

A linguagem do webjornalismo nos portais de comunicação da Paraíba¹

Alidiane Emanuela dos Santos Ataíde²
Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.

RESUMO

Os setores editoriais tradicionais – jornais, revistas e livros – estão adaptando seus estilos operacionais às realidades da internet, e enfrentando a concorrência de um número cada vez maior de provedores eletrônicos de informação. Abre-se, então, um grande desafio: levar a variedade, a inovação às pessoas, porém utilizando-se da credibilidade das notícias que é passada pelas mídias tradicionais. Essa junção cria o webjornalismo ou jornalismo na web. Analisamos a linguagem dos três portais mais acessados da Paraíba: WSCOM, Portal Correio e Paraíba1; e descobrimos que eles devem ser classificados como webjornalismo, haja vista a presença das características dessa categoria midiática.

PALAVRAS-CHAVE: jornal; internet; webjornalismo; hipertexto.

1. O jornalismo na Internet

Devemos abandonar a idéia de que os destinatários dos produtos da mídia são expectadores passivos cujos sentidos foram permanentemente embotados pela contínua recepção das mensagens similares. (THOMPSON, 1998).

A internet oferece múltiplas facilidades interativas, característica medida no webjornalismo. Essas facilidades alteram significativamente os processos de produção jornalística, se comparados com os jornais tradicionais. Referimo-nos a transformações relativas às rotinas de produção de um jornal, ao produto que perde o padrão analógico e ao estabelecimento de novos contratos de leitura, motivadas pelos mecanismos da interatividade, apontadas por Capparelli (2002), em estudo sobre jornalismo online.

No webjornalismo, o feedback dos usuários pode ser medido graças à facilidade

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Graduada em Comunicação Social com Habilidade em Publicidade e Propaganda, pela Associação Paraibana de Ensino Renovado; Especialista em Marketing pelas Faculdades Integradas de Patos e atualmente aluna especial do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal da Paraíba., email: alidianeemanuela@hotmail.com

de contato, através de vários mecanismos, tais como o correio eletrônico, chats, fóruns, grupos de discussão, entrevistas online e a disponibilização de informações suplementares aos fatos noticiados.

Esse novo jornalismo se iniciou como jornal on-line e Gonzalez (2000) identificou quatro modelos que correspondem às suas fases de evolução: o “Fac-simile”, o “modelo adaptado”, o “modelo digital” e, por fim, o atual “modelo multimídia”, relatado anteriormente.

A palavra multimídia gera tanta confusão que é necessário, antes de falarmos desse assunto, definir algumas palavras-chave do universo da informação e da comunicação. Segundo Lévy (1999): “A mídia é o suporte ou veículo da mensagem. O impresso, o rádio, a televisão, o cinema ou a Internet, por exemplo, são mídias”.

As mensagens são percebidas através dos sentidos. O impresso coloca em jogo a visão e o tato. A televisão: a visão e a audição. Já as realidades virtuais misturam vários sentidos como a visão, a audição, o tato e a sinestesia (sentido interno dos movimentos do corpo), relata Lévy (1993).

Assim, o termo multimídia significa, em princípio, aquilo que emprega diversos suportes ou veículos de comunicação. É a reunião no meio web de diversos formatos de apresentação da informação: texto, áudio, vídeo, fotografias, infográfico e animações, organizados em blocos interconectados.

O novo jornalismo que está em formação, com o uso da internet, evidencia traços distintos: a disseminação instantânea de notícias, a superabundância de notícias e de informação, a personalização, a utilização das linguagens multimídia e a possibilidade da interatividade (CORREIA, 2003), podendo ser acrescido do “caráter hipertextual, (...) convergente [e] (...) passível de incorporar memória” (MARCOS PALACIOS, apud CORREIA, 2003).

Bardoel e Deuze (2000), apontam quatro elementos para esse novo formato de jornalismo: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimedialidade. Palacios (1999), com a mesma preocupação, estabelece cinco características: multimedialidade/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. Percebemos, então, juntando a análise dos autores citados, a

presença de seis características: interatividade, personalização, hipertextualidade, multimídia, memória e instantaneidade.

Vamos detalhar cada uma dessas características, as formas como elas podem aparecer, se elas estão presentes em portais de comunicação da Paraíba e como acontecem.

2. Características do webjornalismo

2.1. Interatividade

O ciberespaço é essencialmente interativo. Ao contrário das mídias unidirecionais, como a TV e o Jornal, onde a informação é colocada para o receptor, o webjornalismo permite que o usuário interaja, escolhendo seus próprios caminhos. Essa interatividade ocorre graças a uma ferramenta conhecida como hiperlink ou simplesmente link.

Link – Frequentemente traduzido como “vínculo”, um link é uma conexão entre dois elementos em uma estrutura de dados. Os links permitem a navegação dentro de um documento hipertextual (ou hiperídia). Na internet, um link é qualquer elemento de uma página da Web que possa ser clicado com o mouse, fazendo com que o navegador passe a exibir uma nova tela, documento, figura etc. (LÉVY, 1999).

O princípio do hiperlink é ser a base da mídia interativa, objetivando o processo de associação, sempre tentando ser central ao pensamento humano. O processo mental de reflexão, resolução de um problema, recordação e associação é externalizado, equacionado, seguindo um link, movimentando-se para uma nova página, escolhendo-se uma nova imagem ou uma nova cena. (...) Nós somos compelidos a seguir associações existentes, objetivas e pré-programadas (MANOVICH, 2001).

Bardoel e Deuze (2000) consideram que a notícia on-line possui a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte do processo jornalístico. Isso pode acontecer em diversos níveis de interação, como a troca de e-mails ou informações em chats entre leitores e jornalistas, a publicação da opinião dos leitores e até a possibilidade de acrescentar informações à própria notícia. A navegação pelo hipertexto

também pode ser considerada como uma situação interativa (MACHADO, 1997).

2.2. Personalização

A interatividade relatada anteriormente através dos links gera a personalização, pois ao escolher o link, ao qual se deseja ver com mais detalhe, o gosto do leitor/usuário passa a ser seguido. O usuário acessa apenas o que interessa, fazendo desse um acesso personalizado.

Essa personalização pode ir além; ao preencher cadastros em sites, percebemos que existem perguntas do tipo: “Você gostaria de receber notícias de qual gênero?”. Assim a informação passa a ser personalizada, individualizada ou customizada, podendo ser oferecida ao usuário de várias formas: configurando páginas de acordo com seus interesses para que a cada acesso obtenham-se informações atualizadas referentes aos temas previamente escolhidos; indicando preferências por hierarquia de dados, formatos de apresentação visual, cores, tipos e tamanhos de fontes; recebendo por e-mail notícias sobre assuntos anteriormente indicados como sendo de seu interesse.

2.3. Hipertextualidade

A hipertextualidade também ocorre por causa do hiperlink (definido anteriormente). A possibilidade de acessar rapidamente diferentes blocos de informação através de links traduz a dinâmica do webjornalismo. Um mosaico de informações permite acesso a diferentes ângulos e percepções sobre um mesmo tema. Alguns autores consideram que o hipertexto [3] possibilita o acesso não-linear às informações (LÉVY, 1993; LANDOW, 1997; RICH, 1999). Outros consideram que, ao estabelecer sua leitura, o usuário estabelece também certa linearidade, específica, provisória, provavelmente única, oferecendo múltiplas possibilidades de continuidade (LIESTOL, 1994).

2.4. Multimídia

A internet traz ao webjornalismo a capacidade de concentrar em um mesmo ambiente diversos formatos de apresentação de informações: texto, áudio, vídeo, fotografias, animações e simulações podem fazer parte da narrativa webjornalística de maneira complementar, constituindo uma estrutura plural que explora os diferentes sentidos da percepção humana. Essa reunião de diversos formatos no meio web, organizados em blocos interconectados, é a multimídia. Cada inserção – visual, sonora ou textual - não deve se prestar meramente a acrescentar uma informação à narrativa, mas propiciar, pelo mecanismo de atração, diferentes leituras, novas experiências no ambiente multimídia (GOSCIOLA, 2003).

2.5. Memória

A memória configura-se como elemento distintivo da produção e do consumo da informação jornalística nas redes telemáticas (PALACIOS, 2003). Palacios (2002) postula que a acumulação de dados é mais viável técnica e economicamente na Web que em outras mídias. A memória no webjornalismo é, ao mesmo tempo, múltipla, instantânea e cumulativa (PALACIOS, 2002). Com as buscas preestabelecidas por palavras-chave ou por datas, pode-se ter acesso às matérias exibidas no passado. O usuário tem a sua disposição um imenso arquivo, sem acúmulo de pilhas de papel.

2.6. Instantaneidade

Todas as características definidas anteriormente são de grande importância, porém a instantaneidade é a que faz o webjornalismo se destacar em relação aos outros meios de comunicação.

A Instantaneidade é para comunicólogos e teóricos a característica mais marcante do webjornalismo. A possibilidade de acrescentar informações a qualquer momento torna a cobertura jornalística na Internet mais ágil. O webjornalismo publica agora o que os jornais impressos publicarão amanhã.

A agilidade na atualização de conteúdos possibilitou o surgimento de uma categoria de informação na web, as breaking news, ou últimas notícias, que se tornaram

uma característica lançada pelos portais e adotada pela maioria das versões digitais dos jornais impressos.

3. Como ocorrem essas características

3.1. Interatividade

Muitos portais de comunicação facilitam o processo comunicativo através de diversas ferramentas que estimulam a interatividade entre os leitores e os jornalistas e mesmo entre diferentes leitores. É o caso dos fóruns, enquetes e dos chats onde se pretende que os utilizadores divulguem a opinião que tem sobre diferentes assuntos.

O correio eletrônico também é uma ferramenta utilizada pelos órgãos de comunicação social presentes na rede. Neste caso, distinguem-se dois tipos de utilização: o acesso aos jornalistas e o envio de notícias aos leitores. Aos usuários, é dada a possibilidade de escolherem, entre um conjunto de temas possíveis, aqueles que mais lhe interessam e recebem, confortavelmente, na sua caixa de correio eletrônica os títulos e, por vezes, um pequeno resumo das notícias do dia. Associado a cada notícia está um link que dirige o leitor ao portal onde terá acesso à notícia completa, se estiver interessado. Tem a facilidade de ser mais rápido e cômodo. Ainda sobre o correio eletrônico, e como já foi referido anteriormente, trata-se de uma boa ferramenta de comunicação entre o leitor e o jornalista, relacionamento que é, de resto, o mais mencionado exemplo das vantagens da interatividade. Em muitos sites, a notícia assinada é acompanhada pelo endereço de correio eletrônico do seu autor para que os leitores possam corresponder-se com o jornalista. Noutros casos, a ficha técnica do jornal é composta pelo nome dos seus trabalhadores e, novamente, pelo endereço de correio eletrônico de cada um.

3.2. Personalização

Essa interatividade vai além, levando à personalização. O modo do que é feito com o correio eletrônico, pode ser feito direto nos portais, o leitor pode escolher entre

os assuntos – de acordo com os seus interesses - e, após o registro, sempre que fizerem o login, a página de abertura será personalizada, isto é, apenas com notícias sobre os temas previamente escolhidos, muitas colocam até o nome da pessoa. Essa personalização pode também ocorrer no layout, modificando as características de cores, tipologia e/ou até inserção de ícones temáticos do momento festivo, como: carnaval, São João, entre outros.

3.3. Hipertextualidade

Esta característica, apontada como específica da natureza do jornalismo online, traz a possibilidade de interconectar textos através de links. Bardoel e Deuze (2000) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar para outros textos como originais de releases, outros sites relacionados ao assunto, material de arquivo dos jornais, textos que possam levantar os ‘prós’ e os ‘contras’ do assunto em questão, entre outros.

3.4. Multimídia

No contexto do jornalismo online, multimídia, trata-se – como relatado anteriormente - da convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. Essa multimídia ocorre quando é disponibilizada a matéria, junto com um vídeo dessa e fotos.

3.5. Memória

O volume de informações já publicadas nos portais pode ser diretamente disponível ao usuário, através dos arquivos, que ficam armazenados. O arquivo online é mais econômico e não precisa de um espaço físico para o seu armazenamento. Desta forma, o acesso às matérias antigas ocorre com maior facilidade por um mecanismo de busca rápida.

3.6. Instantaneidade

Essa instantaneidade ocorre com as breaking news, ou últimas notícias, que se tornaram uma característica lançada pelos portais e adotada pela maioria das versões digitais dos jornais impressos. Essa agilidade permite também o que muitos veículos chamam de tempo real. Acompanhar um determinado acontecimento em tempo real é estar diretamente conectado, através da Web, ao jornalista que está presente no lugar do acontecimento, e receber a cada instante o desenvolvimento dos fatos.

Por exemplo, em um jogo de tênis ou de futebol, é comum a disponibilização das informações em tempo real. Tem-se acesso a cada lance do jogo. Ou como acontece em coberturas do carnaval de Salvador, quando se pode acompanhar, em tempo real, a passagem dos blocos, os intervalos entre eles e o que acontece durante cada noite.

4. A análise nos principais portais jornalísticos da Paraíba

Para essa análise foi realizada uma pesquisa³ com dois tipos de coletas de dados: através de questionários e a observação sistêmica. Foi analisada e comparada a página inicial de cada portal e as principais sessões, conjugando a existência ou não das características interligadas: interatividade, personalização, hipertextualidade, multimídia, memória e instantaneidade. Como também o modo que estas foram inseridas nos portais.

Os portais: WSCOM, Paraíba1 e Jornal Correio se encaixam na terceira fase da evolução do jornal on-line: o “modelo digital”. Pois, segundo a definição de Gonzalez (2000), os jornais que tem um layout pensado e criado especificamente para o meio on-line fazem parte do modelo digital. Para esse novo modelo, conhecido também como webjornalismo.

A hipertextualidade, utilização de hipertexto, é a possibilidade de interconectar textos através de links. Bardoel e Deuze (2000) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar para outros textos e sites relacionados ao assunto.

³ Pesquisa realizada para o trabalho de conclusão da especialização da aluna Alidiane Emanuela dos Santos Ataíde, de título: A linguagem do webjornalismo nos portais de comunicação da Paraíba, em fevereiro de 2009.



Nos portais relatados anteriormente, a hipertextualidade foi característica marcante, porém com mais ênfase no portal Paraíba1. A hipertextualidade ocorre da seguinte forma nos portais da Paraíba: existem links para matérias postadas anteriormente que possuem o mesmo contexto que a matéria em destaque e links para outros sites, já no portal Paraíba1, essa hipertextualidade também acontece através de links para vídeos e áudios (matérias expostas por outros meios do Grupo).

A interatividade, por sua vez, ocorre com fóruns, enquetes, chats e também por e-mails. Em muitos sites, existem a possibilidade de cadastro, pelo qual você fica recebendo matérias de seu interesse e/ou resumo do portal.

Essa característica foi vista em todos os portais em estudo; ela ocorre pelas seções Fale Conosco (nos portais: WSCOM e Paraíba1) e pela seção central do usuário (no Portal Correio). Essa interatividade também ocorre através de pesquisas (enquetes), ferramentas de comentários de reportagens, além dos e-mails que podem ser enviados para a redação onde é possível criticar, opinar e sugerir. Já a seção “EU VI”, onde o internauta pode enviar fotos e vídeos sobre flagrantes do cotidiano, só existe no portal Paraíba1.

A possibilidade de inserção de outros meios interligados às matérias nos portais é característica de outra ferramenta em discussão: a multimídia. Relata Lévy que o termo multimídia significa, em princípio, aquilo que emprega diversos suportes ou diversos veículos de comunicação. É a reunião no meio web de diversos formatos de apresentação da informação: texto, áudio, vídeo, fotografias, infográfico e animações, organizados em blocos interconectados.

A multimídia é uma característica presente em todos os portais em estudo; porém, como relatado no tópico anterior, o portal Paraíba1, além da integração entre texto e fotos, procura usar também os vídeos gerados pelas TVs que fazem parte do grupo.

Palacios (1999) aponta para o fato de que o acúmulo das informações é mais viável técnica e economicamente do que em outras mídias, sendo assim, o volume de informação diretamente disponível ao usuário é consideravelmente maior no jornalismo online, seja com relação ao tamanho da notícia ou à disponibilização imediata de informações anteriores. Desta forma, o acesso às matérias antigas ocorre com maior

facilidade. Esse acesso ocorre na forma de busca, ferramenta presente nos três portais em estudo.

A instantaneidade ocorre com as breaking news, ou últimas notícias, que se tornaram uma característica lançada pelos portais e adotada pela maioria das versões digitais dos jornais impressos. Essa agilidade permite também o que muitos veículos chamam de tempo real. Acompanhar um determinado acontecimento em tempo real é estar diretamente conectado, através da Web, ao jornalista que está presente no lugar do acontecimento, e receber a cada instante o desenvolvimento dos fatos. Na Paraíba, os portais dispõem dessa ferramenta, porém relacionando instantaneidade ao tempo (hora), o Portal WSCOM, na maioria das vezes sempre é o primeiro a veicular as matérias.

A última característica a ser comentada para completar as seis características presentes nesse novo formato em estudo é a personalização. Essa ficou um pouco a desejar nos portais em estudo, ela só foi encontrada, e de forma superficial, no layout das seções, que podem ser acessados separadamente de modo que o leitor não perca tempo lendo matérias que não lhe interessam. Porém, conforme outros estudos, essa característica vai bem mais além, o modo de que é feito com o correio eletrônico, pode ser feito direto nos portais, o leitor pode escolher entre os assuntos – de acordo com os seus interesses - e, após o registro, sempre que fizerem o login, a página de abertura será personalizada, isto é, apenas com notícias sobre os temas escolhidos previamente, muitas colocam até o nome da pessoa. Essa personalização pode também alterar os formatos de apresentação visual, com cores, tipos e tamanhos de fontes; ou até personalização da página com o tema do momento, como: carnaval, São João entre outros.

Considerações Finais

Assim conclui-se que os portais: WSCOM, Paraíba1 e PortalCorreio se encaixam na terceira fase da evolução do jornal on-line: o “modelo digital”. Os Portais tem layout pensado e criado especificamente para o meio on-line. As características interatividade, personalização, hipertextualidade, multimídia, memória e instantaneidade se fazem presentes nos três portais. Porém, nenhum dos três portais



possui todas as seis características interligadas. As únicas características que se fazem presentes nos três portais são a interatividade, a instantaneidade e a multimídia. Já a característica personalização ficou um pouco a desejar. O webjornalismo ainda está se descobrindo e ampliando a sua forma em todo o mundo e a Paraíba está conseguindo seguir esse novo modelo de jornal on-line. A cada dia existirão mudanças, porém as informações continuarão chegando de forma rápida e eficiente a todos os internautas.

Referências bibliográficas

CAPPARELLI, Sérgio. **Alguns dispositivos online da imprensa de referencia internacional**. In: PERUZZO, Cicilia M. K. & ALMEIDA, Fernando F.de (orgs.). A mídia impressa, o livro e as novas tecnologias. São Paulo/Campo Grande: Intercom / Uniderp, 2002. p. 17-37.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para Novas Mídias: do game à tv interativa**. São Paulo: Senac, 2003, p.87.

LEVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

___ . **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999. p 260.

LANDOW, George. **Hypertext 2: the convergence of contemporary critical theory and technology**. Baltimore: The Johns Hopkins, 1997.

Liestol, G. (1994). **Aesthetic and rhetorical aspects of linking video in hypermedia**. 1994 ACM European conference on Hypermedia technology, Edinburgh, ACM Press.

MACHADO, Arlindo. **Hipermídia: o labirinto como metáfora**. In: DOMINGUES, Diana. (org.) A Arte no Século XXI: a humanização das tecnologias. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997. MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate**. Paper apresentado no painel Informação e Jornalismo no evento Jornadas sobre jornalismo online, Universidade da Beira Interior, Portugal, Junho, 2002.

RICH, Carole. **Redação Jornalística para a Web: Um estudo para o Instituto**



Poynter de Estudos de Mídia. Tradução José Antônio Meira. Porto Alegre: Agência Experimental de Jornalismo da Unisinos, 1999. Título original: Newswriting for the web: A study for The Poynter Institute of Media Studies.

Textos online

BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. **Network Journalism: converging competences of old and new media professionals.** Disponível em <<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1>> , acesso em 13 de novembro de 2008.

CANAVILHAS, João [2003] Webjornalismo: Novo Media, Nova Linguagem. Disponível em <<http://www.webjornalismo.com/sections.php?op=viewarticle&artid=6>>, acesso em 12 de novembro de 2008.

CABRERA GONZÁLEZ, M.A. [2000] Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. Disponível em <http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-4-01.htm>, acesso em 15 de novembro de 2008.

CORREIA, João. Novo jornalismo, CMC e esfera pública. Disponível em <www.bocc.uff.br/pag/correia-joao-jornalismo-cmc-esfera-publica.pdf> acesso em: 16 de novembro de 2008.

MIELNICZUK, Luciana [2001] Características e implicações do jornalismo na Web. Disponível em <<http://www.webjornalismo.com/sections.php?op=viewarticle&artid=22>>, acesso em 15 de novembro de 2008.

PALACIOS, Marcos. **Internet as system and environment in cyberspace: Preliminary ideas from ongoing research.** In: Triple C 1 (2): 95104, 2003. Disponível em < <http://triplec.uti.at/articles>> , acesso em 16 de novembro de 2008.