



Título: *A legitimação do webjornalismo pelas tecnologias do virtual - pesquisas do Núcleo Mídia Press(UnespBauru/University of Toronto/CAPES/UOL)¹.*

Autor: Ricardo Nicola²

Instituição: professor assistente doutor e pesquisador da Universidade Estadual Paulista (Unesp - câmpus de Bauru) & visiting scholar/Senior McLuhan Fellow da Universidade de Toronto (UofT), Canadá.

Resumo

O Núcleo de Multimeios Mídia Press vem desenvolvendo um portal de notícias on-line e faz parte de um projeto de extensão da PROEX-Unesp(Bauru) e foi apresentado ao Programa de Bolsa de Pesquisa do Universo Online. Para tanto, este artigo irá traçar alguns dos principais objetivos desse núcleo que conta com a participação de alunos e professores da Universidade Estadual Paulista, câmpus de Bauru. A discussão do núcleo tem como principal referencial a necessidade cada vez mais crescente de se construir um portal de notícias on-line bem como elaborar um manual de estilo e redação para habilitar um jornalismo em rede mais atuante. Acrescida a esses objetivos centrais, o núcleo tem repensado a condição do jornalista digital, as características do jornalismo on-line tanto na sua formatação como em seu conteúdo. Assim, pensa-se em abrir novas possibilidades dos mecanismos de busca e de configuração da linguagem multimidiática do também chamado webjornalismo.

Palavras-chave

Internet; jornalismo on-line; portal de notícias on-line; jornalismo em rede; comunidade virtual.

"(...)1. A informação, outrora rara e alimentada como caviar, é agora abundante e considerada como sendo batatas (...) 12. Na Infovia, a maioria das estradas desvia-se dos jornalistas"

David Shenk em "Data Smog – surviving the information glut".

1. INTRODUÇÃO

A necessidade da criação do núcleo de pesquisa Mídia Press – *hospedado, até o momento, no site <http://midia.press.sites.uol.com.br>* - se deveu à carência de abordagens mais precisas sobre a produção do jornalismo na *web*, pois este campo da comunicação vive em construção, o que dificulta uma melhor definição do perfil e da ação do ciberleitor na rede. A atual elaboração de matérias e da construção da

¹ Trabalho apresentado à Sessão de Temas Livres do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Professor Dr. do Depto.Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Arte e Comunicação(Unesp-Bauru), autor de "Cibersociedade – quem é você no mundo on-line"(Senac-SP,2004), e co-autor de "Opinião pública e as relações (im)possíveis" (FAAC-Unesp,2005). Atualmente é Senior McLuhan Fellow/Visiting Scholar (Pesquisador Visitante) e pós-doutor na Universidade de Toronto. Doutor em Multimeios pela Unicamp. Leciona as disciplinas Jornalismo Comunitário I e II, e Jornalismo Digital I e II. E-mail: ricardo.nicola@utoronto.ca.

linguagem jornalística *on-line* não se mostram condizentes com as peculiaridades do mundo virtual como, por exemplo, a disposição gráfico-espacial do *browser* e o recurso do *hiperlink*. Dessa forma, o núcleo tem proposto a investigar quais tem sido os melhores procedimentos a serem explorados para enriquecer o jornalismo *on-line* e adequá-lo ao ambiente hipermidiático. Pretende-se atualizar o estudo referido à bibliografia sobre o tema abordado.

Com o suporte de uma pesquisa pós-doutoral CAPES, na Universidade de Toronto (UofT), e com o apoio da Pró-Reitoria de Extensão Acadêmica da Unesp (PROEX), este núcleo tem iniciado as pesquisas com o levantamento bibliográfico e sitiográfico do material publicado sobre o jornalismo *digital*. Essa averiguação tem tornado essencial para o mapeamento de como se desenvolve a produção técnico-acadêmica do assunto e para atualizar o repertório das principais teorias sobre a virtualidade, numa tentativa de relacionar as suas influências no modo e estilo de se produzir um jornal digital.

Posteriormente, os livros e *sites* receberão uma análise, que torna possível, em um primeiro momento, a visão panorâmica da construção teórica sobre o tema. Serão reunidos os conceitos sobre o ciberespaço, suas características e como essas estão inseridas no ambiente jornalístico *on-line*.

As pesquisas terão também como substrato um rastreamento de URL's que tenham envolvimento com o jornalismo digital desde *sites* noticiosos, de teóricos da comunicação, *blogs* de jornalistas até críticas aos modos de produção virtual. Depois, serão averiguadas as estratégias de execução de notícias no mundo *on-line* para checar o porquê da transferência dos textos do meio impresso e da limitada formatação na *web*, além de um diagnóstico do modelo gráfico apresentado pelas páginas relacionadas anteriormente, com a finalidade de examinar as qualidades e defeitos da configuração da plataforma gráfico-visual e como se processa a interface com o ciberleitor.

Durante os processos de investigação do núcleo, uma pesquisa de campo tem sido realizadas por meio de entrevistas com jornalistas, editores e responsáveis por *sites* de conteúdo jornalístico para se verificar o ambiente onde se elaboram e se veiculam notícias. Nas entrevistas são, todavia, solicitadas informações sobre a história do veículo e seu aprimoramento gráfico-editorial *on-line*; a correlação entre o conteúdo *on-line* e das mídias tradicionais; e a distinção entre o tratamento dado aos profissionais *on-line* e aos das demais mídias.

Os artigos produzidos ao longo do trabalho serão reunidos e dispostos na forma de um livro. Pretende-se aplicar os conceitos trabalhados no núcleo diretamente nos produtos finais: um *site experimental de notícias* e uma *série de artigos científicos* (em média dez) sobre a problemática da produção jornalística da *web*, que estarão disponibilizados no *site* da University of Toronto, Faculdade dos Estudos da Informação, no McLuhan Program (www.mcluhan.utoronto.ca/academy/mms1) e do Portal Unesp (www.unesp.br).

Os temas dos artigos trarão discussões de conceitos como transculturalidade e hipermediação, a fim de aplicá-los na construção da linguagem jornalística no ciberespaço. Será uma espécie de “manual de estilo”, que contribua para a melhoria gráfico-editorial dos atuais *sites* noticiosos. Ele dará suporte para a elaboração de um *site* de notícias produzido pelos pesquisadores, com o intuito de demonstrar, na prática, o que foi levantado na investigação teórica. A seguir, pontuam-se as mudanças que o jornalismo on-line impôs aos modos de produção e a necessidade cada vez mais de núcleos de pesquisa com este intento.

2. AS MUDANÇAS PARADIGMÁTICAS CONSTRUÍDAS PELO JORNALISMO EM REDE

Ainda hoje, diante do jornal impresso, o leitor realiza uma busca pelas informações que tem mais interesse e este rastreamento ele o faz pelos cadernos segmentados. Não há nenhuma novidade nesta atitude que não se alterou com a chegada da INTERNET e, provavelmente, não se alterará. O leitor selecionará sempre aquilo que lhe interessa e, no sistema da rede digital assumiu uma nova característica, tornando-se um ciberleitor.

À primeira vista, a mudança parece não apresentar diferenças significativas. Quando analisada esta nova caracterização, logo se visualiza uma nova formatação das informações, o que as tornam trafegáveis na Infovia. Este tráfego é, portanto, definido pelos novos comportamentos incorporados aos hábitos do leitor-tradicional (dos jornais impressos e da TV), agora também “usuários” da rede.

Afora o sistema, o que se alterou na mídia essa transferência leitor em ciberleitor?

Para tentar responder a esta pergunta, é necessário, a priori, destacar que o primeiro estava habituado a um modelo de difusão broadcasting/narrowcasting e uma veiculação midiática num modelo de *um para todos*, - ou seja, um modelo

monopolizador da notícia, onde apenas o empresário/editor-chefe publicava as notícias - enquanto o outro dispõe de um modelo de difusão pointcasting/webcasting e uma veiculação de *muitos para muitos*, o que demonstra que qualquer ciberleitor pode ser um editor-chefe.

Assim, observa-se que estamos diante de um leitor que possui muito mais liberdade que o anterior, tanto de recepção como de criação. O que construiu nele essa liberdade foi a própria estrutura do sistema cibernético. O ciberleitor manipula a cibermídia bem como por ela é manipulado, ao contrário das mídias de difusão tradicional que permitem apenas a segunda condição.

Mas a transferência se deu inicialmente de leitor em ciberleitor e, em seguida, vem se processando gradativamente a potencialização do receptor como um ouvinte e/ou telespectador/usuário também, uma vez que a rede é um sistema híbrido.

A razão pela qual a transferência se iniciou pelo leitor, deve-se em grande parte pela natureza do sistema da rede, que disponibilizava, a princípio, apenas textos, pois constituíam-se em arquivos com poucos bytes, permitindo o tráfego com mais rapidez e sem muitos problemas de conexão. Além do mais, não necessitavam de tanto trabalho técnico para o processamento, uma vez que os aplicativos de textos foram os primeiros a serem comercializados com o surgimento da programação gráfica dos softwares.

Em decorrência desse aspecto técnico, a mídia impressa foi a primeira a ser alvo da transposição do sistema analógico para o digital e, mais especificamente, o on-line.

Embora a leitura fosse uma das primeiras interfaces entre os sistemas, ela também necessitou de uma adaptação. Se por um lado os textos nos sistemas analógicos apresentavam uma estrutura linear extensa, o mundo digital impunha uma varredura sintética, pois o usuário exige uma rapidez na apreensão informativa, quase próxima a uma leitura dinâmica. Familiarizados com a necessidade de uma leitura não-linear do sistema cibernético, os programadores desenvolveram rapidamente uma iconicidade dos textos. Turkle destaca que no mundo cibernético *as palavras são ações*³ então, quanto mais reduzida for a expressão - e, portanto, ocupará menor espaço na tela - , mais ações o receptor estará realizando dentro do sistema.

A iconicidade foi - e vem sendo - a primeira saída para atrair o usuário a manter-se diante da tela do computador, pois é nela que o redesenho dessas ações se legitima, *onde o receptor crê num provável controle das mesmas*.

³ Turkle, Sherry. *Vida no ecrã – crise da identidade na era da internet*, 1997, p. 15.

Os leitores tradicionais das versões impressas estariam excluídos desse sistema? As novas gerações de leitores são pontencialmente usuários, graças à disseminação dos PC's, e o público idoso ou até de meia idade, progressivamente vem se adaptando aos hiperdocumentos.

Por outro lado, os editores dos jornais impressos acreditaram que disponibilizar a versão naquele suporte iria automaticamente transferir também seus leitores/analógicos ao sistema on-line, porque não eram apenas leitores, mas assinantes que mantinham suas receitas. Este fato não ocorreu com pleno êxito, tanto que as versões de alguns jornais no mundo digital fracassaram.

Como a mudança de um suporte ao outro traz consigo impactos, a necessidade de repensá-los deve nortear sempre os horizontes dos projetistas editoriais e uma das alternativas para driblar esses impactos, é *a fusão do modelo antigo com o novo*⁴, como McLuhan muito bem explorou em seus estudos da mídia eletrônica.

Além da expectativa de transferência de leitores de um suporte ao outro, a forte concorrência do mercado editorial forçou os editores dos grandes jornais a procurar o mundo digital como forma de acompanhar o modismo de "estar na rede" e disponibilizaram a versão impressa na íntegra. Esta disponibilização não se preocupou nem com a linguagem do sistema on-line, nem tampouco com as características do ciberleitor, sendo considerados fatores responsáveis pela inviabilidade atual do jornalismo digital.

O que se verificou na produção editorial on-line até agora foram constantes esforços de readaptação dos sistemas antigos e não uma fusão, ou seja, o reaproveitamento dos textos do impresso, ligando-os através de recortes mais precisos da linguagem icônica e da estrutura da linguagem hipertextual.

Por compreender uma transposição de um suporte para outro, a identidade visual do veículo impresso passou a ser preocupação do projetista editorial, pois uma grande parte de seus leitores necessitará, para redirecionar a leitura, de uma identidade verbo-visual com o jornal, o que a mídia on-line terá por obrigação atender.

Ocorre que o ciberespaço é construído por uma linguagem hipertextual icônica, sendo que a mídia impressa apresenta, apesar de ser por vezes também icônica, uma formatação seqüencial do seu texto, obedecendo a linearidade na leitura.

⁴ McLuhan, M. *Os meios como extensões do homem*, 1969

Para sanar essa deficiência na produção on-line, uma saída procurada pelos editores tem sido o design arrojado. No entanto, o conteúdo ainda representa um desafio, por não encontrar um atalho seguro, sendo plenamente copiado do suporte gestor.

É notória a preocupação com a estratégia de marketing do trabalho editorial das mídias on-line comercial frente à nova mídia; a mudança paradigmática não se estabelece unicamente na constituição do sistema, de acordo com o que já se explorou sobre o tema, mas também na relação mercado/produção editorial.

Para elaborar um site jornalístico é vital atender a todas as imposições sociotécnicas envolvidas e, nessa relação, onde estariam as respostas do mercado editorial? O simples insucesso das publicações on-line não é resposta definitiva à questão, mas pode ser uma pequena parte dela.

Em se tratando de estratégia, há muitas questões a serem pontuadas para uma redefinição, inclusive, de como "vender" os sites para seus ciberleitores.

Dentro do mesmo sistema, a venda não tem sido tão satisfatória, sendo necessária, inclusive, uma divulgação das vantagens do jornal on-line pelos modelos tradicionais de marketing: a publicidade nas mídias impressa e eletrônica.

Citando a célebre frase de Shirrel Rhoades, especialista há mais de 3 décadas em revistas tradicionais, *"é como se você fosse bem longe, no universo, conquistasse e colonizasse um planeta, mas será terrivelmente difícil para as pessoas em outras partes da galáxia localizar-te e fazer-te uma visita"*.⁵

Ao que Rhoades complementa que ser um editor no mundo digital não é tarefa complicada, como se destacou; logo, *"não o coloca no mercado editorial"*.⁶

Apesar das deficiências apontadas no jornalismo on-line, as previsões pessimistas, apontadas em itens anteriores, quanto ao futuro do jornalismo impresso se solidificam. Inclusive a TV passa por uma fase delicada, o que fez com que os donos de emissoras estudassem formas de difusão mais ao estilo *pointcast*, como é o caso dos canais por assinatura.

Uma forma de reação da mídia eletrônica para com a INTERNET está na espetacularização da notícia, fato preocupante que fomenta posicionamentos críticos à uma produção jornalística descompromissada com a formação de uma opinião pública consciente.

⁵ Squirra, S. *Jornalismo on-line*, 1998, p. 76

⁶ Id.

Além dos aspectos da produção on-line, a estrutura das redações de jornal está se alterando radicalmente com o novo sistema.

Dentro das empresas de comunicação, os administradores planejam uma nova estratégia para reorganizar o espaço físico da atividade jornalística digital a fim de melhor encaminhar as produções publicitária e comercial dos cadernos. O cotidiano das redações alternam-se entre o mundo real e o virtual e a parafernália tecnológica dá sustentação a esse jogo. O que parecia cenário da ficção científica, agora se assume como um paradigma às futuras gerações de jornalistas. O jornalista não necessita mais estar preso ao espaço real da redação; ele realiza sua atividade de qualquer parte do mundo, bastando estar conectado ao ciberespaço. E a imaterialidade da notícia se revela não somente em sua abstração interpretativa, mas também na forma da produção.

Aspectos positivos somam-se também nesta etapa de transformações uma vez que o computador não apenas facilitou o trabalho jornalístico como remodelou e ampliou sua eficácia e, com ele, instaurou-se, por intermédio da rede telemática, a ampliação da qualidade na análise e busca de informações.

2.1 O CONTEÚDO DA NOTÍCIA

Com o avanço dos recursos técnicos de design do jornalismo on-line, que propiciou a criação de páginas cada vez mais criativas, a preocupação dos editores está se voltando à qualidade do conteúdo da notícia. Escrever para a Web se tornou um novo desafio.

Quais os critérios da produção textual? Como a pauta deve ser elaborada a partir de agora? E a edição, como será feita? Essas são algumas das muitas perguntas que o Editor-Chefe dos cadernos segmentados da mídia digital vem se fazendo.

Como nem sempre é possível respondê-las com exatidão, os jornais na Web se comportam como laboratórios, onde nem sempre os resultados agradam ao "pesquisador".

De qualquer forma, já é bem destacada a gama de recursos interativos propiciada pela rede. Bate-papos, fóruns, cookies - *que personalizam a homepage do usuário* - e além de outros macetes técnicos possibilitam uma execução editorial em parceria com o leitor.

Essa possibilidade de parceria vem abrindo um novo leque para a edição que permita ao leitor identificar-se com o conteúdo do qual participou. Diante disso, o conteúdo está também orientado àquela identificação buscada pelo usuário através do apelo visual do seu periódico impresso.

A tendência, certamente, é a de desenvolver sites jornalísticos com características de portal.

Os portais são os chamados sites de conteúdo informativo. Nele está presente a totalidade de recursos hipertextuais e técnicos da rede, onde se concentra a base de referência, inclusive as navegações dos usuários.

Como até o momento os sites jornalísticos se individualizaram na concepção, encontram-se perdidos no espaço cibernético. A busca pelas suas URL's ocorre quase sempre pelos portais de procura.

Os jornais on-line da Grande Imprensa estão se associando aos portais de conteúdo, com links específicos. Estratégia já adotada por alguns jornais no Brasil e, inclusive, no exterior. O resultado não está sendo o desejado; as informações da página do portal já atendem às necessidades do usuário no primeiro momento, desmotivando-o a ir ao link respectivo.

Os editores necessitam investir no conteúdo original de suas páginas, estabelecendo uma relação mais direta com o usuário. O portal informativo seria *um fast-food da área da informação*, como defendem alguns jornalistas, ao passo que os jornais on-line seriam *um restaurante de primeira linha*.

Da mesma forma como se estabelece nas mídias tradicionais, a TV e o rádio não procuram desenvolver um texto mais investigativo com conteúdo melhor elaborado da notícia. Esta tem sido a tarefa de que a mídia impressa se incumbiu desde o surgimento da concorrência entre os meios de comunicação de massa.

Os portais jornalísticos, comparados aos demais, deveriam assumir o papel contêdusco da mídia impressa. Agora, em rede.

É evidente que um texto bem elaborado nem sempre exige quantidade definida de caracter, mas a produção de uma matéria com qualidade denota um número expressivo de laudas.

Considerando-se o espaço disponível dentro dos hiperdocumentos, não há problema quanto à acomodação da produção textual. Espaço é o que não falta no mundo cibernético, mas a questão é *qual seria a área de aproveitamento de leitura desse espaço?*

À primeira vista, a tela do monitor que compreende a extensão do browser, quando maximizado, corresponderia a essa área. Assim, não se tem muito espaço para uma leitura considerada satisfatória. Isso exige do editor definir critérios para a edição.

Convencionou-se apostar na precisão informativa com brevidade. Características que pontuam o texto jornalístico na rede digital, pois a velocidade de leitura, segundo pesquisas é 25% menor em relação à da página impressa. Além do mais, o usuário comporta-se como um ansioso diante da tela e se impacienta a ler textos prolixos. As alternativas indicam uma fragmentação textual da matéria, tendo como critério um total de no máximo 15 linhas. Os títulos deveriam ser escritos numa linguagem dinâmica, forte e que procurasse a todo custo uma aproximação aos critérios internacionais de expressão.

A necessidade de editores e repórteres se impõe com a formação da rede telemática e o treinamento de pessoal qualificado para a área também se prioriza.

As características do texto jornalístico na Web somam-se a elaboração das pautas como outra preocupação emergente dos jornalistas, que desconhecem as definições temáticas de interesse de um universo tão extenso como é dos seus ciberleitores.

Temas não explorados na mídia são a matéria-prima para os jornais on-line e um aprofundamento seria gratificante para o usuário. Também reportagens que não estão mais sendo veiculadas pela Grande Imprensa correspondem a um grande filão; muitos usuários buscam informações sobre os assuntos fora de moda, navegando por hiperdocumentos mais específicos sobre o tema.

Em virtude da concepção informativa da rede, os bancos de dados representam um acréscimo na abordagem da matéria. Portanto, ao selecionar a matéria a ser lida, o usuário poderá ter links que o levem a bancos de dados que forneçam mais informações, mesmo técnicas, sobre o tema. Conteúdo que os jornais impressos e a mídia em geral não apresentam suficientemente.

Um aspecto novo na produção digital tem sido a criação de sites segmentados em assuntos do próprio mundo virtual, ou melhor ainda, cibernético.

Os debates sobre os avanços tecnológicos no mundo on-line sempre encontram audiência certa no jornalismo. Há exemplos que destacam a criação de colunas sobre a cibernídia.

O sucesso foi tanto que permitiu aos jornais New York Times (NYT) e ao El País desenvolverem sites segmentados no assunto, disponibilizados em links específicos.

O NYT desenvolveu o projeto intitulado CyberTimes, que traz as últimas novidades da tecnologia para a rede. Já o El País saiu em seguida com o projeto Ciberp@ís.

Ambos deram início à importação de um comportamento do leitor tradicional, que é o da segmentação temática, permitindo não só a criação de um caderno especializado, mas de uma outra mídia.

Tanto um como o outro têm suas editorias independentes do processo de edição dos sites principais.

O mais interessante no comportamento do usuário está na preocupação que alimenta pela atualização da página. Característica primeira que valida o jornalismo dinâmico na rede.

Um outro aspecto está nas porcentagens de visitas que partem da mídia impressa para a on-line. Segundo a News Paper Association of America - NAA, *cerca de 25% dos visitantes de sites nos Estados Unidos lêem no jornal impresso e sua versão on-line o desdobramento da mesma notícia ou simplesmente para se manter atualizado sobre as demais notícias, numa periodicidade de 3 a 4 vezes ao dia.*

O conteúdo da notícia será a chave do sucesso do jornalismo na rede e ele só pode se consolidar quando houver uma parceria entre os portais de informação e provável criação dos portais jornalísticos.

Contudo, todos esses indícios dependem do comportamento do usuário. Sabe-se que a rede telemática propiciou um aumento qualitativo na produção dos repórteres, que se aliou à diminuição de custo, pois a verificação acontece por intermédio dos bancos de dados, evitando despesas de transporte etc.

Um dado importante que pode fomentar a produção de bons conteúdos para a mídia on-line está na capacidade de o repórter ter à disposição, durante a execução das matérias, um poderoso arsenal de hiperdocumentos multimídias. Isto vem proporcionando uma amplitude qualitativa também da análise dos fatos e redução gradativa na dependência de suas fontes.

Com a INTERNET, os serviços jornalísticos tendem a se diversificarem em sites corporativos, ou seja, o aumento do acesso à informação exige do leitor uma apuração mais detalhada do mesmo acontecimento. Quando ele verifica uma informação num site

jornalístico, com característica de portal, se ele quer mais aprofundamento da mesma, encontrará um link indicando o site jornalístico especializado no respectivo tema. O formato cumpre, assim, um papel de redirecionamento de público-alvo.

A qualidade da informação nos meios digitais está condicionada pela atualização constante. E essa peculiaridade do meio cibernético definiu a notícia em tempo real como *verdadeira notícia*.

O jornalista tradicional sempre esteve habituado ao horário de fechamento da redação para finalizar a edição de sua matéria para posterior publicação. Diante da mídia on-line, este comportamento profissional deixou de existir.

Não existe fechamento para o jornalismo on-line e, se houver, aquela notícia que seria *verdadeira notícia* passaria a ser mais uma informação dos bancos de dados. Diante disso, para o mundo on-line, o fato só se transforma em notícia, a princípio, pelo seu caráter de tempo real.

Pelo descrito, como produzir uma matéria em tempo real abordando o fato com profundidade? Cabe à editoria do caderno treinar uma equipe de jornalistas que, de posse dos aparatos técnicos de ponta, tenha um mínimo dispêndio de tempo para a produção e edição das matérias. Uma produção que se processa 24 horas ao dia, exigindo, inclusive, revesamento continuado.

A verificação das fontes dos mundos real e virtual deve ser papel de uma segunda equipe de redatores e/ou pauteiros. O jornalismo on-line cita as redações tradicionais ao tornar necessária a presença dos profissionais de comunicação.

Embora haja falta de uma cultura de notícia em tempo real, os jornalistas estão se adaptando rapidamente à condição. Nos Estados Unidos alguns profissionais não conseguem readaptar-se ao modelo anterior. Nesse contexto, surge a defesa da parceria entre as duas redações, o que poderia manter o trabalho mais alinhado à praticidade de um (sistema on-line) e o rigor de análise do outro.

USA Today Online, Wall Street Journal Interactive Edition, MSNB.com são jornais on-line que procuram exaltar seu noticiário em tempo real. Um exemplo brasileiro é o jornal digital *Último Segundo* do portal Internet Gratuita.

Do ponto de vista dos recursos técnicos, a multimídia colabora para preencher as lacunas dos vazios interpretativos da mídia jornalística digital, criando uma falsa aparência de conteúdo. A estrutura do texto jornalístico na Web segue ainda os padrões da produção textual ditados pelas escolas de jornalismo desde sempre, que é o da pirâmide invertida. As perguntas clássicas *o quê?, quem?, como?, quando?, onde?, por*

quê? etc devem estar elencadas no corpo da matéria num primeiro parágrafo. No caso da mídia digital, este primeiro parágrafo corresponde ao primeiro documento hipertextual, considerado como principal. É importante frisar que as diversas manchetes no formato nota são as iscas criadas pelo jornal on-line, conforme já relatado, pois elas são categorizadas como matrizes de conteúdo, que conduzirão o usuário para os links subsequentes.

No emaranhado de toda a informação disponível na rede, onde os serviços jornalísticos se apóiam em bancos de dados, é complicado redesenhar a atividade jornalística, que não pode ser considerada como simples consulta aos depósitos noticiosos na rede e trabalho com recortes. A notícia é, mais que um conjunto de dados de um fato, é interpretação, a partir de análise que é sempre pessoal e ideológica.

O diretor da revista eletrônica *Slate* da Microsoft, Michael Kinsley, comentou que a grande falha está na forma como os editores dos jornais tradicionais tratam seus leitores, *pois procuram dar ao leitor o que os editores pensam que eles querem saber*⁷.

Al Neuhart, o criador do *USA Today*, considera os jornais impressos como os grandes propulsores da elaboração de pauta e do aprofundamento das matérias jornalísticas on-line. Atribui à TV a maior influência na produção de conteúdos e, *“como ocorre na Internet, quem decidirá o que é notícia serão os jornais (tradicionais)”*⁸.

O projeto de Neuhart foi pioneiro em propor uma disposição sucinta das matérias para a mídia impressa e o design se aproximava ao que a rede propõe hoje: notícias breves e imediatizadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Numa visão mais realista, o tempo real vem provocando uma discussão um tanto estranha sobre o comportamento do leitor. Se se considerar que a notícia deve chegar a um site de tempo real em segundo, o que acontecerá com a análise? Chegaria também segundos depois, já que o ciberleitor irá exigí-la na mesma velocidade?

Mais que nunca, é imperativo realizar parceria entre a mídia impressa e a on-line. Experientes editores, como Neuhart, ressaltam essa alternativa. *"Se Al Neuhart fosse criar um novo veículo para concorrer com a televisão, como aconteceu em 1982*

⁷ SILVA, B.C. *Empata o debate entre papel e tela*. O Estado de S.Paulo, 15 jun 2000, p. A-18.

⁸ Id.

com o *USA Today*, um dos grandes sucessos da imprensa mundial, ele faria de novo um jornal em papel, mas o ligaria a um site da Internet.”⁹

De qualquer forma, o destino de uma mídia, como a imprensa, se não se adaptar à nova realidade, tem duas opções, segundo o brasileiro Rosenthal Calmon Alves, professor de Jornalismo da Universidade de Austin, no Texas, “a *midiametamorfose* ou a *midiaicídio*, uma alusão ao suicídio”.¹⁰

Só quando forem estudadas as potencialidades do meio, no sentido de se conseguir uma produção de conteúdo confiável, haverá um jornalismo on-line interpretativo, o que pode partir do fenômeno midiático da atualidade de “convergência de mídias”. Tal fenômeno fertilizará consideravelmente a formulação de pautas que justifique o papel do jornalista e do editor. Portanto, o Mídia Press tem seguido essa trajetória, considerando-se essas as bases em que se sustenta.

SÍNTESE BIBLIOGRÁFICA

ANDERSON, Benedict. *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. Londres, Verso, 1983.

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade – a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2003.

CANCLINI, Néstor G. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1999.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz & Terra, v.1, 1999.

GOLVÊIA, Sandra. *O direito na era digital – crimes praticados por meio da informática*. Rio de Janeiro: Mauad, 1997.

ISLAS, Octavio. *La contribución de Marshall McLuhan al estudio de la comunicación. 40 años después de la primera edición de La comprensión de los medios como extensiones Del hombre*. México, Monterrey: II Congreso Cibersociedad, 2004.

KERCKHOVE, Derrick de. *A pele da cultura*. Lisboa: Relógio D’Água Editores, 1997

KERCKHOVE, Derrick de & FEDERMAN, Mark. *Understanding media*. Toronto, University of Toronto Press, 2002.

LÉVY, Pierre. *A conexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência*. São Paulo, Ed. 34, 2001.

MC LUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo, Cultrix, 1973.

MCLUHAN, Marshall. “Cibernação e cultura.” In: DECHERT, Charles R. (coord) *O impacto*

⁹ Id

¹⁰ Ib., 13-28 jun 2000.



social da cibernética. Rio de Janeiro, Bloch, 1977.

MINSKY, Marvin. *A sociedade da mente*. Trad. Wilma Ronald de Carvalho, Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1989.

MORAES, Denis de. *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro, Record, 2003.

MORAES, Denis de.(org.) *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro, Mauad, 2006

NELSON, Katherine (editor). *Web sights: the future of business and design on the Internet*. New York (NY): RC Publ, 2000.

NICOLA, Ricardo. *Cibersociedade – quem é você no mundo on-line?* São Paulo, Senac, Coleção Ponto Futuro, 2004.

PAIVA, Raquel(org). *Ética, cidadania e imprensa*. Rio de Janeiro, Mauad, 2002.

REID, Elisabeth. *Electropolis: communications and community on IRC*. Melbourne: Dep. de História, U. de Melbourne, 1991.

RHEINGOLD, Howard. *Smart mobs*. Lisboa: Ciência Aberta/Gradiva Publicações Lda., 2003.

SOARES, Tânia de Moraes. *Cibermedi@: os meios de comunicação social portugueses on-line*. Lisboa, Portugal, Escala Ed., 2006.

SHENK, David. *Data Smog - surviving the information glut*. HarperCollins Publ, NY, 1997.

TORQUATO, Cid & BRASIL, Marco A. *Cartilha do e-consumidor – preserve o ecossistema digital*. São Paulo, Câmara Brasileira do Comércio Eletrônico/Usina do Livro, 2005.

TURKLE, Sherry. *Vida no ecrã – identidade na era da internet*. Lisboa, Relógio D'Água Ed., 1997.

PRINCIPAIS ARTIGOS

GERMAN, Christiano. “Access denied - marginalização na era da informação”, Direitos Humanos na net, 2001. Disponível em http://www.fes.org.br/access_denied.htm. Acesso em 14 mar.2001

ISLAS, Octavio. “La contribución de Marshall McLuhan al estudio de la comunicación. 40 años después de la primera edición de La comprensión de los medios como extensiones Del hombre”. México, Monterrey, *II Congresso Cibersociedad*, 2004.

LÉVY, Pierre. *A globalização dos significados*. Folha de S.Paulo, São Paulo, 7 dez. 1997.

LOSSO, Fábio Malina. “Internet: regulamentação é a solução?” In: *Âmbito Jurídico*, nov/2001. Disponível em <http://www.ambito-juridico.com.br/aj/int0010i.htm>. Acesso em 2 jun. 2005.

MORAES, Dênis de. “A ética comunicacional na Internet”, *Ciberlegenda*, n.1, 1-12, 1998. Disponível em <http://www.uff.br/mestcii/denis1.htm>. Acesso em abr.2001.

MURAD, Angèle. “O hipertexto eletrônico como base para reconfigurar a atividade jornalística”, *Ciberlegenda*, n. 3, 1-12, 2001. Disponível em <http://www.uff.br/mestcii/angele3.htm>. Acesso em abr.2001.



NICOLA, Ricardo. “As comunidades virtuais: o ciberleitor em cibercidadão” *ScienceNet*, USP/USC, 2004. Disponível em http://www.sciencenet.com.br/backup/site_portugues/sciencepress/science48/scipress_48_ciber.htm. Acesso em 31 de maio de 2005.

NICOLA, Ricardo. “Caminhos a trilhar ou a navegar?” *ScienceNet*, USP/USC, 2005. Disponível em http://www.sciencenet.com.br/sciencepress/63/jornalistico_caminhos.htm. Acesso em 31 de maio de 2005.

SITES REFERENCIAIS

www.svn.com.br/sbba/links.htm
www.pucrs.br/famecos/rf5lugen.html
www.usp.br/usponline/teste/navega.html
www.usp.br/cgi-bin/home.pl
www.bibvirt.futuro.usp.br/busca/busca.loog
www.agn.com.br/agnd3.htm
www.estacao.ignnet.com.br/tabu
www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/links.html
www.labmat.ufsc.br/pgamarl/bibliot.html
www.lcweb.looc.gov/rr
www.columbia.edu
www.nlink.com.br/~serpa/mundacad.htm
www.ciberpais.elpais.es/
www.ig.com.br
[www.ig.com.br/ultimosegundo\](http://www.ig.com.br/ultimosegundo/)
www.msn.slate.com
<http://forrester.com/>
<http://www.excite.com/>
<http://www.topica.com/tipworld/index.html>
<http://fishwrap.mit.edu/whatis.html>
<http://crayon.net/using/sample/>
<http://www.sfgate.com/>
<http://www.onlinenewspapers.com>
<http://www.mitpress.mit.edu/leonardo/san.html>
<http://midia.press.sites.uol.com.br>