mão, inclusive alguns dos quais assinam jornais ou revistas. Estranho? Contraditório, no mínimo? Coisas da tecnologia? Acho que esse é o ponto em que cada um tira sua conclusão.

Isso pode nos trazer alguns incômodos, mesmo porque a reboque da tecnologia, surgem novidades cada vez mais descentralizadoras, como o wikinews,⁵ onde a pessoa comum faz a notícia. Agora, com versão em português. O projeto se propõe a ser a maior enciclopédia jamais criada pelo homem. Qualquer pessoa, em qualquer canto do planeta, pode ser um repórter, editor de página e ainda inserir verbetes no sistema, cuja consulta e utilização é gratuita. A exigência, na área de notícias, é que seja produzida sem viés. Vale a pena dar uma espiadinha básica.

“Quem não tem colírio, usa óculos escuros”.

O trecho da música Como vovó já me dizia, de Raul Seixas, pode ser utilizado para retratar a situação da imprensa nacional. Poucas vagas, alta rotatividade e um grande número de recém-formados em um mercado instável. Assim, é preciso buscar alternativas

para se manter ativo, mesmo desempregado ou em busca de colocação. O jornalista Ricardo Noblat foi durante muitos anos colunista político e ex-chefe de redação do Correio Braziliense, atualmente desempregado (pelo menos até a produção deste artigo), se mantém na ativa por intermédio de seu blog (<http://noblat.blig.ig.com.br>). Como ele mesmo já escreveu no Observatório da Imprensa,⁶ “... Por ora, ele não me rende um tostão. É uma cortesia da minha mulher, que paga as contas da casa, mas que não parece disposta a continuar pagando por muito tempo. E ainda reclama de que não saio da frente do computador”. É a conhecida lei da procura e demanda. Se não existe um mercado, que se crie um. Se o mercado está saturado, busquemos alternativas. Se a grande imprensa está trabalhando com seus quadros mais do que enxutos ou se a pequena não tem condição de absorver a oferta de profissionais, inventa-se ou adapta-se um meio, transformando-o em publicação. Como acontece com os blogs.

Isso está funcionando, também, para se definir, ou redefinir, a linguagem. Não estou me referindo ao idioma, à escrita. É com relação à maneira de transmitir a informação. Já estamos saturados de ouvir que a internet trouxe vídeo, áudio e texto na mesma plataforma, que é possível combiná-los de

³ CASTILHO, Carlos. A vitória dos “jornalistas de pijamas”. *Observatório da Imprensa*, 21 de setembro de 2004. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=295ENO001>

⁴ CASTILHO, Carlos. Todos em busca de credibilidade. *Observatório da Imprensa*, 18 de janeiro de 2005. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=312ENO001>

⁵ Disponível em <http://pt.wikinews.org>