

## **JORNALISMO ONLINE (E) OS GÉNEROS E A CONVERGÊNCIA**

Paulo Bastos\*

(log in: +/- 09:30)

Aqui há uns tempos, quando a TVI procedeu à sua grande reestruturação e renovação de imagem, houve um companheiro de trabalho e amigo de há muitos anos (e nomeadamente desde “a outra” Televisão Independente) que me veio perguntar:

- Ouve lá, parabéns...!
- Parabéns...? Então porquê? Parabéns a nós todos!
- Mas “aquilo” é obra tua, não é...?

O meu amigo Carlos, assistente de realização, tinha pressentido tiques de Internet na nova imagem da TVI.

Não, não era obra “minha” - ou apenas minha, pelo menos (sinceramente, gosto de acreditar que tive alguma coisa a ver com o que se passou...). Era obra de uma estratégia de “branding”, coisa “holística”, como os nossos colegas do Marketing gostam agora de citar.

A TVI (<http://www.tvi.iol.pt>, que é o caso que tenho forçosamente de citar, porque é o meu caso, a parte maior da minha vida presente, e porque é de experiências concretas, mais do que de teorias, que gosto de falar) não pretende quaisquer diferenças entre o seu desempenho (e a imagem, e a personalidade que cuidadosamente lhe associou) na Televisão ou na Internet, ou na Tele-

---

\*Jornalista da TVI

visão Interactiva, ou nos telemóveis, ou seja onde for.

A TVI quer ter só uma cara, e porventura um só cérebro, um só coração - uma alma apenas!, independentemente dos muitos corpos em que se saiba desmultiplicar.

A Redacção TVI, por exemplo, vemo-la nós próprios como uma “Central de Informação”, a maior do País, a desdobrar toda a sua capacidade de produção nos mais diversos suportes. Uma só Redacção, sim, sempre; mas explorando as mais diversas formas, tantos canais quantos existam, para distribuir a Informação que essa Redacção produz.

Na multiplicidade das formas, importante é não perder o formato que faz afinal com que essa Informação seja diferente das outras, sendo em qualquer momento clara e expressamente “TVI”. Falamos da tal “alma” própria, que se quer reconhecida e fazendo-se nossa marca (registada).

Será isto a tal “convergência de géneros”?

Não: o que é isto da convergência dos géneros jornalísticos?

Desde que me convidaram a vir à Covilhã que ando a tentar mastigar as propostas do painel que me coube em sorte. Do programa disponibilizado online, cito: “Está o online a alterar o Jornalismo?”; “Qual o destino dos géneros num meio (o digital) de flagrante convergência?”; “É a interactividade sinónimo de degenerescência?”...

Hmmm. Respiramos fundo... E depois, porque sim, continua, mergulhamos: ao fundo - a pique! E eis “a fusão descarada da informação e da opinião”; “o primado do entretenimento e do fait-divers”; “a colonização da informação por formas e métodos que lhe são estranhos”; “a provocação das formas”, “a confusão dos géneros”, “a contrafacção das notícias”; e, claro, as inevitáveis “pressões do mercado, dos meios”, a resultar na “inespecificidade

das profissões jornalísticas”.

Senhores, isto não é uma proposta de trabalho, é um convite ao suicida!

Estou obviamente a brincar: entendi perfeitamente a intenção (e a provocação).

Mas o facto é que vim espreitar os primeiros painéis e debates, e saí algo desiludido, confesso. Não me levem a mal, por favor: apenas estranho que mais de meia década depois, em tantos novos debates se repitam os primeiros. E ainda ontem aqui se ressuscitaram dúvidas - medos! - que (digo eu) já são claramente old news.

Não tenho, por exemplo, qualquer dúvida relativamente ao que sejam Informação e Jornalismo (com Big Brothers e tudo, o Código Deontológico permanece sagrado no meu desktop), nem sobre “o que nós, jornalistas, andamos aqui a fazer?”.

Há overdose de Informação? Há. E talvez essa seja parte de um eventual problema.

Mas também parecem querer atribuir responsabilidades exclusivas a quem trabalha online, deliberadamente esquecendo as dezenas de títulos redundantes que encontramos nas bancas, a proliferação de megagiradiscos em clonagem permanente nas ondas hertzianas, ou os cinquenta e tal canais (and nothing on...) que as TV Cabo colocam ao nosso dispor...

Não, a “culpa”, se é que ela existe, não é da Internet. Essa é história antiga. Se quiserem, há dezenas de anos já qualquer infanático cidadão poderia mandar instalar em sua casa, quando e se assim muito bem o entendesse, umas quantas máquinas de telex, a debitar ruidosamente “todas as notícias do mundo”... e tempo nenhum para as absorver.

Será a overdose de Informação verdadeiramente um problema? Não será antes o melhor e mais saboroso dos pretextos para efectivamente demonstrarmos os nossos talentos? Quem melhor do que o jornalista para ler três mil notícias e decidir quais as trinta que merecem ser alinhadas num telejornal, para passar um texto inteiro na diagonal e perceber de imediato a entrelinha que faz a diferença? Não é mero acaso, é talento, formação.

E portanto, almas serenadas, acreditemos em que os bons jornalistas são efectivamente gatekeepers, e como tal terão sempre porque existir. Como em qualquer profissão/vocação, só aos maus desempenhos se aventam tenebrosos futuros (digo eu).

Não há qualquer razão para ver na Internet o Apocalipse do jornalismo escrito, radiofónico ou televisivo - e muito menos o do Jornalismo, ponto final. Não, os jornais não estão condenados, nem o fim dos jornais seria o fim do Jornalismo (ai, que pretensão, que vícios antigos estes, os dos senhores do egrégio papel, sempre preconceituosos relativamente ao audiovisual...).

Não, nem o Jornalismo em geral nem a informação de carbono em particular estão condenados. Aos media tradicionais, a Internet permite-lhes até que usem as armas dos outros: os áudios, os vídeos - todas as mais-valias, as “seduções fáceis” que tantos pruridos suscitavam (e que ontem vi aqui perguntar com melindre como se usam afinal, e qual será a medida certa, mais uma vez esquecidos de que sobre vídeo bastaria falar com os desdenhados companheiros da TV, e sobre áudio com os da Rádio...).

Não, os jornais de papel não estão condenados, repito - mas, mesmo que se refugassem no online, ouvi eu aqui, “como pagá-los, então, que não vejo qualquer hipótese de subsistir?”.

Damn. Bastaria endereçar a pergunta aos companheiros, uma vez mais. Desta vez, aos do jornalismo online - que também já os

há, e dignos, e sérios, e a sério (ao contrário do que acharão alguns académicos asfixiando nos seus próprios modelos teóricos, e ainda assim abundantemente citados nesta mesma sala). E provavelmente esses mesmos genuínos camaradas lhes responderiam que sim, pronto, um jornal online já se paga. Paga-se como os de papel: com publicidade, quando a há, e com um preço de capa.

Sendo este último o busílis da questão, não nego. Andámos muito tempo a tentar descobrir como se cobrava o papel electrónico. Entre os esquemas de assinatura e os logins temporários e pré-pagos, o easter egg de Colombo parece ter sido descoberto há pouco mais de seis meses (se tanto), e sim, Portugal parece mais uma vez extraordinariamente propenso a servir de cobaia: o “papel” é a ligação, ela própria.

Tal como os velhos jornais se fizeram donos ou parceiros dos padrões da indústria do papel, os jornais electrónicos estão a aprender a ser donos ou parceiros dos padrões dos telefones e das redes de cabo.

Sim, custa dinheiro, normalmente muito, e portanto também há quem tenha medo de que nos descubramos súbita e inevitavelmente vergados aos grandes grupos económicos: não ficaremos então todos nós sujeitos à agenda informativa di(c)tada por esses dois ou três grandes potentados? Não resultará daí, nos temas, nas abordagens, nas formas, um jornalismo normalizado, a Imprensa feita vítima solidária da (vade retro!) Globalização em curso?

Meus caros, todo o Hemisfério Sul se queixa disso mesmo desde que o Ocidente inventou os arduos. Quem (ou de quem) são afinal as grandes agências noticiosas? Quem (ou de quem) é afinal a CNN que incondicionalmente retransmitimos, qualquer que fosse o suporte, durante a Guerra do Golfo?

Note-se que não estou a dizer que não possa existir, que não ex-

ista já! esse perigo, ou que não seja até, mais do que um perigo, um facto consumado (ainda esta semana li algures que 60% de tudo o que se publica na Austrália, seja na Imprensa, na Rádio ou na TV, depende de um só magnate dos media...).

Digo apenas que a Humanidade parece saber escrever notícias direitas por linhas tortas, e que tenho portanto apenas uma fé de que as Al Jazeera (por exemplo) não acontecem a equilibrar o fiel da balança por mero acaso. Até porque, quanto mais não seja, estamos a falar da tal Internet onde todas as utopias são possíveis, e mesmo não tendo cunhas na indústria do papel é possível continuar a publicar. Pudessem outros jornalistas dizer o mesmo dos suportes em que foram nados...

É a fé que tenho no Jornalismo, pronto. A mesma que me leva a não achar que exista “um jornalismo outro”. Existe bom e mau Jornalismo, ponto final.

E depois existem coisas que nem sequer o são.

Weblogs, por exemplo.

Weblogs. Mais uma buzzword. Outro D. Sebastião (ou infiel sarcaceno, dependendo dos pontos de vista) no cibernevoeiro do nosso (des)contentamento. No fundo, ao que primeiro chamámos “home pages”, e depois “sites”, chamamos agora “weblogs”. As ferramentas existentes dispensam grandes conhecimentos de HTML e web design e tornaram-nos mais fáceis de produzir e actualizar. Mas não preferem chamar-lhe, em Português, “diários”? É que, uns melhores, outros piores, se bem pensarmos, é a mesma coisa...

Desde logo porque, tal como aconteceu com os velinhos Diários que todos começámos numa vaga adolescência e que a esmagadora maioria nunca prolongou até aos dias de hoje, bem sabemos como o difícil não é começar uma publicação - é continuá-la, é estar aqui não sei quantos anos depois, e com isso ter uma

História.

E no Jornalismo, a História só se faz com credibilidade; não basta ter histórias para contar.

E portanto, weblogs há de haver. Uns feitos por jornalistas, e serão Jornalismo - talvez. E há de haver outros, feitos por não-jornalistas, e que mesmo assim serão Jornalismo, como acontece hoje em dia na Imprensa escrita, mesmo quando é feita por gente desprovida da enganosamente certificadora carteira profissional, por exemplo. E há de haver outros, escritos por jornalistas e/ou por não-jornalistas, que não são Jornalismo coisíssima nenhuma.

Um weblog é um weblog e em si nada mais que isso. É um mero formato. E está tudo bem. Também não foi por haver muitas penas, canetas, esferográficas, (saudosas) olympus e processadores de texto à venda que todos nos tornámos escritores e romancistas.

Ou, de uma maneira mais rápida: há coisa de um ano estive em Coimbra, com o Professor Fidalgo, precisamente, e outras pessoas, a discutir os jornalistas e os produtores de conteúdos. Salvo erro, havia um “versus” no tópico do debate - como nos combates de boxe...

A discussão, com tantos medos parecidos com aqueles aqui manifestados, deu na única conclusão possível: naturalmente, todos os jornalistas são produtores de conteúdos, mas nem todos os produtores de conteúdos são jornalistas.

E é tão simples como isso. Nada depende de se ter ou não carteira profissional mas, mais cedo ou mais tarde, do público, que os consume ou não e que, tenhamos tento na língua porque se nos serve para umas coisas tem de servir para as outras, não é burro nem, como se costuma dizer em Portugal, “pimba”.

E mais digo: sim, até podemos contar com ele, com o público. Pessoalmente, já não passo sem os e-mails que me enviam, e à

minha Redacção, às centenas, ou os posts que fazem publicar, aos milhares, nos nossos fóruns e motores de comentários. Mas não chamaria a essa relação “jornalismo colaborativo”...

Já o disse, uma coisa é ser Jornalista, outra é ser-se mais um anónimo (por mais popular que seja o weblog em causa) na Net. Eu, jornalista, tenho regras, e a elas estou sujeito de alma - e corpo. Literalmente: a Lei até sabe onde fica a minha secretária se eu fizer asneira. E outra coisa é encontrar o tipo que na Net, na minha página (pela qual só eu sou legalmente responsável), escreveu que o António Guterres é “isto” ou “aquilo”, sem ter como o provar, ou sequer precisar de o fazer...

Acarinho o público, evidentemente, como antigamente acarinhava as cartas e os telefonemas que recebia a sugerirem-me esta ou aquela história. O presente é só mais rápido e, talvez por isso, estranhamente mais emocional. Mas, tal como antes não publicava essouras cartas e telefonemas sem tirar nem pôr, não posso publicar essas histórias electrónicas (quando o são) sem antes as investigar, e confirmar, e igualmente fazer tudo aquilo a que o Jornalismo me obriga: o meu contrato com o público (que bom foi voltar a ouvir este termo) a isso me obriga - a desconfiar, precisamente, e sobretudo, do público.

Há uma diferença de fundo, todavia: e é a de que hoje em dia aquilo que me propõem não depende propriamente da minha validação. Essa história que me sopram ao ouvido pode perfeita e facilmente ser publicada pelo próprio. É isso uma ameaça?

Cartas anónimas toda a gente pôde enviar, sempre. Panfletos velhacos também. Mas Jornalismo, à séria, nem toda a gente sabe, nem toda a gente pode. E não é por acaso que, em dúvida, é ao jornalismo confirmado que toda a gente vem buscar as verdadeiras “notícias”. Uma coisa é uma história publicada no Terávista. Outra é uma história publicada em [www.tvi.iol.pt](http://www.tvi.iol.pt)...

Ou, voltando atrás, no Jornalismo a História só se faz com credibilidade; não basta ter histórias para contar. E vice-versa: a credibilidade também se faz de ter História - saibam portanto os we-blogs (por exemplo) sobreviver quanto baste...

É em parte por isto que a nova Internet ainda vive dos velhos media. A Internet tem tempo de menos para que possamos dizer “confio neles há x anos e nunca me enganaram”. Os sites dos velhos media, sendo novos como todos os outros, só são privilegiados pelo público porque levam emprestada essa credibilidade dos que já cá andam há tanto tempo que, “se fossem mentirosos, já tinham sido desmascarados”.

E portanto, sim, é criminoso acusar a Internet de ainda não ter fugido ao jugo dos antigos formatos. A Internet ainda não teve tempo para ser Internet. Pois se até a Wired, a primeira Bíblia do cyberpunk, já foi assimilada, e parece uma versão do Diário Económico on acid...

Ou antes: há por aí Internet à séria, com vida e estilos próprios, mas é cedo para que seja dessa Internet que falamos aqui. Nestas reuniões nunca se fala de vanguardas. Para nós, que estamos aqui a teorizar, e para o público, que lá fora precisa de tempo para se adaptar, o tempo certo é falar de “jornais” online, “rádios” online, “TV” online. Não se quer assustar ninguém. A evolução terá de ser gradual. O cocktail disto tudo, que é a essência Internet (haja largura de banda suficiente, e interfaces tão simples como virar a página!), é muito complicado. E por mais que nos julgemos perfeitos, só nos aperceberemos do novo mainstream quando ele o for.

Para já, a nova Internet limita-se a repetir os erros antigos. Como as rádios piratas, antes de descobrirem como era serem de facto “locais”.

E se calhar por isso chegámos aqui a falar de jornalismo online, e acabámos a discutir... “jornalismo”.

Para a Internet, esta doença é só um excelente sintoma. Há cinco anos, nem ao Jornalismo a associariam.

(Paulo Bastos is away)

Eu sei. Eu, e outros, estávamos lá, quando todos desdenhavam sem sequer perguntar. Riram-se, quando eu e outros falámos de Internet e dissemos que valia a pena. Tal como se riram, quando desconfiámos das euforias bolsistas.

E nós cá estamos. E metade dessoutros já não. O terreno está juncado de cadáveres depois da primeira grande batalha. Penso que é nessa qualidade que aqui venho. Humilde e vaidoso, profundamente crente e igualmente céptico, como um doente bipolar. Mas (sobre)vivo.

(Paulo Bastos is no longer away)

O que descobriram afinal os relativamente velhos media na relativamente nova Internet?

Descobriram (finalmente) o seu público. Descobriram que o público reage, mais do que mostravam quaisquer relatórios das Relações Públicas. Que o público, mesmo adormecido com a tal alegada, suposta, teorizada, overdose de informação, consegue afinal manter algumas capacidades críticas na prática. E que era mais complicado do que parecia divulgar endereços de e-mail na televisão: o tal público despeja no Outlook & nos fóruns & nos motores de comentários coisas que nunca diria à telefonista do PBX geral.

Para o mal e para o bem, esse público não mais pode ser ignorado.

Criaram-se novos hábitos. Se a porta alguma vez for fechada, arrombarão todas as janelas.

Já não podemos babar-nos de ser o Quarto Poder. Os convencionais media aprenderam com alguma dor que esse poder era apenas emprestado.

Não era suposto? É isso que nos incomoda? No desconforto que a forma como sistematicamente desconfiamos da Internet e das novas tecnologias de informação, assemelhamo-nos por vezes a senhores feudais incomodados com o crescendo da arraia miúda... É tão traumático assim saber para quem trabalhamos afinal - ou já não ser segredo?, a quem devemos a nossa existência - não o dissemos sempre?

Seremos socialmente interventivos se a sociedade não encontrar como se rever no nosso trabalho? Apaixonámo-nos tanto pelos nossos monólogos, que com medo pânico dos públicos nos escudamos em falar para o boneco?

Os media convencionais aprenderam a insegurança. E tudo o mais é uma grande mentira.

A tal convergência de que tanto se fala, por exemplo, só é possível até certo ponto. Pensar que o Jornalismo pode ser enfiado numa base de dados, e devidamente racionalizado; e que o jornalista da TV escreveu um discurso para uma peça, e que esse texto está, mais automatismo, menos automatismo, pronto para passar na Rádio, ou para ser publicado num jornal, é algo que só podia passar pela cabeça de uns quantos yuppies iluminados (esses sim, “convergidos” dos anos 80).

Há de haver sempre jornalistas mais aptos para o género escrito, e/ou para o áudio, e/ou para a TV, e/ou para o hipermédia. Não há FLiP, nem em versão de Português especificamente oral, que valha aos jornalistas de Televisão. Não há futuro para os jornal-

istas dos matutinos obrigados a produzir sínteses de vídeo de 30 segundos. Não há magazine de investigação semanário que sobreviva à pressão de “publicar já”.

O copy-paste desregrado entre géneros e o plágio institucional, por onde passam muitos dos medos aqui manifestados, não é exequível. Até por questões de adequação - de, se quiserem, rentabilidade.

Insisto: não há razão para que companheiros de profissão tanto continuem a se desconfiar entre si. A Internet está na mesa do lado. Apenas isso. E há lugar para todos no Snob, no Pedro V, e no Targus, e no Lux, e no Majestic, e no Viana.

“A Televisão mostra, a Rádio diz, os jornais informam”, ensinaram-me. Talvez seja uma perspectiva politicamente incorrecta agora, mas não vejo como qualquer convergência de géneros possa alterar estas definições, se é que não as reforça.

Talvez o ideal dos jornais, por exemplo, seja mesmo aquele em que o director do Le Monde Diplomatique traduzia “journaliste” por “jour analiste”, e portanto, os jornais “analisavam”. Neste corre-corre a que sem querer ficámos obrigados, os colegas dos jornais são os únicos que têm tempo para isso antes dos historiadores, e até me dá a impressão de que se esquecem dessa mais-valia...

Quanto à Internet, ainda não sei. A Internet ainda não sabe o que é. É complicado discutir o “online”, que nem tempo teve ainda para pensar em livros de estilo. A Internet ainda está preocupada a vir a estas sessões para se defender de insultos (que felizmente já rareiam) e desconfianças (essas ainda não), e a mostrar que não tem armas na manga.

Vamos lá discutir o Jornalismo, ponto, e pôr de lado a caça às

bruxas. Isso é que é convergência.

(log out)