

O estudo no Centro-Oeste brasileiro do *grand-monde* da blogosfera como fator de infoxicação na prática e no ensino de jornalismo¹

A study on *grand-monde* of blogosphere as a factor of infoxication in the practice and teaching of Journalism by Brazilian Center-West region researchers

Lopes Costa, Alfredo José²

Universidade Federal de Goiás, UFG, Goiânia-GO

Lachowski, Gibran Luís³

Universidade do Estado de Mato Grosso, Unemat, Alto Araguaia-MT

Resumo

Se é fato que a tecnologia digital *on-line* corresponde a uma das matrizes da contemporaneidade, também podemos concordar que este engenho gera amplas consequências na nossa conformação social. Nesse sentido, debruçar sobre os ofícios ligados à produção noticiosa e ao ensino-aprendizagem do Jornalismo é uma forma de refletir a respeito desses desdobramentos. No artigo em questão, centramos nossos estudos nos docentes. Buscamos saber como se relacionam com os meios de comunicação, tendo em vista dois aspectos essenciais: a condição profissional (jornalista e professor universitário); e o nível de exposição/dependência dos aparatos informativos. Em suma, os resultados indicam a importância de inserir o debate acerca da infoxicação no cotidiano de jornalistas-docentes.

Palavras-chave: Contemporaneidade; Jornalismo; Jornalista-docente; *internet*; infoxicação.

Abstract

If it is a fact that online digital technology corresponds to one of the matrices of contemporaneity. We can also agree that this device generates broad consequences in our social conformation. In this sense, examining the work related to the news production and the teaching-learning process of Journalism is a way of reflecting on these developments. In this article, we focus our studies on teachers' interviews. We seek to know how they relate to the media, taking into account two essential aspects: the professional *status* (professional journalist or j-school professor); and the level of

¹ Trabalho apresentado no GT Comunicação e Educação, integrante do XI Congresso Lusocom, 2014, Pontevedra, Espanha, com algumas adaptações para esta versão.

² Jornalista, mestre em Administração Estratégica e Mercadologia, professor assistente do curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG) e membro do Grupo de Pesquisas em Ciberjornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Email: alfredo.costa@gmail.com.

³ Jornalista, mestre em Estudos Literários e Culturais, professor assistente da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat – Campus Alto Araguaia) e membro do Grupo de Pesquisa “Comunicação, Cultura e Sociedade” – linha “Jornalismo, Sociedade e Política”, da mesma instituição. E-mail: prof.gibranoluis@gmail.com.

exposure/dependence of information devices. In sum, the results indicate the importance of inserting the debate about the information on the daily life of journalists-professors.

Keywords: Journalism; j-school professor; cyberjournalism; internet; infoxication.

1. Linhas gerais

O Jornalismo marca presença na *web* ao oferecer informação e conteúdo, em especial nos *sites* de jornais e revistas impressos que migraram para a rede mundial, nos *sites* noticiosos especializados, nos portais e nos *sites* de instituições e empresas comerciais. O modo de fazer, veicular e consumir notícias está mudando drasticamente na era do jornalismo digital e essas mudanças desafiam pesquisadores e estudiosos a encontrarem meios de analisar e discutir as novas linguagens (RHEINGOLD, 1996; OUTING, 1998; LÉVY (1999); PARENTE, 1999; JOHNSON, 2001; WOLTON, 2007; JENKINS, 2008; LEMOS, 2013, entre outros).

A principal ferramenta que possibilitou o nascimento do jornal digital foi o hipertexto que, ao conjugar texto, imagem e vídeo, permite ao usuário acessar dados de maneira não-linear. Na opinião de Lévy (1999), o autor, ao elaborar um hipertexto, na verdade, constrói uma matriz de textos potenciais, que podem ser combinados entre si, pelo leitor, como uma leitura particular dentre as inúmeras alternativas possíveis. O leitor, portanto, participa ativamente da redação e edição do que lê, conectando uma infinidade de documentos, como se estivesse criando um novo documento hipertexto a partir dessas associações. O conhecimento não precisa mais estar preso a uma página impressa: todos os tipos de acessos cruzados entre documentos são autorizados, com o hipertexto, toda leitura é uma escrita potencial.

Com a incorporação de sons e imagens aos textos, a escrita hipertextual exige habilidades adicionais de seus autores. Além da hipertextualidade, características como a interatividade e multimídia também são típicas do ciberespaço, e são exploradas por sites jornalísticos.

Num mundo em plena expansão, onde a informação não cessa de crescer a ritmo vertiginoso, novas ferramentas modificam o comportamento social, como acontece com a onda dos blogs, e propiciam novo modelo jornalístico, em que a opinião pública passa a ser formada por milhares de vozes diferentes.

Muitos comemoram a possibilidade de se publicar a avaliação de produtos e serviços como forma de exercer a cidadania na Internet, o que seria a democratização da

opinião particular, cada um querendo valorizar seu ponto de vista, exercitar – afinal –, seu livre-arbítrio. Entretanto, alguns autores criticam o fato de qualquer um, por mais mal-informado que seja, poder publicar um blog, postar um vídeo no YouTube ou alterar um verbete na Wikipédia, o que põe em dúvida a confiabilidade da informação. E outros alertam para os perigos do excesso de informação, que poderia causar, como efeito colateral, a “infoxicação”, termo cunhado pelo físico Alfons Cornellá, para designar a relação entre informação e intoxicação, um neologismo para explicar a dificuldade em digerir o excesso de informação, um mal da era digital.

Essa discussão tem trazido textos interessantes, em bibliografia recente, com características de obra em construção, que tratam de conceitos que se misturam no ambiente digital de forma não linear. Em face do advento das novas tecnologias eletrônicas e digitais que surgem a todo o momento, nunca se teve tanta informação tão disponível.

Nesse contexto, tenta-se aqui levantar algumas indagações sobre o tema, que levem a obter panorama descritivo, focando suas aproximações com a prática do Jornalismo e como as escolas que ensinam o ofício vêm lidando com essas transformações.

2. Números, nomes de empresas, usuários...

Por se tratar de fenômeno recente e em constante mutação, escrever sobre blogs e redes sociais envolve o risco de que, durante a análise, surjam novidades revolucionárias em termos de formas e conteúdos. Como aconteceu, por exemplo, com o microblog Twitter, que ganhou novo uso e cresceu 1.200% no ano de 2008, atingindo 14 milhões de usuários no ano seguinte. Para Recuero⁴, o Twitter foi apropriado por um grupo de usuários de Internet que ela chama de *heavy users*, pessoas envolvidas com mídia digital, pessoas que valorizam essas conexões e suas trocas e, finalmente, pessoas que possuem outras ferramentas (como blogs, *fotologs*, entre outras) que auxiliam a amplificar poder de difusão de informações. Entretanto, nada, na época no Brasil, em termos de site de rede social, era capaz de superar o Orkut.

⁴ “Muito barulho por nada?”. Disponível em <http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/twitter_muito_barulho_por_nada.html>. Acessado em 7.11.2016.

Mas em 2013, quando o Twitter já contava com 239 milhões de usuários, foi ultrapassado pelo LinkedIn, com significativos 259 milhões de membros, que demonstrou ser uma das redes mais engajadas na vida dos internautas a partir de daquele ano. E o Facebook há muito havia desbancado o Orkut, que se instalara em primeiro lugar nas redes sociais não só no Brasil como em todo o planeta, com 1.15 bilhões de usuários (cerca de 47% do total de usuários de internet no mundo. Em segundo lugar, estava o Google+, com 300 milhões de usuários ⁵.

Com os blogs, “informações estão sendo criadas e obtidas de uma gama diversificada de fontes, mas são espalhadas por centenas de sites diferentes”, como descreve Steven Johnson⁶, um dos pioneiros da internet. A propósito do confronto jornalismo x internet, ele prevê que

[...] dentro de cinco ou dez anos, o setor dos jornais – e, portanto, seu produto editorial – terá aparência fundamentalmente diferente da atual. A dúvida é se vai ou não emergir um novo modelo que forneça os bens públicos antes garantidos pelos jornais por meio de seus monopólios locais que geravam alta margem de lucro (pelo menos nos EUA). Acho que existem boas razões para pensar que o sistema de notícias que está se desenvolvendo on-line será melhor que o modelo dos jornais com o qual convivemos nos últimos cem anos. Uma maneira de enxergar essa transformação é pensar na mídia como um ecossistema. Na maneira como ela circula a informação, a mídia de hoje é, de fato, muito mais próxima de um ecossistema do que era o velho modelo industrial e centralizado da mídia de massas. O novo mundo é mais diversificado e interligado. É um sistema no qual as informações fluem com mais liberdade. Essa complexidade o torna interessante, mas dificulta as previsões de como será sua aparência em cinco ou dez anos.

Em oposição a Johnson, Keen (2009) reverbera pela rede seu desconforto com o que ele chama de celebração do amadorismo. Para ele, quase ninguém procura informação aleatoriamente — e na rede isso também é assim. As pessoas buscam indicações — de leitura, de serviços, etc. Os sistemas de valoração para encontrar o que se procura (informação) continuam sendo valiosos, e continuam sendo, até agora, praticamente os mesmos: para saber de notícias, por exemplo, as pessoas ainda procuram jornais — uma crítica no que toca a produção da Wikipédia.

⁵ *LinkedIn Tops 250 Million Members*. Disponível em <<http://mashable.com/2013/10/29/linkedin-q3-earnings/>>. Acessado em 7.11.2016.

⁶ Folha On-line Ilustrada. Leia a íntegra do debate entre Steven Johnson e Paul Starr: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u551660.shtml>>, acessado em 10.11.2016.

Segundo Keen (2009), sem um mediador — como um jornalista, para definir o que é bom, confiável e de qualidade —, as pessoas irão se afogar no consumo de produtos feitos por amadores, que na maior parte das vezes significa lixo.

Esses exemplos do ambiente comunicacional contemporâneo exigem, segundo Lemos (2013), esforços teóricos consideráveis. De acordo com esse autor, tudo começou com McLuhan, para quem os media modificam nossa visão do mundo e a imprensa transformou o mundo da cultura oral, da mesma forma como a eletricidade estaria modificando a mídia do individualismo e do racionalismo, a imprensa de Gutenberg.

Conforme Martino (2008), além de McLuhan, que teria sido não somente um pensador dos meios de comunicação, mas o primeiro intelectual midiático, no sentido pleno, Harold Innis - que estudou a importância dos meios de comunicação sob uma perspectiva histórica - também apresentou contribuição significativa para a formação do chamado pensamento comunicacional canadense. Mas é em Joshua Meyrowitz que se encontra uma das expressões mais atualizadas da linha de pesquisa de McLuhan e Innis, batizada por ele como a Teoria do Meio. Aquele autor defende que “cada meio de comunicação, de forma única, muda as fronteiras que definem os papéis sociais e as instituições sociais (MEYROWITZ *apud* SOUSA, 2003, p. 85). Os meios de comunicação eletrônicos promovem novas formas de acesso à informação que desencadeiam nova paisagem social:

Então, é a nova paisagem social forjada pelos meios de comunicação eletrônicos o objeto de estudo da segunda geração da Teoria do Meio. Meyrowitz se preocupa em como as pessoas mudam seu comportamento social por conta da inserção desses novos meios. O objetivo é estudar essa nova paisagem social que se forma analisando as transformações causadas pelos meios eletrônicos na vida do cidadão comum (SOUSA, 2003, p. 89).

Lemos registra, porém, a visão pessimista de Baudrillard que é a do excesso: “Quanto mais trocamos informações, menos estamos em comunicação. Trocamos o real pelo hiper-real, a verdadeira comunicação por sua simulação. Estaríamos diante de uma encefalação eletrônica, onde o real desaparece com a instituição do seu simulacro (LE MOS, 2013, p. 73). Para o autor, Sfez acompanha o raciocínio de Baudrillard, ao pensar a comunicação como uma moribunda morrendo por excesso:

Com as novas tecnologias, estaríamos vendo o nascimento de um Frankenstein tecnológico que institui a repetição e o isolamento, o tautismo. Lucien Sfez propõe que a comunicação contemporânea é marcada pelo imperativo tecnológico, agora sob a forma de *tecnologias da mente*. Essas produzem uma forma simbólica, o tautismo, como repetição e isolamento patológico do mesmo, tornando-se símbolo da cultura contemporânea (SFEZ *apud* LEMOS, 2013, p. 77).

3. Jornalista que queria mudar o mundo frequenta agora o *grand-monde* da blogosfera

“When I ask aspiring journalists where they want to be in ten or twenty years, not a single one says *The New York Times* or *The Wall Street Journal*. They want to have a famous blog. Some already do.”⁷

Essa é a nova realidade que bate à porta de jovens estudantes de jornalismo, em tempos de crise econômica ao redor do mundo, especialmente nos EUA. Sarah Lacy, colunista do blog TechCrunch, questiona: “Quem é o maluco que está se matriculando em escolas de jornalismo atualmente?”⁸ Segundo reportagem da revista Forbes⁹ citada pela autora, o número de matrículas em escolas de jornalismo norte-americanas continua crescendo, apesar de quase um sexto dos empregos em jornais no país ter evaporado desde 2001.

Na visão de Meyer (2007), a concorrência com as novas mídias não vai mandar para o ralo toda a herança do velho Jornalismo; parte dela permanece. Sem menosprezar a Internet, o autor passeia por diversos temas que circulam a indústria do jornal desde o seu início, como credibilidade, publicidade, interesses de anunciantes, legibilidade e exatidão: “a adaptação dos jornais tem sido lenta, porque sua cultura é vítima dessa história de dinheiro fácil”, referindo-se ao círculo criado durante grande parte do século

⁷ Quando pergunto a aspirantes a jornalistas onde eles querem estar daqui a dez ou vinte anos, nenhum diz *The New York Times* ou *The Wall Street Journal*. Eles querem é ter um blog famoso. Alguns já têm (Tradução livre). Sarah Lacy, reporter do Vale do Silício há mais de 15 anos, em *Who the Hell Is Enrolling in Journalism School Right Now?*

⁸ Disponível em < <http://www.techcrunch.com/2009/04/08/who-the-hell-is-enrolling-in-journalism-school-right-now>>. Acesso em 12.11.2016.

⁹ Lauren Streib Journalism Bust, J-School Boom. Disponível em < <http://www.forbes.com/2009/04/06/journalism-media-jobs-business-media-jobs.html>>. Acesso em 12.11.2016.

XX, quando os monopólios criados por jornais norte-americanos eram "pedágios pelos quais a informação trafegava.

Parodiando Cazuzza e Frejat¹⁰, portanto, pode-se justificar o título do texto, dizendo que aquele garoto que ia ser jornalista da grande mídia para mudar o mundo, frequenta agora as rodas do *grand-monde* da blogosfera. No Brasil, será um grande teste identificar quais veículos (e profissionais) estão realmente prontos para essa transição. Diretor de Redação de O Dia, Freeland, aponta¹¹ que, dos dez estudantes selecionados para o curso de estágio do veículo, apenas três são leitores de jornais impressos. Fato num primeiro momento pode parecer negativo, mas Freeland defende importância de ter jovens dentro das redações que possuam outra relação com informação no papel. "Os repórteres já se tornaram mais multimídia que os próprios veículos", afirma.

Na Internet, munido de celular e câmera digital, o repórter transforma-se em unidade geradora de texto e imagem, de modo que o receptor receba não apenas o cenário dos fatos, mas o texto com dados, números, detalhes, entre outras informações, explicando o que se passa. A Internet vai além da TV quando une texto e imagem, transmissão ao vivo com reportagem impressa. Ferrari (2004, p. 4p. 48) diz que os jornalistas *on-line* precisam sempre pensar em elementos diferentes e em como eles podem ser complementados: "procurar palavras para certas imagens, recursos de áudio e vídeo para frases, dados que poderão virar recursos interativos e assim por diante".

Alec Duarte recomenda¹² que quem tiver habilidade para fotografar, gravar áudio, filmar, narrar ao vivo, tuitar, enfim, tiver condições de abraçar todas essas mídias ao mesmo tempo, tem obrigação de fazê-lo. Ele explica que tais habilidades específicas estão dentro do espectro de novos produtos portáteis (tais como *notebooks* e celulares), que facilitam a transmissão de dados e, ao mesmo tempo, não são (literalmente) um fardo para se carregar.

¹⁰ Parte da letra da composição "Ideologia" (Cazuzza e Roberto Frejat).

¹¹ Seminário "O Jornal de Amanhã - o futuro do jornalismo impresso diante do avanço dos meios eletrônicos de disseminação de informações", realizado no Auditório da FGV no Rio de Janeiro, em 30 de Março de 2009 (Fonte: Diretores de jornais reclamam das mudanças provocadas pela Internet, disponível em <<http://jornalismoaraguaia.blogspot.com/2009/04/reflexao-sobre-o-texto.html>>, acessado em 12.11.2016.

¹² Disponível em <<http://webmanario.wordpress.com/2009/02/07/uma-entrevista-aos-sabados/>>, acessado em 12.11.2016.

Esse mundo de possibilidades é consequência do que Jenkins (2008) chama de “cultura da convergência” e interessa a jornalistas e pesquisadores da área por se tratar de expansão de formas narrativas transmidiáticas. O autor documenta as principais transformações no cenário de criação e consumo midiático, observando como, há mais de uma década, o público tem deixado uma posição passiva e acomodada para ocupar novo lugar no processo da comunicação. O usuário deseja participar mais dessa experiência, sabe compartilhar seus conhecimentos sobre aqueles temas com outros consumidores e chega a criar coletivamente peças sobressalentes que podem se encaixar à estrutura de produtos disponíveis.

Ao colocar o tema da convergência numa outra perspectiva, o autor (JENKINS, 2008) não nos deixa esquecer que o público mudou muito nos últimos vinte anos. Criadores da indústria midiática e jornalistas não podem ignorar esse fato, e precisam se reposicionar quanto às novas formas de se expressar e manifestar sua opinião na cena contemporânea.

4. Os cursos de Jornalismo e o novo ambiente

Mas será que hoje em dia as faculdades de jornalismo estão tentando se enquadrar ao novo cenário? Machado (2011, p.7) diz que o ensino de jornalismo está experimentando profundas alterações em face da “complexificação das práticas profissionais como consequência da incorporação das tecnologias digitais em escala mundial”, entre outros indicadores de mudança paradigmáticas.

Entre os desafios do ensino do Ciberjornalismo está o atraso da revolução digital no ensino universitário. O professor deixou de ser o único canal entre o aluno e o conhecimento e já não consegue mais acompanhar a atualização de todos os *softwares* usados no jornalismo online e que muitas vezes são do domínio dos jovens alunos. A todo momento estão surgindo novas ferramentas ao mesmo tempo em que as já existentes são atualizadas, também no mesmo ritmo. Por isso, pode acontecer de o aluno já estar usando uma versão mais atual ou um programa mais recente do que o que o professor ou os colegas estão usando.

Fonseca (*apud* MORAES JÚNIOR, 2011, p. 89) salienta que na presença das tecnologias como instrumental da atividade jornalística nas redações altera não só o perfil do profissional como também sua formação:

Além de dominar todas as etapas de produção jornalística, (*o jornalista pós-fordista*) deve ter qualificação para atuarem todas as mídias. O tipo de treinamento e qualificação a que é submetido, para corresponder às demandas das empresas, contribui para essa mudança. De intérprete da realidade social, mediador, vai se tornando um “produtor de conteúdos”, ou um executivo que alia competências jornalísticas a estratégias de mercado.

Tonus cita autores que refletem sobre a formação em jornalismo ou em áreas específicas, como Meditsch (2001, p. 2):

A multimídia está aí, e veio para ficar. As escolas de jornalismo têm que se adequar a ela – as que não se adequaram ainda já estão bastante defasadas. Qualquer estudante de jornalismo tem que sair da faculdade dominando todas as linguagens utilizadas para a veiculação de notícias, e as possibilidades de sua combinação propiciadas pelos novos meios [...].

Para Martins (2011, p. 108), exemplo de proveitosa experiência de ensino-aprendizagem da articulação de teoria e prática é a utilização de blogs e sítios:

Os blogs, assim como, correio eletrônico, fóruns de discussão, chats, sítios são ferramentas disponíveis na Internet como um recurso de utilização muito mais abrangente. Seu uso pode colaborar para inserir os estudantes neste novo meio de produção jornalística, propiciando o desenvolvimento das competências digitais requeridas de um profissional do Jornalismo. Os blogs e sítios são tratados como meios de comunicação que ajudam no ensino-aprendizagem entre professor e aluno, além de um meio instigador de pesquisa e aperfeiçoador de estilo.

Os atuais currículos das escolas superiores que formam os jornalistas brasileiros trazem o ciberjornalismo nas etapas finais do curso, juntamente com as disciplinas com conteúdos voltados para a prática do jornalismo, que funcionam em cadeiras laboratoriais como jornalismo impresso, foto, rádio, telejornalismo (MORAES JÚNIOR, 2011).

Com o avanço da internet e o surgimento do ciberjornalismo, deve-se questionar a formação dos jornalistas e o tipo de ensino oferecido por faculdades que devem adequar suas matrizes curriculares às novas demandas impostas pelas novas tecnologias.

Para isso a formação deve também dar conta de conteúdos que tragam à tona a convivência com a convergência midiática.¹³

Portanto, vale mencionar que o professor deve estar ciente dessas transformações e novos formatos, que possivelmente serão impostos à sociedade, de modo que os profissionais egressos dos cursos possam atender às demandas desse novo modelo de sociedade. É necessário alterar a estrutura curricular dos cursos de jornalismo para utilizar as potencialidades da internet no ensino e no aprendizado (MARTINS, 2011).

O trabalho com comunicação hoje vai da edição de informação à concepção de projetos *web*, coordenação de equipes multimídia, cruzamento de linguagens e referências, pesquisa sobre novas mídias e ferramentas. Em razão deste quadro, as novas diretrizes curriculares do curso de jornalismo preveem que a elaboração do projeto pedagógico do curso de bacharelado em Jornalismo deverá observar, entre outros indicativos:

Preparar profissionais para atuar num contexto de mutação tecnológica constante no qual, além de dominar as técnicas e as ferramentas contemporâneas, é preciso conhecê-las em seus princípios para transformá-las na medida das exigências do presente. (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2013, p. 2)

O jornalista hoje deve estar bem preparado para o exercício técnico-profissional, mas também para situar-se e atender às demandas de uma sociedade democrática. Hoje, não são só as redações que demandam serviços profissionais do jornalismo, mas também os políticos, os partidos, as igrejas, os sindicatos, as organizações da sociedade civil. Toda a sociedade está se organizando para ganhar visibilidade e conquistar capital simbólico no Brasil de hoje. Esse profissional precisa saber atender à demanda de voz destes segmentos, cuja característica é muito diferente das redações dos grandes jornais e emissoras. Mesmos as redações da grande mídia têm hoje demandas diferenciadas devido ao aumento do monitoramento e das cobranças dos segmentos mobilizados da sociedade.

Em tal panorama de alterações e rupturas propiciadas por transformações culturais que emergem das atuais das interações sociais mediadas pela internet, que

¹³ O conceito de convergência midiática foi desenvolvido por Henry Jenkins (2008) e refere-se à tendência de os meios de comunicação organizarem-se a partir do advento da internet, utilizando recursos de texto, imagem, áudio e vídeo.

envolvem efeitos sobre aspectos técnicos, comportamentais e metodológicos do ensino de Ciberjornalismo nos cursos de Jornalismo, emerge a questão dos perigos do excesso de informação, que poderia causar, como efeito colateral, a “infoxicação”, termo cunhado pelo físico Alfons Cornellá¹⁴, para designar a relação entre informação e intoxicação, um neologismo para explicar a dificuldade em digerir o excesso de informação, um mal da era digital.

Alguém poderia dizer que o caso da Infoxicação constitui modismo ou tendência em ver problemas onde não existe, mas o fato é que, entre 20 e 22 de novembro de 2013, na Escola de Comunicação da Universidade de Sevilha, realizou-se o I Congresso Internacional Infoxicação¹⁵. Os trabalhos estavam relacionados a qualquer área de Jornalismo, Psicologia, Pedagogia, Direito, Antropologia, Sociologia, Comunicação, Publicidade e Relações Públicas.

Nesse contexto surge a pergunta-problema do artigo: Seria o uso sistemático de ferramentas como redes sociais, blogs e *podcasts* fatores de estresse no ambiente acadêmico, causado pela sobrecarga informativa (chamada de “infoxicação”) em função da necessidade de hiperconectividade e pela sensação de estar sempre desatualizado?

Para responder à indagação, buscamos fazer um mapeamento de hábitos de professores de jornalismo em relação às novas tecnologias (independentemente de lecionarem especificamente ciberjornalismo ou disciplinas afins), em seu dia a dia. Para dar conta desse objetivo, realizou-se um questionário-padrão (aberto, a fim de estimular respostas mais reflexivas) para professores universitários de cursos de Comunicação distribuídos pelo Brasil, de preferência que ministrassem disciplinas na habilitação Jornalismo. Também houve abertura para que profissionais em fase de mestrado e doutorado, que não estão ministrando disciplinas, participassem do levantamento. O conjunto de indagações englobou ajuntamento de dados pessoais dos entrevistados, hábitos relativos ao consumo de informações junto a meios de comunicação midiática, mecanismos de comunicação midiática e percepções acerca à quantia e qualidade na execução desses procedimentos no que tange ao processamento e uso dos conteúdos. Os resultados estão na sequência.

¹⁴ Site pessoal do autor disponível em < <http://alfonscornella.com/>>. Acessado em 14.11.2016.

¹⁵ Página do evento disponível em < <http://fcom.us.es/i-congreso-internacional-infoxicaci-n>>. Acesso em 12.11.2016.

5. Respostas dos professores

Onze questionários foram respondidos, por profissionais de 26 a 77 anos de idade, com maior concentração na faixa entre 26 e 39 anos. A qualificação acadêmica dos entrevistados vai de graduação a doutorado, sendo a maioria mestre. Os mestrados têm maior concentração em Comunicação e áreas afins, como Estudos de Cultura Contemporânea.

As origens institucionais dos entrevistados (no que concerne ao local de conclusão de estudos ou onde ainda estão cursando disciplinas ou ministram aulas) são as seguintes: Universidade do Estado de Mato Grosso; Universidade Federal de Mato Grosso; Universidade Federal da Bahia; Universidade Metodista de São Paulo; Universidade Federal do Paraná; Universidade Federal de Santa Catarina. Entre as disciplinas ministradas pelos docentes: Ética e Legislação Jornalística, Radiojornalismo, Antropologia e Comunicação, Design, Teorias da Comunicação, Teorias da Linguagem, Produção e Edição em TV, Oficina de Fotojornalismo, Redação Jornalística e Técnicas de Meios Impressos.

Diante da primeira pergunta (“Em média, quantas horas por dia você dedica ao uso de meios\mecanismos de comunicação?”), as respostas variaram de 2 a 14 horas (de 1\12 do dia a mais da metade dele), e neste íterim, 6, 7, 8, 10 e 12 horas, não havendo quantidade com repetição considerável. O patamar de oito horas foi o mais repetido (três vezes), subentendendo um terço do dia. Se se levar em conta que a maior parte das respostas mencionou o mínimo de seis horas diárias de acesso a meios\mecanismos de comunicação, pode-se dizer que 1/4 do dia é dedicado a esse contato. Algumas respostas foram mais detalhadas, informando maior concentração de uso na parte da manhã, porém com acesso distribuído por todo o dia, em razão da exigência de se manter atualizado, decorrente da profissão e do trabalho acadêmico.

Em relação à segunda pergunta (“Quais são os meios\mecanismos de comunicação – TV, internet, celular\smartphone, tablet, rádio, jornal, revista, livro etc – que você utiliza?”), as informações trataram em geral de: internet, rádio, jornal, livro, revista, tablet, celular, smartphone, jornal, livro, laptop, computador fixo. Houve alguns detalhes que expuseram como a internet é acessada, por exemplo via laptop, computador fixo, tablet, smartphone e o que se busca nesse tipo de plataforma (blogs,

portais, e-mail). Isso, de certo modo, antecipou respostas a serem solicitadas em perguntas subsequentes.

Houve outras menções com algum detalhamento, apontando para a leitura de livros impressos como algo ainda premente em razão das adaptações que feitas para as plataformas digitais, comentário que indica mudança de suporte em andamento. Outros detalhes: acesso ao rádio somente no deslocamento de automóvel e uso de celular unicamente para comunicação interpessoal (a convencional ligação, excluindo-se, portanto, utilização de mecanismos de envio e recepção de mensagens e conexão on-line).

Quanto à terceira pergunta, composta, na verdade, de duas partes (“Qual ou quais meio ou meios\mecanismo ou mecanismos você consome por maior tempo? Estime a quantidade de horas ou minutos por dia e semana”), o acesso à internet apareceu em todas as respostas e na maioria como principal plataforma comunicativa utilizada, variando de uma a 10 horas\dia, totalizando de sete a 70 horas por semana. Apesar desse grande intervalo entre o menor e maior consumo de informação on-line, a maior parte dos entrevistados mencionou acessar a rede por pelo menos seis horas ao dia.

Detalhe: o celular\smartphone foi citado por parte dos entrevistados como plataforma integrada de comunicação, dando acesso ao contato telefônico, à conexão à rede e ao envio e ao recebimento de mensagens eletrônicas. Destaque também para respostas que apontaram o consumo informativo maior em relação aos suportes impressos, como livro, jornal e revista. Os impressos apareceram o dobro de vezes (quatro; não mais que duas horas ao dia) em relação ao rádio e a TV (duas; de 40 minutos a 5 horas ao dia).

A quarta pergunta (“Quanto tempo – horas, minutos –, em média, você utiliza esse\ meio\s mais acessados?”) foi englobada nas respostas acima.

A quinta pergunta foi acrescida de pedido de detalhamento (“Que tipo de conteúdo o senhor\ a senhora busca nesse\ meio\s de comunicação? Se possível, descreva o gênero da peça – coluna de jornal impresso, site, blog, rede social, programa de entrevista de TV, etc.”). As respostas apontaram, de modo geral, para quatro categorias de conteúdo: informativa\noticiário, pessoal, educativa\acadêmica e entretenimento. O material noticioso, segundo os entrevistados, é buscado em, por exemplo: jornais de grande circulação, emissoras de rádio, artigos, sites, blogs, redes

virtuais sociais, telejornais *all news*, programas esportivos e revistas culturais, noticiário político e econômico (nacional, internacional), sobre ciência, artes e tecnologia. Já o uso pessoal é caracterizado, sobretudo, por comunicação via e-mail, contudo também obtido e produzido em redes virtuais sociais.

O conteúdo educativo\acadêmico flexiona-se do interesse profissional ao âmbito do consumo sociocultural, estendendo-se do contato com grupos de pesquisa em área de atuação, materiais para preparação de aulas (on-line geralmente) ao acompanhamento de produtos de dramaturgia e teledramaturgia. Essa categoria confunde-se com o entretenimento (vídeos de comédia, atrações esportivas, entre outros), que por sua vez associa-se ao acesso e confecção de conteúdos pessoais (notadamente quanto às redes virtuais sociais, como Facebook, Whatsapp, Instagram, Twitter).

O comentário do entrevistado 4 ¹⁶, que pontua a dificuldade de se traçar nítida fronteira entre categorias de conteúdos inseridos na internet e os modos como são apropriados: “Na realidade, na internet os meios se misturam, de modo que estamos no Facebook, mas lendo material de jornais, ou mesmo assistindo vídeos, o que torna difícil a discriminação”.

Destaque para a resposta, também do entrevistado 4 (contato com família, conversas informais e diárias), que indica outro nível informativo, mais amplo que o da comunicação midiática e que por vezes é esquecido nas discussões científicas.

Como as respostas à quinta pergunta tiveram considerável detalhamento, acabaram por adentrar o território da indagação seguinte (“Com que objetivo primordial você utiliza esses meios\mecanismos de comunicação, podendo ser eles acadêmico\de trabalho, entretenimento, resolução de problemas cotidianos como pagamento de contas e compra de produtos, entre outros?”).

Assim, registra-se das respostas à sexta indagação apenas alguns elementos. O de que o acesso aos meios de comunicação são preponderantemente ligados ao trabalho, coincidente com o ambiente acadêmico.

Certas respostas, como a do entrevistado 3, apontam para acesso aos meios como forma de “ampliação de repertório empírico, cultural e intelectual; interação social e profissional”, demonstrando um misto de funções. Associa-se a essa percepção o consumo de dados de ordem político-ideológico, que contribui para formação

¹⁶ Optou-se por referir-se aos entrevistados por meio de números em vez de seus nomes a fim de garantir devido nível de distanciamento científico na apresentação e tratamento das informações obtidas.

acadêmica e, ao mesmo tempo, para fortalecimento intelectual do profissional, seja no ambiente universitário, seja nos demais espaços de convivência social.

Isso pode ser acrescido ainda pelas trocas de informação – via internet – que, posteriormente, confluem para contatos físicos em debates e diálogos em grupo. Ao contrário, a via on-line pode gerar outro comportamento, de estancamento, que garante resolução de problema a partir da ação na rede, como pagamento de contas ou compra de produtos, sem necessidade de ir ao local de venda ou prestação de serviço.

A sétima pergunta (“Como avalia quantitativamente seu nível de acesso a esses meios\mecanismos de comunicação, podendo ele estar entre diminuto e excessivo?”) é uma das que mais explicita o intento desta pesquisa, relativa ao nível de exposição dos profissionais docentes em Comunicação à “infoxicação”. As respostas variaram do uso quantitativo adequado ao excessivo. Houve incidência maior em termos de repetição (em cinco, contudo não se configurando em maioria destacada) quanto ao uso excessivo e termos\expressões afins, como “Não chega a ser excessivo”, “70 % moderado para excessivo”. A utilização mediana\moderada também teve quantia relevante de menções (três; “médio”, “acho que uso moderadamente”, “de diminuto para médio”).

As utilizações quantitativas exageradas, segundo os entrevistados, são provocadas pela dependência do acesso constante aos meios midiáticos, sobretudo à internet, para realizar o trabalho. Em razão dessa ocorrência, apontam algumas táticas, como: conexão à rede somente à noite; desconexão nos fins de semana; ter cuidado com o uso de redes virtuais sociais para não fazer dele um substituto das relações sociais convencionais\tradicionais\físicas\off-line; mescla com outras fontes de comunicação e mais leituras de material impresso.

Com o intuito de saber que percepções os entrevistados têm em relação ao modo como administram seus contatos com os meios midiáticos, é que se efetuou a oitava pergunta (“Como o senhor\ a senhora avalia qualitativamente seu nível de procura\acesso a esses meios\mecanismos de comunicação, no sentido de captação, compreensão, reflexão e aplicação das informações?”). A indagação foi efetuada no sentido de se aproximar da conexão entre vida midiática\infoxicação.

As respostas apontaram para uma tentativa de controle diante da pressão por consumo e atualização informativa, ainda que as ponderações quanto à pergunta anterior tivessem indicado um quadro menos confortável. Essa percepção de controle, em relação à oitava questão, foi expressa, por exemplo, como “razoável” (entrevistada 1),

“Muito bom e há dinamicidade e imediatismo das informações” (entrevistada 2),
“Satisfatório por empreender crítica e reflexão nos conteúdos” (entrevistado 3).

Algumas táticas para garantir uma exposição controlada, o que pode ser acrescido aos expedientes já mencionados em respostas à sétima questão: utilizar o e-mail apenas para resolução de questões de trabalho e ler notícias rapidamente; restringir-se ao Google como ferramenta de busca de informações e a fontes específicas de conteúdos de pesquisa; ter discernimento de o que se quer\se busca na internet e usá-la, sobremaneira, como suporte para a produção profissional\acadêmica.

As poucas percepções de descontrole quanto à administração na lida comunicativo-midiática (vistas em duas respostas) ressaltaram como causador desta situação\estado o excessivo estímulo à procura por atualização e apreensão de conteúdos – reforçado pelas posições profissionais\acadêmicas ocupadas –, o que, por consequência, “impossibilita a compreensão e reflexão adequadas sobre tudo que é encontrado” (entrevistada 6).

Por fim, a nona pergunta (O senhor\A senhora sente-se ou já se sentiu “intoxicada” de informações, com dificuldades de digerir e processá-las?) é explicitamente objetiva e gerou respostas que coadunaram com as que mais se destacaram nas respostas à sétima pergunta, no mínimo recolocando a ideia de que a administração da relação comunicativo-midiática sofre, sim, de um certo descontrole. Oito das 11 respostas acusaram ocorrência de intoxicação. Algumas delas: “Já. Muitas vezes!” (entrevistada 1); “Frequentemente” (entrevistado 3); “Sem dúvida” (entrevistado 4); “Sim. Às vezes” (entrevistado 7); “Sim. O tempo todo”(entrevistado 8).

Destaque para a ponderação do entrevistado 9, um intoxificado confesso, porém que aponta para um passo adiante a ser tomado, para se autorreorientar: “Sempre (intoxicado), mas a desintoxicação é a próxima necessidade de busca”. Essa reorientação, não detalhada, pode se relacionar com algumas táticas já expostas por outros entrevistados, como a diminuição do uso da internet, a definição prévia de assuntos a serem buscados\trabalhados e a diminuição da quantia de áreas de interesse. Em contrapartida, o entrevistado 9 não crê em intoxicação. Para ele, trata-se de

uma concepção que pressupõe excessiva vulnerabilidade de quem se informa”. Essa percepção relaciona-se com o entendimento de que as informações são realmente captadas quando relacionadas com outros

elementos, gerando novas informações. Portanto, nesse sentido, não haveria infoxicação, mas, sim, “cansaço, desistência do trabalho mental de processamento ou rejeição a determinados conteúdos por motivos éticos ou incapacidade de compreensão.

6. Considerações

O mapeamento efetuado para este artigo não busca trazer análise definitiva acerca do assunto, mas sim apontar resultados de uma primeira investigação, que deve ser aprofundada e estendida.

Embora em sua maioria os entrevistados não admitam a “infoxicação” como traço constante em sua conduta profissional, constata-se: certa pressão com aumento de informações à disposição; alguma dificuldade de definir o que é mais importante e como utilizar os dados apreendidos; e um constante estado de alerta para não se exceder. Além disso, ocorre com frequência a sensação de que não é possível estar satisfatoriamente bem informado para lidar com as demandas do mundo contemporâneo, em geral, e do ensino de jornalismo, em particular.

Em suma, conclui-se que discutir o nível de exposição/dependência dos aparatos tecnológicos on-line é fundamental. Essa premência se dá em duas vias: tanto em relação à sanidade dos profissionais-jornalistas, e dos jornalistas em veículos de comunicação por extensão, quanto ao que concerne ao tipo de uso que os profissionais da área estão fazendo das chamadas novas tecnologias. Pois o respeito ao ser humano e ao interesse público são basilares para jornalistas-pesquisadores comprometidos com uma educação universitária humanística, crítica e que reflita sobre o espírito de seu tempo.

7. Referências bibliográficas

AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. (Eds.). **Blogs.com**: estudos sobre blogs e Comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

DIAS, C. Hipertexto: evolução histórica e efeitos sociais. In: *Ciência da Informação*. Ci. Inf. vol.28 n.3 Brasília Sept./Dec. 1999. Acesso em 12.3.2014, disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19651999000300004>.

FERRARI, P. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Editora Contexto., 2004. Jenkins, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2004.

JOHNSON, S. **Cultura da interface** – como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. RJ: Jorge Zahar, 2001.

KEEN, A. **O culto do amador**. Rio: Jorge Zahar, 2009.

LEMOS, A. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. – 6. Ed. - Porto Alegre: Sulina, 2013.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACHADO, E. Prefácio. In Machado, E. (Ed.), **O ensino de jornalismo na era da convergência: Conceitos, metodologias e estudos de casos no Brasil (7-13)**. Salvador: Edubra, 2011.

MARTINO, L. C. Pensamento comunicacional canadense: as contribuições de Innis e McLuhan. **Comunicação Mídia e Consumo**. São Paulo 5(14), 123-148, 2008.

MARTINS, G. L. O ensino de ciberjornalismo: estudo comparativo dos cursos de Jornalismo do Rio Grande do Norte e Mato Grosso do Sul. In: SOSTER, D. e TEIXEIRA LIMA, W. T. (Eds.). **Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração**— Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011.

MORAES JÚNIOR, E. **O ensino do interesse público na formação de jornalistas: elementos para a construção de uma pedagogia**. São Paulo: ECA/USP, 2011.

MEYER, P. **Os Jornais Podem Desaparecer?** São Paulo: Editora Contexto, 2007.

MOHERDAUI, L. **Guia de estilo web**: produção e edição de notícias on-line. São Paulo: Editora Senac, 2002.

OUTING, S. **O jornalismo do futuro exigirá velocidade e coração forte**. Meio & Mensagem, edição especial, 1998.

PARENTE, A. **O virtual e o hipertextual**. RJ: Pazulinn, 1998.

RHEINGOLD, H. **A comunidade virtual**. Trad. Helder Aranha. Lisboa: Gradiva, 1996.

SAAD, B. **Estratégias para a mídia digital**: Internet, informação e comunicação. São Paulo: Editora Senac, 2003.

SOUSA, J. **Teoria do meio**: contribuições, limites e desafios. Brasília: UnB, 2009.

WOLTON, D. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Trad. Isabel Crossetti – Porto Alegre: Sulina, 2007.