JORNAL ONLINE: UMA AVALIAÇÃO SOBRE A EXPERIÊNCIA MINEIRA

Ângela Carrato
Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMG

Este texto apresenta conclusões, até o momento, de uma pesquisa que se desenvolve desde 1996. Ela aborda algumas questões relativas ao jornalismo *online*, entendido como o jornalismo que é feito na Internet, em oposição ao jornalismo clássico que tem no papel o seu suporte tradicional. O argumento central é de que a experiência de três jornais diários mineiros (*Estado de Minas*, *Hoje em Dia*, *O Tempo*) ainda está longe de caracterizar uma percepção plena das possibilidades deste novo suporte, com as publicações em questão, em que pese investimentos significativos em tecnologia e *marketing*, produzirem na rede apenas pálidas cópias de sua versão em papel. Diante da realidade do jornalismo digital, o texto discute também perspectivas para o jornal na versão papel. Nossa conclusão é de que, a curto e médio prazo, o suporte papel e o digital vão continuar a conviver, mas em registros bem demarcados no que se refere ao conteúdo e à recepção.

Palavras-Chaves: Jornalismo, Digital, Minas Gerais.

INTRODUÇÃO

O ano de 1995 parece ter sido o da descoberta do computador pessoal no Brasil. Várias feiras de informática tomaram conta do país e as vendas aqueceram o mercado de computadores. Só em São Paulo foram realizadas três megafeiras de informática, dentre elas a 9ª Fenasoft, em julho, para um público recorde para a época de 800 mil visitantes.[1]

Paralelo ao aumento do consumo de computadores pessoais, o brasileiro descobre a Internet. O período é marcado pelo surgimento de vários provedores de acesso, inclusive alguns de acesso gratuito à rede mundial de computadores.

De uso restrito inicialmente às instituições acadêmicas, rapidamente a Internet se popularizou entre a classe média brasileira, chamando a atenção dos setores empresariais para o que representava em termos de potencial.

Como resultado tem-se o aumento do número de navegantes, bem como o de home-pages brasileiras colocadas na rede. Em meio ao *boom* da Internet, o *Jornal do Brasil* lança, em maio de 95, o primeiro jornal brasileiro *online*. O JB *online* estimula a migração de outros veículos impressos para a rede. A ele se seguem *a Folha de S. Paulo* e *O Globo.*

Em agosto do ano seguinte, o jornal *Estado de Minas* implanta sua *homepage* na rede virtual (www.estaminas.com.br/em.html) passando a poder ser consultado através da *wide world web*. Ao contrário do que se verifica no plano nacional, em Minas, os concorrentes do EM não tiveram a mesma agilidade. Só em agosto de 1998, portanto dois anos depois, o *Hoje Em Dia* lança sua versão on-line (www.hojeemdia.com.br) seguido, quase que simultaneamente, pelo *O Tempo* (www.otempo.com.br).

Esperava-se que, a exemplo do que se verificou nas diversas publicações no país e no exterior, as versões dos jornais mineiros na Internet adquirissem autonomia em relação à versão impressa. Não é isso que vem ocorrendo. O balanço desses seis anos indica que, apesar das especificidades das versões eletrônicas destas três publicações, nenhuma delas parece ter conseguido desenvolver, a contento, aspectos essenciais no que se refere tanto à construção e apresentação dos textos quanto à interatividade, características determinantes do novo suporte.

Neste texto, nosso objetivo, além do balanço do período, visa uma análise destes três veículos, buscando verificar o grau de autonomia que adquiriram em relação à versão impressa.

A pesquisa que deu origem a este texto teve início em 1996 e abrangeu três momentos diferentes. O primeiro, de maio de 1996 a agosto de 98, quando *o Estado de Minas* manteve-se como o único jornal mineiro a ter uma versão *online*. O segundo, que envolve o lançamento das versões *online* do *Hoje em Dia* e de *O tempo*. O terceiro, que busca realizar uma comparação entre estas três versões procurando, igualmente, verificar o grau de relação que ainda mantêm com o suporte impresso. A conclusão, na medida em que a pesquisa continua desenvolvendo-se, é naturalmente provisória e tenta levantar alguns aspectos relativos ao futuro do próprio jornalismo, tanto na versão *online*, quanto em seu suporte clássico, o papel.

Como o trabalho de análise destes jornais requer um tratamento do tipo comparativo e não há regras precisas do que seja uma boa organização hipertextual, nosso primeiro desafio foi o de buscar construir parâmetros.

1- UMA COMPARAÇÃO ENTRE OS SUPORTES DIGITAL E IMPRESSO

Qual a melhor maneira de se fazer jornalismo na Internet? Essa é uma questão ainda em aberto para pesquisadores, *web designers* e jornalistas envolvidos com a elaboração e apresentação de textos no ambiente virtual. No entanto, pelo menos num aspecto todos concordam: o texto digital ou hipertexto tem que ser diferente daquilo que se faz para o meio impresso, rádio ou TV.

Antes de tratarmos da organização e disposição das informações textuais e visuais nas *homepages* nos três jornais em questão, faremos um trabalho de identificação dos elementos que compõem uma página no jornal impresso e a de uma versão *online*. Ambas têm uma diferença básica, mas fundamental: a quantidade de espaço que cada um dos produtos dispõe para organizar seu material informativo: no impresso, o tamanho da página e, na internet, a tela do monitor que, embora sujeita a variações, não altera substancialmente a superfície acessível ao leitor.

O desenvolvimento da impressão trouxe uma série de elementos que ao organizarem o conteúdo textual, também facilitaram a leitura. São eles: numeração, sumários, cabeçalhos etc. Mas o principal fator que promoveu uma ruptura com a interface do manuscrito foi a possibilidade de se dobrar o texto.[2] Os projetos gráficos de jornais e revistas aperfeiçoaram ainda mais esta referência. E, como assinala Pierre Lévy, o jornal e a revista são adaptados ao que chama de atenção flutuante.[3] O leitor, ao contrário de caçar ou perseguir uma informação particular, “recolhe coisas aqui e ali”, realizando a navegação a olho nu.

Quando se trata da interface informática, é importante lembrar que o computador, enquanto suporte no qual se inserem os dados em forma digital exige um leitor mais ativo. No computador, a leitura pressupõe o envio de comandos por parte do usuário para que seja projetado na tela o que se deseja. A interface informática, portanto, já vem com um elemento de fundamental diferença com relação ao regime de leitura impressa: a interatividade, mesmo que em pequeno grau. Ao exigir a participação ativa do leitor, a leitura se transforma num processo semelhante ao de edição.

No computador, o contato entre o leitor e a obra passa a ser mediado pela interface. Não se trata mais de virar páginas, mas de dar comandos através do *mouse*. O texto *online* é móvel e infinitamente redobrado, "um texto caleidoscópio, que apresenta suas facetas, gira, dobra-se e desdobra-se à vontade do leitor".[4]

O excesso de dobras pode também oferecer perigos, sendo o principal deles o risco de se perder na navegação.

A primeira página de um jornal é o grande índice que destaca os assuntos principais e conduz o leitor até eles, indicando onde se encontram desenvolvidos. Esta função indicial não é desempenhada pelo texto, envolvendo elementos fotográficos e iconográficos hoje considerados essenciais a uma boa diagramação. Se durante certo tempo o elemento visual era dispensável, atualmente ele cumpre papel fundamental na orientação da leitura em qualquer obra impressa.

Não podemos deixar de considerar, também, a importância dos símbolos visuais para a organização do espaço numa página e sua capacidade de remeter a um outro signo, desencadeando no leitor um processo de abstração e de busca de sentido.[5]

A utilização de recursos gráficos está também ligada a dois outros aspectos que precisam ser mencionados: a economia do espaço e a estética.[6] Tabelas, ícones e ilustrações têm o poder de sintetizar idéias que, ao contrário, necessitariam de um volume bem maior de texto para serem desenvolvidas. Além disso, é preciso reconhecer que estes elementos são essenciais na composição do equilíbrio estético de uma página.

No jornalismo impresso, é comum caracterizarmos uma página composta só de textos, sem imagens, como "pesada". O caminho mais adequado para buscar-se o equilíbrio é o de evitar-se tanto o excesso de textos quanto de imagens numa mesma página.

Na elaboração de uma página para a Internet, as imagens possuem uma função ainda mais relevante. Razão pela qual consideramos extremamente pertinente o conceito de jornalismo iconográfico, tal como desenvolvido por Peltzer,[7] na medida em que ele propõe a concepção de imagens como textos. Concepção que se mostra extremamente adequada à mídia digital, pois ao unir diferentes mídias, a hipermídia transforma tudo em texto.

Em um jornal de suporte impresso, a matéria significante é visual. No vídeo, o visual também é um dos principais elementos em jogo, sendo acompanhado pelo auditivo. Papel e vídeo, mesmo compartilhando uma mesma matéria significante, se diferenciam quanto à infra-estrutura na qual a matéria se insere. O papel é um suporte espacial, enquanto no vídeo a matéria visual tem uma

infra-estrutura temporal. Em ambos os meios, no entanto, a infra-estrutura é fator altamente determinante e condicionante, e mais ainda no papel, que requer o manuseio do leitor. Neste nível em que se dá a leitura, entra também em jogo uma relação tátil, que é importante para uma comparação com a informação de um suporte informático.

O contato físico com o suporte, possibilitado pelo papel, é eliminado quando passamos para o vídeo, em que a informação se torna ainda mais independente da infra-estrutura. Vale dizer: no meio digital, o texto é ainda mais livre, pois quase independe da infra- estrutura. Por estrutura digital, entendemos aqui a estrutura que sustenta o texto e não o instrumento de leitura (computador).

Por tudo isso, pode-se afirmar que no ciberespaço, onde se localizam os textos digitais, temos um quadro bem mais complexo, pois a digitalização torna possível o trabalho com elementos de natureza as mais diversas (sons, imagens, textos), matérias significantes que, por sua vez, produzem outras tantas séries informacionais.

No processo de navegação ou manipulação da informação pelo leitor, elementos tais como o tátil (uso do *mouse*), são incorporados graças à interface. Mas no meio digital, o toque não se restringe ao manusear das páginas. Ele obedece às escolhas feitas pelo leitor durante todo o processo de navegação.

Na rede hipertextual, a leitura é obra do leitor, que tem diante de si o texto com seus *links* a serem acionados. Mas quanto à organização ou estruturação da informação, é necessário que se tenha domínio dos processos. Isto porque a produção ou estruturação de um jornal *online* requer muito mais do que transferir o conteúdo do meio impresso para o digital.

Diante da complexidade da rede hipertextual, é preciso fazer escolhas, modificações, cortes, acréscimos, abrir mão de determinadas estruturas incompatíveis com a não linearidade, ou até mesmo criar outras que sejam adequadas a este meio.

De acordo com esta lógica, quanto maior a quantidade de matérias significantes em um veículo, mais complexa é possibilidade de se formatar o conteúdo informativo, exigindo leituras sensoriais adequadas. No veículo jornal impresso, a seleção feita pelo leitor é limitada. Ele seleciona, com base em todo o conteúdo do produto, o que quer ler e não quais notícias estarão no jornal. No jornal digital, que tem como suporte o ciberespaço, não é assim. Além de um meio rico em possibilidades, é uma imensa fonte de informações, trabalhadas e não trabalhadas, ordenadas ou não, um vasto conteúdo à disposição dos jornais e dos leitores.

Caso não encontre a notícia ou o assunto que deseja nos jornais *online*, o leitor pode recorrer a empresas, organizações, universidades, centros de pesquisa, enfim, todos aqueles que disponibilizam informações através de uma *homepage*.

Nos jornais impressos, o projeto gráfico cumpre de forma eficiente a função de articular as diversas informações. E aqui articular significa agrupar, hierarquizar, classificar ou ordenar o conteúdo informativo, seja em colunas, seções, retrancas, ou nas várias outras opções. No rádio e na TV, esta operação é feita com base em recursos como vinhetas, repetição, entonação, montagem, edição etc. Já o hipertexto imprime outra lógica ao processo.

Além dos recursos comuns aos demais meios – tamanhos de fontes, ícones, programação visual, diagramação da página – e que se repetem no hipertexto, a estrutura possui um outro grande diferencial, que é a possibilidade de se conectar diferentes textos. A articulação é, assim, permeada por uma lógica diferenciada, a lógica não linear, concretizada nos saltos de um texto para outro.

Este aspecto nos leva a apontar algumas das modificações sofridas pela informação quando trabalhada num e noutro suporte e, assim, o grande diferencial da rede, a interatividade, traz consigo um imenso potencial de mudança na relação leitor-produto.

A interatividade retira o leitor de sua posição e o obriga a tomar atitudes e decisões diante do que lê, estabelecendo novas conexões e propondo uma reorganização da leitura. Vale dizer: o ciberespaço permite respostas instantâneas e uma leitura plural. Permite, igualmente, que o leitor interfira no conteúdo textual, reorganizando ou criando *links*, além de poder inventar novos percursos.

A partir destes elementos apontados até agora, podemos, seguindo de perto o que propõe Tori,[8] enumerar algumas das principais características que um sistema de hipertexto precisa possuir para ser considerado adequado:

a- Granularidade: *links* com um mínimo de informação e com conteúdo independente dos demais.

b-Orientação à navegação: recursos que orientem o leitor de forma clara quanto à navegação, como, por exemplo, imagens e mapas.

c-Aparência de infinitude: o sistema deve apresentar ser uma fonte inesgotável de informação e não um repositório restrito e finito.

d- Diversidade de opções: cada *link* deve ter, no mínimo, um elo, remetendo a outros documentos e textos. O ideal é que exista mais de um.

e- Degradação elegante: quando o usuário desejar uma informação não disponível no sistema, este deve dar uma resposta elegante à sua limitação.

f- Redução da carga cognitiva: a quantidade de informação a ser assimilada simultaneamente pelo leitor não deve ultrapassar sua capacidade cognitiva. Um ser humano pode, em média, manipular com eficiência cerca de sete informações simultâneas.

De posse de todas estas orientações, temos um modelo capaz de abordar os elementos para o trabalho de análise comparativo a que nos propomos.

2- CONSTRUÇÃO E APRESENTAÇÃO DOS TEXTOS

A criação da versão *online* do *Estado de Minas*, em 1996, aconteceu dentro de um projeto da empresa que envolveu o lançamento de novos cadernos em sua versão impressa, como o de Informática e o Guia de Oportunidade e Negócios, e demonstra preocupação em manter-se atualizada no momento em que completava 68 anos. Preocupação que se justifica mediante o avanço que publicações de outros estados tem tido sobre os leitores/internautas mineiros.

Dentre os três jornais pesquisados, o *Estado de Minas* é o líder, mas esta liderança se perde quando comparado, por exemplo, à vendagem de publicações como a *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, especialmente aos domingos.[9]

O *Estado de Minas*, nos primeiros dois anos de existência de sua versão *online*, diferenciava-se dos outros jornais brasileiros na Internet, como *o Jornal do Brasil, Folha de S. Paulo e O Globo*, por expor, na rede suas matérias de forma integra, tal como na versão impressa. O que se observa, portanto, é que o jornal apresentava a informação desprendida dos recursos oferecidos pela Internet.

Segundo dados dos próprios produtores do *Estado de Minas online*, apenas 10% do que estava na versão *online* era criada especificamente para a rede. O restante, 90%, não passava de material aproveitado do jornal impresso.[10] A dependência do *Estado de Minas online* neste período para com a sua versão impressa é clara. E mesmo a apresentação destas matérias e dos serviços era feita de forma bastante tímida, comparada aos jornais *on line* de circulação nacional.

O que temos neste período, portanto, não é uma versão *online* do *Estado de Minas*, mas o jornal, tal como em sua versão papel sendo levado para a Internet. Tal incongruência não parece ter preocupado à direção da empresa, cuja avaliação era de que o jornal havia deixado de ter uma circulação limitada ao universo do papel e partido para romper fronteiras, alcançando o ciberespaço.

Esta posição da empresa *SA Estado de Minas* perdura até meados de 1998, quando o *Hoje em Dia*, jornal criado em 1987 e que atualmente integra o complexo de comunicação de propriedade do bispo Edir Macedo, lança sua versão *online*. O lançamento é cercado por uma ampla campanha de *marketing*, voltada para o público mais jovem, coincidentemente o que mais se interessa pela Internet.

Coerente com a campanha, *o Hoje em Dia* apresenta em sua versão *online*, uma página inicial com seções e títulos de matérias bem mais atrativas do que a do *Estado de Minas.* No HD *online*, por exemplo, o internauta consegue ter uma visão melhor e mais detalhada sobre o conteúdo da edição. Além disso, o jornal disponibilizava, através de *links*, suas edições anteriores, dispositivo que não havia no *Estado de Minas.* Além de visualmente mais agradável, a primeira página do HD ainda incorporava através de ícones próprios, elementos que apontavam para uma certa interatividade a exemplo do Fale Conosco, Serviços, Cotação do Dólar, Expediente e Condições Climáticas do Dia.

Para não ficar atrás dos demais concorrentes, *O Tempo*, lançado em 1997 e de propriedade da *Sempre Viva Editora*, empresa do deputado federal Vittorio Medioli (PSDB) apresenta, logo em seguida ao *Hoje em Dia*, sua página na Internet. Nela, o que se tem é apenas um resumo da edição impressa, uma espécie de apresentação do que o leitor irá encontrar se adquirir o jornal. Não há *links*, ou seja, não há conexões de qualquer espécie. A página não utiliza os recursos do hipertexto.

Este quadro em relação os três jornais *online* persiste até o início de 1999, quando o *Estado de Minas* introduz algumas modificações que apontam para uma certa autonomia em relação ao suporte papel. Ao entrarmos no *site* do jornal, por exemplo, nos era fornecida uma lista com as manchetes do dia que podiam ser acessadas isoladamente através de *links.* A atualização das notícias era feita de um dia para o outro, inexistindo seções com informações de última hora. Havia a possibilidade, como em quase todos os *sites* existentes na Internet, do leitor enviar mensagens para a redação através do correio eletrônico, facilitando a interação entre o jornalista e

o público. A versão *online* do *Estado de Minas* também passou a oferecer gratuitamente ao internauta os serviços prestados pelo *Grupo Estaminas* através do sistema Tell Service Cidadão (informações sobre concursos, cidades, agenda cultural, telefones úteis etc).

Neste mesmo período, não encontramos, na página do *Hoje em Dia*, diferenças significativas em relação ao *Estado de Minas*. O HD *online* mantêm-se, basicamente, como uma reprodução, na rede virtual, das notícias veiculadas diariamente em seu suporte papel, inexistindo uma seção com as informações de última hora. As atualizações também só são feitas de um dia para o outro. A grande vantagem da página do HD continuava sendo a possibilidade de se acessar o banco de dados, permitindo a consulta de edições anteriores.

A versão *online* de *O Tempo* continuava apresentando, também neste período, a estrutura mais precária. Apesar de prestar um serviço gratuito, como os demais, o jornal não reproduz, sequer, a íntegra das matérias de seu suporte papel, mas somente trechos resumidos delas. A atualização da página também era diária e os jornalistas podiam ser conectados pelo correio eletrônico.

Em março de 2001, coincidindo com o 74ª aniversário do *Estado de Minas*, a empresa, adquire e muda-se para uma nova sede e lança uma diagramação inteiramente modificada para seu jornal no suporte papel. A expectativa era de que as novidades abrangessem também a versão *online*, o que acabou não acontecendo, frustrando inclusive funcionários deste setor na empresa.[11]

Atualmente, mesmo apresentando uma versão *online* mais elaborada em relação aos concorrentes mineiros, o *Estado de Minas* mostra-se ainda bastante distante do que já se tornou corriqueiro nos principais jornais *online* no país. Para tanto, por exemplo, basta comparar sua versão com a *da Folha de S. Paulo*.

A comparação justifica-se na medida em que pesquisas realizadas pelo EM apontam o grupo paulista como sendo o seu principal concorrente dentre os jornais de circulação nacional. Some-se a isso que o provedor Universo On Line (parceria do Grupo Folha e da Editora Abril) é também concorrente direto do provedor (UAI) do *Estado de Minas*. Detalhe: enquanto sabe-se que o UOL é o maior provedor do país e seu *site* o único brasileiro a figurar na lista dos 80 mais acessados em todo o mundo, o *Estado de Minas* não fornece qualquer dado relativo ao UAI.

As diferenças mais marcantes do *site* da *Folha de S. Paulo* em relação ao do *Estado de Minas* começam pela própria logomarca e estruturação da página de cada um. Enquanto na *Folha*, a logomarca foi feita especialmente para o *site*, no *Estado de Minas* ela simplesmente

repete a logomarca de sua versão em papel. Some-se a isso que a *Folha On line* explora a interatividade e a atualização de suas matérias diversas vezes ao dia (em alguns casos as atualizações são feitas com diferenças de minutos), ao passo que no *Estado de Minas* praticamente não há atualização antes de 24 horas. A *Folha Online* tira o máximo partido do recurso "Em cima da hora", para manchetes quase que em tempo real, enquanto este recurso, mesmo existindo no *Estado de Minas online*, não é utilizado. No espaço a ele destinado, o internauta depara-se com um lacônico "*undefined*".

Na tentativa de interagir ao máximo com quem o visita, o *site* da *Folha Online* dá a hora certa, mostra as condições climáticas em várias cidades, além de apresentar uma manchete seguida por chamadas para notícias de destaque. Tanto a matéria principal quanto as demais são acompanhadas de uma espécie de síntese. Com muita freqüência, a síntese vale-se de tópicos, facilitando a leitura e criando também um visual mais leve e agradável. Visual que tem a vantagem extra de diferençar-se significativamente do suporte papel.

Ao contrário do *site* do *Estado de Minas*, cuja principal ilustração é a reprodução da capa de sua edição impressa, na *Folha Online* são explorados os recursos de cores, tamanhos diferenciados dos corpos, fios e do negrito, conseguindo-se com isso um visual agradável e, ao mesmo tempo, uma sensação de profundidade, de tridimensionalidade, tão importante quando se trata do ciberespaço. Já o *site* do *Estado de Minas* passa para o internauta a impressão de que está diante de uma superfície bidimensional. Os amplos vazios deixados no lado direito da página acentuam ainda mais esta sensação, pois se tanto é negativo, para efeito de leitura, uma página muito carregada, igualmente não é recomendável uma página que transmita a sensação de vazio. Afinal, não fica bem para uma publicação cujo papel é divulgar notícias, dar a impressão de que não dispõe de notícias para veicular.

Na página do *Estado de Minas online*, os textos são extensos e continuam sem receber qualquer tratamento que os diferenciem da versão em papel. Geralmente, não ultrapassam o número de três ou quatro por edição, enquanto na *Folha Online* este número nunca é inferior a oito. Os ícones e ilustrações são escassos. Quanto ao acesso às diversas editorias e cadernos, ambos valem-se de dispositivos semelhantes, em que pese o número bem mais elevado de editorias, cadernos, matérias especiais, serviços, possibilidades de pesquisa e acesso a novos *links* oferecidos pela *Folha.* No *Estado de Minas* este número é de 22, contra 63 da *Folha.*

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a maioria dos pesquisadores em jornalismo digital, uma de suas maiores vantagens é conseguir aliar a rapidez do rádio com as imagens da TV e o esclarecimento do jornal impresso. Prova disso é que seções como "últimas notícias" ou "em cima da hora" dos jornais *online* são, geralmente, as mais acessadas.

E se a velocidade foi uma palavra chave para o jornalismo, a era digital exige uma velocidade ainda maior para a imprensa. Situação que se mostra incompatível com o que vem sendo feito em termos de jornalismo *online* em Minas Gerais. Isto porque, apesar das três publicações em questão terem suas versões na rede, na realidade elas não se justificam, pois continuam se pautando pelo ritmo do veículo impresso, com atualizações apenas a cada 24 horas. Em outras palavras, as versões *online* tanto do *Estado de Minas*, quanto do *Hoje em Dia* e de O *Tempo* não levam em conta um preceito básico da era digital.

Como se não bastasse este problema, é nítido que os três *sites* analisados estão longe de explorar as possibilidades que a rede virtual oferece. Possibilidades já largamente utilizadas por publicações no gênero no Brasil e no exterior.

O fato reveste-se de interesse ainda maior quando se sabe que não é por falta de competência técnica ou desconhecimento do meio que tal situação mantêm-se. A seção *online* do *Estado de Minas* conta com profissionais gabaritados para alçarem vôos bem maiores em se tratando de desenho de página na Internet. Profissionais que se mostram profundamente insatisfeitos e sem qualquer esclarecimento sobre os motivos pelos quais a empresa insiste em não investir na área.[12]

Esta falta de investimento acaba tendo conseqüências graves, tanto para o nível técnico da equipe quanto para a defasagem do próprio *site*, diante das permanentes mudanças pelas quais passam os demais concorrentes brasileiros.

Outro aspecto igualmente grave é que esta defasagem pode acabar contribuindo para ampliar o fosso – já existente - entre o número de consultas diárias ao *site* do EM e a dos seus concorrentes fora de Minas. Situação que só não é mais grave, na medida em que os concorrentes mineiros do EM estão em situação mais precária ainda em termos de utilização da hipermídia. Este, aliás, parece ser o fator tranqüilizador por excelência para a direção do *Estado de Minas*. Fator, ao nosso ver, que não se justifica, pois na era digital não só a linguagem dos veículos que

se pretendem *online* precisa adequar-se ao novo meio, como os limites da concorrência passam a ser outros. Dito de outra forma, as fronteiras regionais - que deram o tom no passado -, estão superadas.

É inegável, por outro lado, que as informações locais continuarão tendo sua importância e seu espaço, ao contrário do que os teóricos mais enfáticos da globalização chegaram a acreditar. Mesmo assim, é incongruente para veículos que alimentam planos de expansão, como parece ser o caso dos três jornais mineiros em questão, confinarem-se não aos limites locais, mas aos limites de uma linguagem ultrapassada e inadequada para os objetivos a que se propõem. Isto porque, a exceção do *Estado de Minas*, a versões tidas como *online* tanto do *Hoje em Dia* quanto de *O Tempo* são totalmente dispensáveis diante da versão impressa.

Pode-se argumentar que as versões *online* cumpririam o papel de "divulgar" a versão impressa destas publicações. Argumento, pelo menos até o momento improcedente, pois não há qualquer registro sobre aumento de vendagens em bancas ou de assinaturas após o lançamento destas versões. Ao contrário, a precariedade apresentada por elas parece contribuir para a depreciação destas publicações como um todo.

Por tudo isso, quando se trata de pensar a lógica de um jornal *online*, é necessário que se compreenda que seu funcionamento depende de estruturas muito mais complexas do que a dos veículos tradicionais. Inserido no ciberespaço, qualquer produto informacional ganha uma nova dimensão, a do tempo real, aliado ao encurtamento das distâncias. Daí, ser natural, a julgar pelos produtos atualmente existentes na Internet, um certo estado de permanente reformulação e de mudança. Estado que talvez justifique o grande número de reformulações por que têm passado os principais jornais no ambiente digital nos últimos cinco anos.

Essas reformulações, em número bem menor, também estão presentes nos jornais mineiros analisados nesta pesquisa, mas elas, se numericamente podem ser significativas, em termos de efetivamente apontar para a criação de veículos *online*, ainda têm um longo caminho a percorrer.

A título de exemplo, os jornais *online*, mais do que reproduzir textos escritos, deveriam propor diferentes usos ou leituras da informação. O texto de que a Internet necessita não é o mesmo do jornal, isolado, mas um texto que se ligue à imensa reserva textual, não só aumentando-a fisicamente, mas também viabilizando uma nova ordem na qual informação, serviço, lazer e educação possam ser articulados.

O ciberespaço requer um novo olhar e novas abordagens. O jornal impresso, com sua evolução, desenvolveu uma interface que explora quase ao máximo a estrutura do papel, cumprindo com eficiência, pelo menos do ponto de vista organizacional, sua função de informar.

Apesar de ser um ambiente limitado, o papel já deu mostras de possuir um alto grau de variação possível. Já o ciberespaço, por ser um ambiente móvel, dispõe de possibilidades infinitas. Infelizmente, no entanto, ele ainda não é visto segundo suas implicações cognitivas, mas, ao que parece, apenas como um meio de longo alcance. Algo como se os jornais *online* se dirigissem apenas àqueles interessados em ler o veículo independentemente da distância em que estão. Visão que se mostra equivocada, especialmente porque o hipertexto impõe uma lógica de trabalho da informação baseada em um olhar diferente daquele dos textos tradicionais, pois não se trata de uma informação disseminada em um suporte limitado e que se esgota, como o papel.

Mais do que nunca, portanto, é preciso que fiquem nítidas as diferenças existentes entre os jornais, na versão clássica, e os jornais *online*. Apesar de bastante desenvolvida, a versão clássica ainda não esgotou todas as suas possibilidades, a exemplo dos caminhos seguidos por publicações como a espanhola *El País*.

No que se refere aos jornais *online*, estamos apenas no início de uma nova aventura, que requer não só um estudo maior acerca de suas possibilidades, como implique em alternativas efetivamente democráticas para a ampliação do número de leitores como do de produtores. Afinal, se no jornalismo clássico leitores e produtores pertenciam a categorias distintas, talvez a maior revolução do jornal *online* seja a de que os movimentos de leitura e escrita se confundem.

OBS: Por uma questão de espaço, estão em anexo apenas parte atual do material que o ilustra. A apresentação do trabalho, no entanto, envolve a utilização de data show e o acesso, em tempo real, aos *sites* citados.

NOTAS

1. COELHO, Fábio de Oliveira. Do papel ao ciberespaço. Projeto Experimental apresentado ao Departamento de Comunicação Social da UFMG, dezembro de 1996, pp.5-13. Os dados seguintes também constam deste trabalho.
2. MACHADO, A. O Sonho de Mallarmé, p.166.
3. LÉVY, O que é o virtual, p.73.

4. Idem, p.76.

5. Tori. Hipermídia: navegar é preciso. Texto extraído da Internet. Ver referências bibliográficas.

6. Idem.

7. PELTZER, jornalismo Iconográfico. PP.12 e 13.

8. TORI, *op. cit*.

9. CARRATO, Ângela. Imprensa mineira, um monopólio próximo ao fim, *in* Mouillaud, Maurice; PORTO, Sérgio (orgs). O jornal da forma ao sentido, Brasília: Paralelo 15, pp.469-481.

10. Os dados foram obtidos a partir de uma série de entrevistas realizadas por mim com os integrantes da equipe de jornalismo *online* do *Estado de Minas.* Vários desses integrantes são ex-alunos do Departamento de Comunicação Social da UFMG.

11. Idem.

12. Idem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Sônia. Em Busca do jornalismo da era digital. Revista Conexão. Texto extraído da Internet, no endereço: www.conexao.com.br/arquivo/cyberj1.htm.

ARAGÃO, Carla; RAMOS, Daniela e CARDOSO, Luciana. Jornalista Virtual: um ambiente para reflexão sobre o perfil do repórter no jornal digital. www.geocities.com/collegePark/quad/7598/intr.html

BURNETT, Kathleen. Toward a Theory of Hypertextual Design. Communication, Information & Library Studies. Rutgers University, 1993.

CORREA, Joaquín Márquez. Periodismo digital: En busca de una nueva concepción del periodismo. www.geocities.com/siliconvalley/way/6191/index.html

DIZARD,JR. Wilson. A nova mídia. A comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

DOMINGUES, Diana. A arte no século XXI. A humanização das tecnologias. São Paulo: Editora UNESP, 1997.

DUARTE, Adriano Rodríguez. As novas fronteiras culturais das tecnologias da informação, In Comunicação e Política na América Latina. São Paulo: CBLA, nº 22, 23, 24, 25 – 1993.

FONSECA, Aline. Quem tem medo dos jornais *online*? www.abordo.com.br/não/aline5.htm.

GONÇALVES, Elias machado. Jornalismo na Internet. *In*: Pauta Geral, ano III, nº 4, maio/agosto de 1997. www.facom.ufba.br/prod/pauta4.html.

PELTZER, Gonzalo. Jornalismo Iconográfico. Lisboa: Planeta Editora, 1991.

LÉVY, Pierre. O que é o virtual? São Paulo: Editora 34, 1996.

As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

MANTA, André. Guia do jornalismo na Internet.
www.facom.ufba.br/pesp/cyber/manta/guia/cap03/html.

McADAMS, Melinda. Inventing na online newspaper. 1995.
http://granite,sentex.net/~mmcadams/invent.html.

MORENO, Júlio. Jornalismo *online*. In DINER, Alberto; MALIN, Mauro (orgs). Jornalismo brasileiro no caminho das transformações. Brasília: Banco do Brasil, 1996, pp.110-118.

NIELSEN, Jakob. Top tem mistakes in web design. www.useit.com.

PALÁCIOS, Marcos e GONÇALVES, Elias. Manual do Jornalismo na Internet: conceitos, noções, práticas e um guia comentado das principais publicações jornalísticas brasileiras e internacionais. Salvador: Facom/UFBA, 1996 (Não publicado).

PAlÄCIOS, Marcos. Cotidiano e Sociabilidade no Ciberespaço: apontamentos para discussão. In: FAUSTO NETO, A. e PINTO, M. J. (orgs). O indivíduo e as mídias: ensaios sobre comunicação, política, arte e sociedade no mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996, pp.87-102.

PARENTE, André. Imagem Máquina. A era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

SILVA, Luís Martins. Imprensa, discurso e interatividade. In: MOUILLAUD, Maurice, PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). O jornal da forma ao sentido. Brasília: Editora Paralelo 15, pp.253-271.

STEP, Carl Sessions. The new journalist. http://www//newslink.org/ajrstep.1.html.

TORI, Roberto. Hipermídia: navegar é preciso.http://www.pcs.usp.br/pcs722.htm.