

# UTOPIA DIGITAL: Repensando o papel revolucionário das novas tecnologias em redações de jornais do interior

*Tháísa BUENO<sup>52</sup>*

**RESUMO:** Este artigo propõe uma discussão sobre até que ponto a adoção de ferramentas digitais e plataforma de interação muda efetivamente a rotina produtiva dos veículos de comunicação, levando em conta as condições precárias do mercado no interior do Brasil. O estudo tem como foco um mapeamento feito com 12 empresas jornalísticas da grande imprensa de Imperatriz (MA).

**PALAVRAS-CHAVE:** Ferramentas digitais; Rotina produtiva; Jornalismo; Imperatriz.

**ABSTRACT:** This paper proposes a discussion of the extent to which the adoption of digital tools and platform for interaction effectively changes the routine production of communication vehicles, taking into account the precarious conditions of the market within Brazil. The study focuses on mapping done with 12 newspaper companies Imperatriz (MA).

**KEY WORDS:** Digital tools; Routine productive; Journalism; Imperatriz.

## 1. Apresentação

O mundo da comunicação está em plena ebulição. Amparadas nas tecnologias digitais e na convergência multimidiática, as transformações atingem tanto a estrutura e a propriedade dos veículos, quanto à pesquisa, a produção e a difusão da informação. Ao longo de sua história, a tecnologia sempre alterou diretamente a prática jornalística, mas não é arriscado afirmar que, por conta da Internet, essas alterações se tornaram mais radicais e aceleradas, afinal, conforme bem lembra Castells (1999), em três anos de funcionamento a rede alcançou

---

<sup>52</sup> Jornalista, mestre em Linguística e Semiótica pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS). Professora assistente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus de Imperatriz. E-mail: [thaisabu@gmail.com](mailto:thaisabu@gmail.com).

60 milhões de pessoas, uma marca que o rádio demorou 30 anos para obter e a televisão 15 anos.

Entre essas mudanças está a adoção de recursos tecnológicos que ampliam a interação com o público no dia a dia da redação e repaginam as orientações de produção e distribuição desses conteúdos, como o e-mail, os aplicativos de bate-papo (MSN, GTalk e afins), as redes sociais e os aparatos móveis. A organização desses instrumentos na web impulsionou uma ruptura significativa na forma de trabalhar dos jornalistas, seja por causa das facilidades de apuração, ampliação nas escolhas das fontes de entrevista, agilidade na captura da notícia; seja na própria relação com o leitor, já que forçou as empresas a conviverem com mais proximidade com aqueles a quem se dirigem. Ou seja, a redação e os próprios jornalistas foram levados a rever sua forma de organização e atuação.

Uma das grandes mudanças, talvez a mais importante desde a Antiguidade, que afeta do interior às técnicas de comunicação, é o crescimento do paradigma digital (BRETON; PROULX, 2006, p. 99).

No entanto, este ambiente quimérico, em que todos participam, e, afinando um pouco esse processo, em que os próprios jornalistas dominam e fazem uso das ferramentas, contribuindo e corroborando o discurso de que, sim, esses recursos trouxeram mudanças impressionantes para a prática de imprensa, não acontece na mesma medida em todos os lugares. Não encontra eco, por exemplo, na prática jornalística de quem se localiza em lugares afastados dos grandes centros e cuja realidade ainda está longe de ter à sua disposição e domínio o aparato tecnológico comum nas empresas mais estruturadas. E a proposta deste artigo é justamente essa: suscitar uma reflexão sobre até que ponto a inclusão de ferramentas de interação da web, redes sociais e tecnologia móvel são capazes de promover alguma mudança significativa nas redações de médios centros urbanos, cujos investimentos no setor são mais lentos.

## **2. Jornalismo de cara nova**

Basta voltar nosso olhar para as inserções tecnológicas pelas quais o mundo passou no último século, por exemplo, para ratificar o papel determinante que as tecnologias promoveram no ambiente de trabalho dos jornalistas. De forma resumida podemos elencar algumas dessas ferramentas que tiveram papel meritório no processo de reorganização prática desse campo do conhecimento: a pavimentação e investimentos nas estradas, que influenciaram drasticamente na distribuição dos jornais impressos; a adoção das impressoras

linotipo e rotativas, que trouxeram agilidade e velocidade ao processo; a popularização das máquinas de escrever mecânicas e depois elétricas; o telégrafo, o telefone e, mais recentemente, os investimentos em telecomunicações. Todas essas ferramentas, vastamente adotadas no dia a dia dos profissionais da notícia, foram responsáveis pela repaginação das redações.

Como bem lembra Lapham (1995), a inclusão da Internet na prática jornalística teve duas influências marcantes na forma de tratar a notícia: permitiu o crescimento significativo na quantidade de informação disponível, propiciando um exercício muito mais igualitário, já que ampliou o número de vozes envolvidas nas coberturas; e forçou-se repensar a sua organização diante de tantas informações e facilidades na seleção de recursos complementares.

Traquina (2004), inclusive, aponta que as inovações tecnológicas, em particular a Internet, promoveram mudanças pontuais no fazer jornalístico, substancialmente na aceleração das coberturas e no modelo de produção da notícia, pautado muito mais pela interação cada vez mais próxima com o consumidor da informação. Nessa ótica de pensamento, Saad (2005) chega a defender que o papel influente das tecnologias de comunicação levou o mercado a exigir dos seus profissionais novas habilidades e, até a criar outras funções além das tradicionais. Para a autora, pelo menos quatro novas categorias de trabalho já fazem parte das redações contemporâneas: Arquiteto da Informação, Gestor de Conteúdo; Gestor de Relacionamento e *Web Urbanism*<sup>53</sup>. Todos postos que pressupõem o domínio de uma nova ferramenta, mas, mais que isso, que modificam nossas relações com ela e com a realidade que se projeta a partir dela.

Inclusive aqui podemos promover um diálogo com MacLuhan (1964), para quem as inserções tecnológicas representam mais que uma evolução puramente, mas levam a transformações no modo de pensar o mundo e nele situar-se. Para esse autor, as mutações

---

<sup>53</sup> A primeira função, explica Saad (2005), é a do profissional que está na redação com o objetivo de mapear conteúdos diversos e pensar em formas distintas de interpretá-los para manter a atenção do leitor por mais tempo no mesmo assunto, como definir o uso de hiperlinks, infográficos, animação, sons ou todos juntos. Já o Gestor de Conteúdo vai exigir do jornalista mais que as competências básicas, como saber o que é notícia e adotar a narrativa mais adequada. Será exigido dele flexibilidade e agilidade para se adaptar rapidamente às novidades do mercado no que diz respeito aos aparatos tecnológicos e novidades nas plataformas. O Gestor de Relacionamento prevê que o jornalista precisa atuar como um elo entre opiniões, grupos, comunidades, ou seja, uma postura muito mais aberta a indagações do público. Por fim, à luz da autora, o *Web urbanism* mostra que os profissionais hoje precisam aproveitar as potencialidades geradas nas comunidades das redes e estimular a participação do interlocutor, inclusive criando e monitorando weblogs, fóruns e chats.

fundamentais da história do homem são guiadas, não pelos grandes acontecimentos – políticos, descobertas etc. – mas, essencialmente, pelo desenvolvimento dos canais e meios de comunicação.

Qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas. A estrada de ferro não introduziu movimento, roda ou caminhos na sociedade humana, mas acelerou e ampliou a escala das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalho, e de lazer totalmente novos. (MCLUHAN, 1964, p.22)

Hoje, Santaella (2007) – não ao tratar de Jornalismo, especificamente, mas ao falar de Comunicação – vai adiante e descreve uma etapa mais recente, que chama de Cibercultura, marcada pela mundialização, navegação abstrata, forma de interação e mundos virtuais. E a autora, inclusive, faz referência ao pensamento de Peterson (2003) que, segundo ela, já anuncia um novo momento, também marcado por mutações, e que teria como característica mais acentuada a saturação e a sobrecarga de informações, exigindo que esta seja filtrada e convertida.

Por fim, de uma forma ou de outra, ao que parece, todos estão de acordo num ponto: as tecnologias trazem mudanças significativas nas organizações sociais, afinal não estão separadas delas; e isso, arrisca-se dizer, atinge diretamente as atividades que lidam com a informação, portanto, o Jornalismo.

### **3. Longe do ideal**

No entanto, essa descrição ideal, em que todos querem e sabem participar não alcança todos os setores sociais ao mesmo tempo.

Apesar de todo esse avanço acelerado das telecomunicações e da informática, não podemos logicamente afirmar que esse hoje é um fenômeno generalizado e igualmente distribuído. Exclusões econômicas e políticas precisam ser superadas para que o projeto integrador facilitado pelas tecnologias venha a se concretizar. (AGNEZ, 2011, p.45)

O Maranhão, por exemplo, segundo dados do Censo de 2010, é o último estado brasileiro em número de domicílios com acesso à Internet. O índice é de menos de 10%. Ainda conforme este levantamento, 90 municípios maranhenses, ou seja, 41,5% do total têm cerca de 2% de domicílios com computadores ligados à Internet. E ainda, 6 municípios maranhenses não têm nenhum computador ligado à Internet.

Imperatriz é a segunda maior cidade do estado do Maranhão. De acordo com o IBGE sua população atual é de 247.553 habitantes. Conforme Moraes (2010), com base em monografia sobre o perfil do jornalista da cidade, em 2010 a cidade mantinha 7 emissoras de televisão, 8 de rádio e 2 jornais impressos em circulação. Até abril de 2012 a cidade não dispunha de nenhum webjornal comercial de cunho jornalístico. Em maio deste ano entrou na rede o site Do Minuto ([www.dominuto.com.br](http://www.dominuto.com.br)), que tenta, em condições precárias<sup>54</sup>, fazer coberturas diárias de cunho regional.

Um levantamento prévio feito pelo grupo de pesquisa em Novas Tecnologias (G-Mídia) do curso de Jornalismo da UFMA de Imperatriz, em 2011, constatou que das 12 redações da grande imprensa da cidade que incluem na sua grade produção jornalística local<sup>55</sup>, entre elas TVs, Rádio e jornais impressos, pelo menos duas bloqueiam totalmente o uso das redes sociais na sua redação e outras três delas permitem apenas seu uso parcial ou controlado.

Essa análise levou em conta todo o universo de veículos que mantém em sua rotina uma produção jornalística na sua grade. São 5 emissoras de televisão – TV Mirante (Globo), TV Difusora (SBT), TV CRC (Band), TV Nativa (Record), TV Capital (Rede TV) –; 5 de rádio – Rádio Mirante AM e FM, Difusora Sul FM, Terra FM e Nativa FM; e 2 jornais impressos em circulação – o Jornal Progresso e o Jornal Capital.

Este levantamento teve como base metodológica duas frentes de pesquisa: um estudo quantitativo, com a aplicação de questionário para conhecer os hábitos e a prática do uso das tecnologias de interação nas redações de todos os veículos com produção jornalística em Imperatriz (MA); e uma etapa qualitativa, composta da observação das rotinas produtivas. Nesta perspectiva, este estudo mostrou, frente às novas condições comunicativas, o papel dessas ferramentas na rotina produtiva dos jornais de diferentes suportes de Imperatriz, sendo este recorte um modelo que pode refletir a realidade de diversas outras redações, em condições semelhantes, em outras cidades do interior do Brasil. Entender o quê e como essas ferramentas têm contribuído ou alterado de fato a rotina produtiva e a relação com o seu interlocutor, neste ambiente cheio de idiossincrasias típicas de médios centros urbanos, cujos investimentos em tecnologia são menores e mais lentos se comparado às redações das

---

<sup>54</sup> Atualmente apenas um jornalista e um estagiário são responsáveis por toda a cobertura do veículo.

<sup>55</sup> No levantamento citado anteriormente, com os dados de Moraes (2010), estão todos os veículos, incluindo os que não têm uma Redação própria por trabalharem com a venda de espaço comercial. Para o estudo do GMídia só foram mapeadas as Redações que mantêm programas jornalísticos na sua grade.

principais capitais ou grandes centros do País, é uma maneira de ampliar horizontes sobre a pesquisa e a realidade brasileira. Além disso, se mostra como uma forma de repensar a inserção dessas ferramentas, muitas vezes supervalorizadas na sua potencialidade, ainda que na prática tenham um resultado muito menos efetivo em sua finalidade.

Assim, pensar sobre esse fato é trazer para a discussão uma realidade de jornais e profissionais que boa parte das vezes não encontra eco nas descrições e estudos disponíveis, mais focados nos grandes centros ou empresas midiáticas há muito consolidadas. De acordo com um estudo organizado pela S2 Comunicação Integrada, realizado entre junho e setembro de 2009, sobre os hábitos dos jornalistas brasileiros no uso das redes sociais e da Jornalismo 2.0<sup>56</sup> no Brasil, 72,07% usam as redes sociais com objetivos profissionais. O estudo é representativo, no entanto, retrata apenas parte da realidade nacional, já que foi focado em profissionais e veículos localizados exclusivamente nas capitais do País. Mesmo assim, os números ratificam a afirmação de que nos centros maiores, onde há maiores investimentos e facilidades de acesso, o uso e o reflexo da sua adoção na prática jornalística é mais comum e efetivo. Haja vista que, ainda conforme a pesquisa, há uma concentração maior de jornalistas que participam de redes sociais na região Sudeste e em especial em São Paulo – 83% dos respondentes dizem adotar as redes sociais na sua rotina produtiva.

Embora não trate especificamente de Jornalismo, Jenkins (2009) defende que a questão que envolve a interação com as mídias não é puramente tecnológica, não se resume em apenas permitir o acesso, mas envolve uma mudança no próprio comportamento. “Sistemas de distribuição são apenas e simplesmente tecnologias; meios de comunicação são também sistemas culturais” ( p. 41).

Nessa lógica, à medida que o Jornalismo caminha para incluir cada vez mais o cidadão, com acesso ao celular, microblogs e outras ferramentas de mídias sociais, vem à tona uma outra possibilidade: a de que esse aparato, em redações menores, pode ser tão somente uma estratégia para dar a sensação de pertencimento, de que esses veículos estão acompanhando essas mudanças, embora o jornal continue praticando as velhas rotinas de edição de conteúdo e prioridades.

---

<sup>56</sup> O jornalismo na sua versão 2.0 forma a base desta transição para o processo de produção colaborativa online de notícias. Esse é o campo de provas para novas técnicas de diálogo entre jornalistas e o público, e principalmente para o desenvolvimento de novos hábitos e valores no trato da informação. (BRIGGS, 2010, p. 7)

O uso freqüente ou a total ignorância dessas ferramentas permite identificar como a imprensa em cidades neste padrão têm se posicionado diante das transformações tecnológicas que causaram sensíveis mudanças à comunicação nos últimos dez anos. Numa região marcada pelas mídias tradicionais, conhecer a postura desses veículos no que tange a aproximação ou o afastamento das ferramentas digitais é fundamental para entender que tipo de mudanças elas promovem no próprio conceito de Jornalismo e como elas mudam de forma diferente em um ambiente como este, no interior.

#### **4. Por que discutir isso?**

Ao longo de sua história o Jornalismo mostrou que conforme surgem novas ferramentas tecnológicas também são alteradas as rotinas produtivas nas Redações e a forma de se relacionar com seus interlocutores.

A informatização incidiu primeiramente nos processos de produção da notícia e especialmente após o surgimento da internet comercial, na década de 1990, estendeu-se completamente para os canais de distribuição e consumo da informação. (AGNEZ, 2011, p. 64)

No entanto, se é assim que acontece, é preciso não se deixar entusiasmar em demasia com essas possibilidades e com isso ignorar o fato de que essas inovações tão revolucionárias, aparentemente não são concebidas de forma igualitária em veículos de lugares com realidades sócio-culturais distintas, em particular nas áreas urbanas de médio porte. E mais, não é apropriado, na mesma medida, desconhecer que mesmo os veículos que inserem esses aparatos na sua prática cotidiana, ainda esses, nem sempre conseguem encontrar uma funcionalidade efetiva, já que é de conhecimento comum que a tecnologia por si só é incapaz de promover uma ruptura nas nossas relações como meio.

Traçar um retrato desse mercado, que não reproduz efetivamente a realidade dos grandes centros, significa ter subsídios para ponderar de forma crítica sobre uma mídia representativa e que muitas vezes passa despercebida nas avaliações sobre os impactos e mudanças que os meios de comunicação sofreram na sua história.

Conhecer esses veículos e profissionais que no seu dia a dia mostram pouca habilidade ou mesmo desconhecimentos dessas ferramentas, pelas mais diferentes razões, pode dizer muito sobre o momento em que vivemos nessa sociedade cibercultural. É bem verdade que as Redações estão diferentes hoje do que eram há 20 anos ou menos em qualquer canto do Brasil. Também é fato que cada inserção tecnológica permitiu mais acesso à informação, mais

entendimento do destinatário dessas notícias etc. O Jornalismo, que por muito tempo ficou restrito às apurações via telefone, às pesquisas em arquivos de jornais e bibliotecas, hoje vivencia uma prática em que as formas de contato transpuseram fronteiras, as possibilidades de investigação e documentação tornaram-se muito mais amplas e de rápido acesso, e o público pôde, em tese, ajudar a fazer uma imprensa a qual se identifica mais.

Mas é preciso entender que ter as ferramentas disponíveis, ou até conhecê-las, por si só não garante uma mudança estrutural na prática midiática e menos ainda um modelo mais equilibrado na seleção das verdades sociais. O que se percebe no dia a dia é que essa democratização não é, assim, tão, substancial, pelo menos não o é por enquanto. Moretzsohn (2007) e Jenkins (2009) tratam disso, do ponto de vista do interlocutor, quando analisam a participação do cidadão. Embora seu recorte seja voltado para o receptor da mensagem e não para os profissionais da notícia sua reflexão contribui para pensar nessas Redações menos atualizadas. Os autores defendem que o fato de poder participar não significa que saibam, e mesmo entre esses que dominam o uso desses recursos, nem todos estão dispostos a participar. Isso está além da inserção da ferramenta. Como pontua García (2008, p. 27):

Em praticamente todas as comunidades online, 90% dos usuários são lukers, pessoas que lêem e observam, mas que nunca contribuem para a discussão, entretanto cerca de 9% contribuem de maneira esporádica ou mediante uma atividade simples, como emitir um voto; e o restante 1% são os usuários que realmente participam ativamente fazendo suas contribuições. (tradução livre<sup>57</sup>)

Dentro da redação pode até ser mais grave. Mesmo com todas as potencialidades, se nossos veículos não entendem sua importância e potencial e se nossos profissionais não se sentem estimulados a fazer uso, seja por desconhecimento, proibição ou outra razão qualquer, continuaremos a reproduzir os velhos paradigmas e a tão aclamada mudança será, tão somente, uma discussão de livros.

Nesse viés, entre os que podem, mas não participam, e entre os que acreditam que já estamos diante de uma nova realidade, há ainda muito a ser discutido. Keen (2009), por exemplo, descreve esse alarde em torno do que se convencionou chamar de web 2.0 de uma

---

<sup>57</sup> Nota original do autor: En prácticamente todas las comunidades online, el 90% de los usuarios son lurkers (<http://en.wikipedia.org/wiki/Lurker>), personas que leen y/u observan, pero que nunca contribuyen a la discusión, mientras que un 9% contribuyen de manera esporádica o mediante actividades sencillas, como emitir un voto, y el restante 1% son los usuarios que realmente participan activamente mediante sus contribuciones.

“grande sedução”. Para ele, embora marcada pela euforia de levar mais acesso ao conhecimento e ser mais popular, ela em muitos casos tem se mostrado uma mera ferramenta de acesso que, inclusive, não trouxe muitas vantagens além da velocidade.

A revolução da web 2.0 disseminou a promessa de levar mais verdade a mais pessoas – mais profundidade de informação, perspectiva global, opinião imparcial fornecida por observadores desapaixonados. Porém, tudo isso é uma cortina de fumaça. O que a revolução da Web 2.0 está realmente proporcionando são observações superficiais do mundo à nossa volta, em vez de análise profunda, opinião estridente, em vez de julgamento ponderado. O negócio da informação está sendo transformado pela internet em puro borbulho... (KEEN, 2008, p. 19)

Em meio a esses impasses e posicionamentos apaixonados entre os que enaltecem e os que rechaçam as novas mídias conhecer essa realidade é promover uma visão menos parcial, seja positiva ou não, dessas tecnologias.

Apresentando pequenas alterações desde os anos 1980 do século XX até os dias atuais, a imprensa interiorana tem sido vista a partir de muitos equívocos, excetuando alguns sérios estudos realizados em programas de Pós-graduação de Faculdades de Comunicação do eixo Rio-São Paulo. Os jornais do interior frequentemente são considerados pelos profissionais da imprensa “de segunda categoria” em decorrência de preconceitos com a realidade de pequenas comunidades. (DORNELES, 2010, 238)

Enfim, olhar para esse cenário é levantar uma discussão, tão atual hoje, sobre o que é esse novo Jornalismo e saber se é tão novo assim; e mais, é a chance de entender e propor um debate que abarque a realidade nacional além do espelho dos grandes centros. É compreender em que condições isso se apresenta para saber se o resultado final dessa euforia em torno das novas possibilidades de interação, apuração e divulgação muda de maneira drástica nosso papel enquanto jornalistas e se nos faz uma imprensa melhor.

## REFERÊNCIAS

- AGNEZ, Luciane Fassarella. **A convergência digital na produção da notícia**. Universidade Federal do Rio Grande no Norte, 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/agnez-luciane-a-convergencia-digital-na-producao-da-noticia.pdf>. Acessado em maio de 2012.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Tradução: Roneide Vanâncio Majer; São Paulo: Paz e Terra, 1999, V. 1.
- DORNELES, Beatriz. **O localismo nos jornais do interior**. Porto Alegre: Revista Famecos, v. 17 , p. 237-243, 2010.
- JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Adolph, 2009.
- KEEN, Andrew. **O culto do Amador**. Rio de Janeiro, Zahar: 2009.
- LAPHAM, Christine. **The evolution of the newspaper of the future**. In: CMC MAGAZINE, 1995. Disponível em: <<http://sunsite.unc.edu/cmc/mag/1995/jul/lapham.html>>. Acesso em 05 de abr. 2007.
- LÈVY, Pierre. **A Revolução Contemporânea em Matéria de Comunicação**. In MARTINS, Francisco M. e SILVA, Juremir M. da. Para Navegar no Século XXI. Tecnologias do Imaginário e da Cibercultura. EDIPUCRS, Porto Alegre, 1999.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MORAIS, Willian Castro. **O perfil do jornalista de Imperatriz nas emissoras de Televisão, Rádio e Jornal Impresso**. Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, da Universidade Federal do Maranhão. Imperatriz, dezembro, 2010.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real” – o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- SAAD, Elisabeth. **O jornalista (brasileiro) na sociedade da informação: repórter da realidade, arquiteto da virtualidade**. Disponível em: <<http://njmt.incubadora.fapesp.br/portal/publi/beth/jornalista-brasileiro-na-era-da-informacao.pdf>> Acesso em: 28 mai. 2005.
- SILVA, Inara. **Comunicação no Ciberespaço abre novas funções para jornalistas: o caso Campo Grande News**. Texto apresentado em exposição no grupo de Ciberjornalismo, UFMS, março 2010.
- S2 Comunicação Integrada. **Pesquisa Redes Sociais**. Disponível em: [www.s2.com.br/.../530/.../PesquisaRedesSociais-S2-Outubro09.pdf](http://www.s2.com.br/.../530/.../PesquisaRedesSociais-S2-Outubro09.pdf). Acesso em 19 de fevereiro de 2011.