

Os possíveis prós e contras na utilização do e-mail e dos comunicadores instantâneos como ferramentas para se fazer entrevistas

Mario Lima Cavalcanti *

2005

Índice

1	Introdução	1
2	Sobre o e-mail	2
3	Sobre os comunicadores instantâneos	2
4	O uso das ferramentas de comunicação digital para se fazer entrevistas	3
5	Os possíveis prós e contras	6
6	Conclusão	8
7	Bibliografia	8

1 Introdução

Este estudo visa a sugerir reflexões sobre a utilização do e-mail (ou correio eletrônico) e de comunicadores instantâneos como ferramentas para a realização de entrevistas ou para a coleta de depoimentos. Soma-se a esse objetivo a análise dos prós e contras do

*Pesquisador de mídias digitais; criador e editor do sítio Jornalistas da Web <www.jornalistasdawe.com.br>; colunista de jornalismo on-line do portal Comunique-se <www.comunique-se.com.br>; e idealizador da Biblioteca de Cibercultura e Comunicação Digital na FACHA (Faculdades Integradas Hélio Alonso), na cidade do Rio de Janeiro, no Brasil.

uso desses recursos em âmbito jornalístico assistido por computador.

Em quase uma década de observação do jornalismo digital, fui motivado a escrever tal estudo pelo exercício contínuo da prática da entrevista on-line e pelo interesse por parte de estudantes e de novos jornalistas pelo cenário de comunicação virtual.

Os jornalistas e demais profissionais de comunicação mais conservadores talvez possam defender o uso do telefone ou até mesmo o “olho no olho” (e é verdade e notório que cada um desses métodos tem suas vantagens). Este estudo, porém – e indo na contramão da defesa do e-mail e dos comunicadores instantâneos como um meio cômodo para aqueles que não gostam de sair da frente do computador –, visa a pensar em quais situações estes recursos seriam e em quais não seriam realmente a melhor opção.

O estudo é um desdobramento de um artigo meu¹ já publicado num portal de jorna-

¹Publicado em 26 de abril em 2005 no portal Comunique-se. Acessível em <<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?op2=&op3=&editoria=135&idnot=21597>>

lismo² a interesse de profissionais de comunicação ou usuários da Internet que costumam solicitar informações e/ou depoimentos via Internet.

Para uma padronização e uma rápida leitura, no decorrer do artigo o termo correio eletrônico será referido simplesmente como e-mail, abreviação do verbete em inglês *electronic mail* (correio eletrônico).

Em muitos trechos deste estudo, principalmente onde há referência aos comunicadores instantâneos, utilizamos o termo “tempo real”. Por tempo real, portanto, entender-se-á “*pouco ou nenhum atraso no tempo de resposta, dando a impressão de resposta instantânea, na interação do usuário com um computador, ou entre dois computadores*”³ e, ainda, “*o tempo simultâneo de comunicação entre pessoas por computadores ligados em rede*”⁴;

Para aqueles não acostumados com o âmbito virtual e com o jornalismo digital, e que, conseqüentemente, necessitam de uma base mais teórica, o capítulo 2 aborda de forma básica o recurso do e-mail e o capítulo 3 dá uma explicação didática sobre os comunicadores instantâneos.

2 Sobre o e-mail

O e-mail é um dos recursos da Internet que possibilita a troca de mensagens e arquivos de forma rápida e versátil. Segundo a enciclopédia de participação coletiva WikiPe-

²Um dos principais portais de comunicação do Brasil. Acessível em <<http://www.comunique-se.com.br>>.

³Verbetes “tempo real”, no *Dicionário de Comunicação*, p. 720

⁴Verbetes “tempo real”, no *Dicionário de Comunicação*, p. 720

dia⁵, essa tecnologia “*foi criada em 1971 por um engenheiro de computação norte-americano chamado Ray Tomlinson, que trabalhava na Bolt Beranek and Newman (BBN), a empresa que fora contratada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos para implantar a ARPANET, primeira rede operacional de computadores à base de comutação de pacotes, e a precursora da Internet*”⁶.

A WikiPedia, além da definição, cita também algumas desvantagens do e-mail, como a estrutura teoricamente adequada para recebimento de spam⁷ e propagação de vírus, muitas vezes a partir de arquivos em anexo. Contudo, é uma das tecnologias mais utilizadas da Internet.

3 Sobre os comunicadores instantâneos

Comunicadores instantâneos (também chamados de mensageiros instantâneos, ou software de mensagens instantâneas, ou ainda, no inglês, *instant messengers*) são programas que permitem que um usuário da Internet converse em tempo real, via texto ou áudio, com outro que tenha o mesmo programa e esteja em sua lista de contatos.

Esse tipo de tecnologia se difere do e-mail justamente porque as conversações ocorrem em tempo real⁸, ou seja, geralmente o recep-

⁵Enciclopédia on-line participativa criada em 2001 e alimentada por usuários do mundo todo. Acessível em <<http://www.wikipedia.org>>

⁶<<http://pt.wikipedia.org/wiki/E-mail>>

⁷Mensagens não desejadas e enviadas em massa para múltiplas pessoas.

⁸Entende-se aqui o “pouco ou nenhum atraso no tempo de resposta, dando a impressão de resposta instantânea, na interação do usuário com um computa-

tor vê cada linha de texto imediatamente assim que ela é enviada pelo emissor (ou, em alguns casos, assim que ela é digitada pelo emissor, dependendo da funcionalidade do programa utilizado), o que aumenta a dinâmica da comunicação. Outra vantagem é que estes comunicadores mostram uma condição de disponibilidade do interlocutor, possibilitando que um usuário saiba quando o outro está on-line.

Entre os comunicadores instantâneos mais populares estão o AOL Instant Messenger (AIM), o Gaim, o ICQ, o MSN Messenger, o Yahoo! Messenger, o Skype e o Trillian.

4 O uso das ferramentas de comunicação digital para se fazer entrevistas

Em mais de 50% das entrevistas que fiz até hoje, usei o e-mail para obter respostas ou pelo menos para fazer um primeiro contato com os entrevistados. Isso se deu por vários motivos, entre eles a distância (o entrevistado era de outro país, o que, numa época em que o Skype⁹ ainda não era popular, implicaria tarifas telefônicas elevadíssimas) e a falta de tempo do próprio entrevistado.

Como já vimos, o e-mail e os comunicadores instantâneos não possibilitam o “olho no olho”¹⁰, o que, dependendo do tipo de re-

tor, ou entre dois computadores”. Verbete “tempo real”, no *Dicionário de Comunicação*, p. 720

⁹Programa de mensagens instantâneas com ênfase na comunicação via áudio e em chamadas telefônicas via Internet, mas que permite também mensagens de texto. Pode ser baixado gratuitamente a partir de seu sítio oficial, acessível em <<http://www.skype.com>>. Ver mais informações sobre comunicadores instantâneos no capítulo 3.

¹⁰Salvo com o auxílio de uma webcam ou perifé-

portagem, seria essencial¹¹. Neste caso, o uso do e-mail passaria apenas a ser uma última alternativa.

É possível também que jornalistas e profissionais de comunicação em geral descubram por si mesmos formas eficientes e práticas – e, não por isso, menos responsáveis – para a realização de entrevistas e obtenção de breves depoimentos. Em seu weblog¹², o webdesigner Frederick Van Amstel¹³ conta sua experiência no uso do e-mail e de um palmtop¹⁴ na coleta de depoimentos para uma pesquisa que estava realizando. Os dados obtidos de pessoas nas ruas eram inseridos no palmtop por ele, contabilizados automaticamente por um programa especial¹⁵ e exportados para uma planilha. Van Amstel conta que “*contabilizar essas entrevistas seria demorado e chato se eu não tivesse um Palm. Encontrei um software fantástico pra fazer isso chamado Entryware. Você monta a estrutura das perguntas no PC e copia para o Palm*”¹⁶.

Em certas situações, porém, o uso do e-rico similar com velocidade de conexão razoável e transmissão nítida de imagem.

¹¹Em alguns casos, a expressão do entrevistado tem grande importância.

¹²<<http://www.usabilidoido.com.br>>

¹³Frederick Van Amstel mora no estado do Paraná e é especialista em usabilidade e interfaces digitais.

¹⁴Também chamado de Assistente Pessoal Digital ou PDA (Personal Digital Assistant). Computador de dimensões reduzidas e que cumpre funções de agenda e de sistema informático de escritório. Verbete “PDA” na Wikipedia, em www.wikipedia.org.

¹⁵Existem muitos programas no mercado voltados para o auxílio em pesquisas e coletas de dados. O software citado é o Entryware, disponível em <<http://www.spss.com/entryware>>.

¹⁶O *post* completo está disponível em <http://www.usabilidoido.com.br/entrevistar_usuarios_e_massa.html>

mail pode ser eficiente e ao mesmo tempo perigoso. A jornalista Renata Aquino, em depoimento publicado no artigo “O e-mail como ferramenta para se fazer entrevista”¹⁷, afirma que o e-mail é útil em muitas situações, “mas, por outro lado, também é preciso ter cuidado com falsa identidade. Uma entrevista por e-mail não vale a não ser que o jornalista tenha absoluta certeza de que foi respondida pela pessoa certa”.

Um item citado no ensaio *Using Email as a Reporting Tool*¹⁸ sugere o uso do e-mail na coleta de depoimentos de pessoas de pequenas cidades. Com a ascensão dos weblogs, podemos dizer que a probabilidade de se entrevistar uma pessoa de uma pequena cidade, para coletar depoimentos de, por exemplo, um fato isolado, porém curioso daquele lugar, se tornou maior. Ou seja, é possível achar possuidores de weblogs em pequenas cidades que possam contribuir com depoimentos sobre fatos locais. Mas, por outro lado, e nesse caso, o cuidado com falsas identidades deve ser redobrado. E mais ainda em se tratando de entrevistados que possivelmente poderiam criar uma nova versão para um fato ocorrido. É preciso checar a fonte.

As situações e experimentos descritos acima já podem nos fazer pensar que o uso do e-mail ou de mensageiros instantâneos tem relação com o tipo de matéria jornalística que será feita. Depende, em uma primeira instância, do que o jornalista vai

¹⁷Publicado em 26 de abril em 2005 no portal Comunique-se. Acessível em <<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?op2=&op3=&editoria=135&idnot=21597>>

¹⁸SANDS, Ken. *Using Email as a Reporting Tool*. Disponível em <<http://www.journalism.org/resources/tools/reporting/interviewing/email.asp>>

cobrir/registrar ou de propriedades como o tempo e o espaço.

4.1 Pesquisas digitais e dados não-verbais

Uma experiência similar a de Frederick Van Amstel citada anteriormente já havia sido sugerida¹⁹ em 1998, no ensaio *Using e-mail as a research tool*²⁰. Nele, o autor comenta que, em se tratando de pesquisas de opinião via formulários digitais, “com entrevistas por e-mail, os dados que são eventualmente analisados representam exatamente o que o entrevistado respondeu”²¹. Posteriormente, o autor comenta também que “o texto das entrevistas por e-mail podem facilmente ser trabalhadas em qualquer processador de texto ou pacote de análise qualitativa via computador”²². Ainda nesse aspecto, o estudo sugere que “entrevistas por e-mail reduzem o problema do efeito entrevistador”²³,

¹⁹No subtítulo *Electronic Interviewing* do ensaio *Using e-mail as a research tool*. Disponível em <<http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU21.html>>

²⁰SELWYN, Neil; ROBSON, Kate. *Using e-mail as a research tool*. Acessível em <<http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU21.html>>

²¹“With e-mail interviewing the data that is eventually analyzed is exactly what the interviewee wrote”. No subtítulo *Electronic Interviewing* do ensaio *Using e-mail as a research tool*. Disponível em <<http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU21.html>>

²²“the text from e-mail interviews can easily be tailored for any word processing package or computer-based qualitative analysis package with a minimum of alteration”. No subtítulo *Electronic Interviewing* do ensaio *Using e-mail as a research tool*. Disponível em <<http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU21.html>>

²³“E-mail interviewing reduces the problem of interviewer effect”. No subtítulo *Electronic Interviewing* do ensaio *Using e-mail as a research tool*. Disponível em <<http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU21.html>>

referindo-se a possíveis influências que um entrevistador possa ter sobre o entrevistado.

Ainda como vantagens, principalmente nos dias de hoje²⁴, o estudo aponta o fato de teoricamente não existirem mais limites geográficos para a realização de entrevistas. Com isso, "a necessidade de proximidade entre o entrevistador não é mais um problema"²⁵, pois recursos como o e-mail podem ajudar a contornar essa dificuldade.

No entanto, talvez uma das principais deficiências da comunicação digital via texto seja a ausência de componentes não-verbais²⁶. Se por um lado a entrevista eletrônica ganha em agilidade, por outro, em termos de conteúdo adicional, ela perde por não permitir que o entrevistador e o entrevistado tenham acesso a propriedades que teriam em uma entrevista convencional, como, por exemplo, expressões faciais e entonações de voz. O apontamento dessas deficiências também é registrado no estudo de Selwyn e Robson, quando dizem que "*esta ausência de comunicação não-verbal pode ser um problema para ambos o entrevistador e o entrevistado*".

Uma solução para amenizar essa frieza²⁷

²⁴Com um suposto amadurecimento global no uso de recursos digitais de comunicação.

²⁵"the need for proximity between the interviewer and interviewee is no longer an issue". No subtítulo *Electronic Interviewing* do ensaio *Using e-mail as a research tool*. Disponível em <<http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU21.html>>

²⁶Alguns movimentos faciais como mexer a sobrancelha ou a cabeça são exemplos de elementos não-verbais e podem denunciar reações e sentimentos como concordância, medo, discordância, felicidade, angústia.

²⁷Apesar do que isso não resolve em nada a questão fundamental de o entrevistador captar as reações do entrevistado que ele não pensou em demonstrar ou, pior, que se beneficiou ao omitir.

nas entrevistas e pesquisas digitais seria a utilização de emoticons²⁸ ou até mesmo de onomatopéias. Como já sugeria um ensaio feito em 1996 por E. King²⁹, a *netiqueta*³⁰ convencionou formas descontraídas de simular a comunicação não-verbal. Digitar :) depois de uma sentença, por exemplo, denotaria humor. Já o uso de múltiplas vogais indicaria entonação, como, por exemplo, "olááááá!". Com isso, temos aqui recursos da comunicação digital já tão comuns em salas de bate-papo e em conversas informais via comunicadores instantâneos, "migrando" para o formal e sustentando a comunicação digital.

4.1.1 O método Delfos

Ainda a respeito do uso do e-mail para a realização de pesquisas, outra boa utilização (a meu ver não cabem aqui muito bem os comunicadores instantâneos), sem se esquecer de alguns possíveis contras que o recurso possa carregar, seria no emprego do método Delfos

²⁸Seqüência de caracteres ou uma pequena imagem com a intenção de representar expressões faciais humanas ou situações. Os emoticons representam uma forma de paralinguagem comumente utilizada em âmbito virtual. Com informações da Wikipedia, em www.wikipedia.org

²⁹King, E. *The use of the self in qualitative research*. Em J. Richardson (Org.), *Handbook of qualitative research methods for psychology and the social sciences*.

³⁰Etiqueta que se recomenda observar na Internet. Recomendações para que se evitem mal-entendidos em textos presentes no âmbito virtual (especialmente em e-mails, listas de discussões etc.). Também servem para reger condutas em situações específicas (como, citar o nome do site ou autor de um texto quando é copiado e colado em outro local - desde que o autor permita a cópia sob essa condição). Com informações da Wikipedia, em www.wikipedia.org

(*Delphi Method*) de pesquisa, que consiste em entrevistas (mais profundas que as de estatística) com especialistas a fim de obter um resultado qualitativo sobre um tema. Como comenta o jornalista Nilson Lage, "*antes do computador e da Internet, o método Delfos estava fora das possibilidades da reportagem, pelo curso e, principalmente, pela demora em trafegar por via postal ou outro meio os questionários e respostas. Com os e-mails, isso já não tem tanta importância: pode-se ouvir, por exemplo, vencida a barreira do idioma, especialistas de qualquer país estrangeiro*"³¹.

5 Os possíveis prós e contras

Este capítulo relaciona de forma breve e em tópicos alguns possíveis prós e contras da utilização do e-mail e dos mensageiros instantâneos como ferramenta para coletar informações e depoimentos, assim como suas respectivas justificativas.

Antes, vale mencionar mais uma vez que o objetivo deste estudo não é a criação de dogmas, mas sim a sugestão de reflexões sobre as vantagens e desvantagens dos recursos de e-mail e de comunicação instantânea no jornalismo assistido por computador. Optouse, por isso, pelo uso das expressões "possíveis prós" e "possíveis contras", para que não existam relações com supostas imposições.

As informações são baseadas e inspiradas em experiências de profissionais do meio, estudos relacionados previamente publicados e depoimentos coletados.

³¹Nilson Lage, *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*, p. 167.

5.1 Os possíveis prós

- E-mail e mensageiros instantâneos podem ser uma boa opção para a realização de entrevistas em outra língua. Por ter tudo por escrito, o entrevistador que não tem um domínio fluente do idioma do entrevistado não perde informação como poderia perder pessoalmente ou por telefone;
- Salvo urgência do repórter, quando o e-mail é o canal de entrevista, o entrevistado responde quando tem tempo;
- Tendo tempo para responder, o entrevistado pode garantir um depoimento com qualidade e propagar suas idéias com maior precisão. Em sumo, o entrevistado pode dizer, *ipsis literis*, o que realmente quer dizer;
- É uma alternativa para quando o jornalista não consegue encontrar o entrevistado pelo telefone;
- Quando o veículo do entrevistador não possui uma foto de divulgação do entrevistado e o deslocamento para fazer uma foto não é possível (ou ainda nenhuma imagem correspondente é encontrada no arquivo), caso o próprio entrevistado ou sua assessoria possuam fotos de divulgação com boa resolução, o e-mail e os comunicadores instantâneos se tornam bons canais para a transferência desse material;
- É um meio rápido para se entrevistar quem trabalha com Internet ou escreve para o ambiente digital. Profissionais de Tecnologia da Informação (TI) usam

ferramentas como o e-mail em seu dia-a-dia e, a não ser que estejam atarefados, vão corresponder com eficiência às necessidades do entrevistador;

- Nos dias de hoje, o e-mail e diversos comunicadores instantâneos já são acessíveis a partir de muitos dispositivos digitais com acesso à Internet (laptop, smartphone, palmtop etc). Nesse aspecto, o e-mail pode ser útil para receber depoimentos ou respostas de entrevistas previamente solicitados, e depois repassá-los para outro endereço de e-mail;
- As opções de locais onde se pode ter acesso de contas de e-mail ou comunicadores instantâneos não param de crescer. Hoje em dia temos, por exemplo, cybercafés, lanhouses, salas de Internet em hotéis e terminais públicos;
- Para quem trabalha com o auxílio do computador (redações on-line ou reportagens assistidas por computador), depoimentos via comunicação instantânea digital ou via e-mail significam redução de tempo, eliminando o trabalho e custos que o entrevistador teria com transcrições;

5.2 Os possíveis contras

- Como sugerido anteriormente, existe a questão da falsa identidade. Devido a casos em que uma entrevista é respondida pelo assessor do entrevistado, e não por ele próprio, o entrevistador deve buscar a certeza de quem está respondendo. Isso pode implicar confirmações via telefone, se for possível, ou uma

mudança de planos (se não for possível coletar informações da pessoa desejada, uma sugestão seria obter dados de um porta-voz, de órgãos oficiais ligados ao entrevistador ou de possíveis subordinados, quando em uma estrutura hierárquica);

- No caso do e-mail, mesmo que o entrevistado prefira responder perguntas a partir dessa ferramenta, é uma ação que pode demandar tempo. É possível que o entrevistador não envie as respostas de imediato, o que poderia prejudicar entrevistadores com *deadline* curto;
- E-mail pode deixar de ser um recurso prático quando é preciso fazer contraperguntas. Nesse caso, o mensageiro instantâneo, quando é possível a sua utilização, pode ser uma boa opção. No entanto, para muitos, programas de comunicação instantânea *frequentemente* são vistos como de uso pessoal. O contato pode não ser fornecido pelo entrevistador;
- Como mencionado anteriormente também, a não ser que o entrevistado possua uma webcam ou um periférico similar com conexão razoável e transmissão nítida de imagem (e aceite se exibir para o entrevistador), o e-mail e os programas de comunicação instantânea não possibilitam uma entrevista “olho no olho”. Esta ausência de comunicação não-verbal pode ser um problema tanto para o entrevistador quanto para o entrevistado, pois não se percebem as expressões faciais de ambos, o que, dependendo do objetivo da entrevista, se-

ria uma propriedade importante para o repórter;

6 Conclusão

Vimos nos capítulos anteriores diversos exemplos que nos fazem refletir sobre quando utilizar o e-mail ou comunicadores instantâneos para a realização de entrevistas e pesquisas. Como dito no início do estudo e conforme ficou claro durante o seu desenvolvimento, cada método, assim como cada mídia, tem suas vantagens e desvantagens. Quando várias formas de se fazer uma entrevista estão disponíveis, o motivo da reportagem pode ser o fator determinante. Ou seja, dependendo da matéria que se queira fazer, o uso do e-mail e/ou de comunicadores instantâneos pode ou não ser o melhor caminho.

Enfim, cabe ao entrevistador refletir sobre a melhor maneira de coletar depoimentos ou de fazer uma entrevista ou uma pesquisa. Também fazem parte da vida do comunicador social a adaptação às novas formas de comunicação e, mais que isso, saber aproveitá-las e reconhecê-las como a melhor alternativa em um determinado processo de produção.

7 Bibliografia

- CAVALCANTI, Mario Lima. "O e-mail como ferramenta para fazer entrevistas". Acessível em: <http://www.comuni-que-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?op2=&op3=&editoria=135&idnot=21597> (acessado em 22/06/2005).
- KING, E. (1996). The use of the self in qualitative research. Em J. Richardson (Org.), Handbook of qualitative research methods for psychology and the social sciences (pp. 175-188). Leicester: British Psychological Society.
- LAGE, Nilson. Reportagem, A - Teoria e Técnica de Entrevista e Pesquisa Jornalística. Rio de Janeiro: Ed. Record.
- RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2001.
- SANDS, Ken. "Using Email as a Reporting Tool". Acessível em: <http://www.journalism.org/resources/tools/reporting/interviewing/email.asp> (acessado em 16/06/2005).
- SELWYN, Neil; ROBSON, Kate. "Using e-mail as a research tool". Acessível em: <http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU21.html> (acessado em 17/06/2005).
- VAN AMSTEL, Frederick. "Entrevistar usuários é massa", disponível em: http://www.usabilidoido.com.br/entrevistar_usuarios_e_massa.html (acessado em 14/06/2005).