



Web jornal, um produto em construção¹

Aldenor da Silva PIMENTEL²
Mercês CUNHA³

Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR

Resumo

A internet transformou as práticas jornalísticas. Hoje, somam-se às tradicionais, outras técnicas de coleta de informação e formas de relação com as fontes e com o tempo. As novas ferramentas tecnológicas passaram a exigir do profissional o domínio de uma diversidade de habilidades até então considerado desnecessário. Porém, a concorrência tem feito os veículos *online*, muitas vezes, priorizarem a velocidade das atualizações, em detrimento da qualidade da informação. Por ser uma ferramenta relativamente nova, o *web* jornal dá mostras de que há ainda nele muito o que ser aperfeiçoado.

Palavras-chave:

Jornalismo; webjornalismo; comunicação; tecnologias da comunicação;

Corpo do trabalho

A adoção de ferramentas tecnológicas mais avançadas proporciona a incorporação de novas rotinas na vida das pessoas. A imprensa, assim como outros segmentos inseridos em um contexto mercadológico, costuma absorver estas ferramentas. “Hoje é possível a qualquer cidadão que tenha acesso ao equipamento adequado ler qualquer dos jornais do País a custo zero” (SEABRA, 2002, p. 45). A internet não só criou um novo tipo de Jornalismo, o *online*, como, nas palavras de Elisabete Barbosa, “veio revolucionar (...) a forma como trabalham os jornalistas”⁴.

O webjornalismo exige do profissional um conjunto de habilidades antes considerado dispensável. Além de boa desenvoltura em rádio e telejornalismo, produção de texto e edição, espera-se do webjornalista noções básicas para lidar com as

¹ Trabalho apresentado no GT – Jornalismo, do Iníciacom, evento componente do VII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFRR, email: aldenor_pimentel@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFRR, email: mercescunha.alves@bol.com.br.

⁴ Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2008.



ferramentas da *web*. Por este motivo, Maria Teresa Sandoval Martín afirma que “o jornalista on-line acaba por ser um jornalista multimédia”⁵.

A relação jornalista-leitor

A internet provocou uma mudança na relação jornalista-leitor. Agora, as fontes primárias podem ser acessadas pelo internauta, sem a intermediação do profissional de comunicação. Neste sentido, o jornalista perde o posto de *gatekeeper*, aquele que controla a passagem das informações. “A sua função de filtro de informação ficou agora condicionada pela entrada em cena de mecanismos de divulgação comunicativa ao acesso de todos”⁶.

Entretanto, podemos considerar ainda o profissional de Jornalismo enquanto *gatekeeper*: quando ele filtra e apresenta ao leitor as informações mais importantes e confiáveis dentro desta infinidade de informações disponíveis na internet, inclusive, com a disponibilização de *links* que levam o internauta até as fontes primárias.

Zamora destaca que “O trabalho do jornalista será muito importante nesta nova era. Será o responsável por hierarquizar, organizar e apresentar a informação que interesse a cada pessoa segundo as suas necessidades”, uma vez que “O ser humano não dispõe de tempo, nem tem a formação suficiente, para interpretar a informação”⁷.

Os serviços oferecidos

De acordo com a dissertação de mestrado *O papel do jornal digital: veículo de comunicação e sistema de informação*⁸, de Marcus Vinicius Mannarino, dos 147 sites de jornais impressos de diferentes países, pesquisados de junho a agosto de 1998:

- 84,3% deles publicam notícias gratuitas, contra 2,7% que exigem alguma forma de assinatura paga do leitor;
- 36% dos jornais pesquisados disponibilizam o acesso aos seus arquivos;
- 16,2% exploram o potencial de interatividade da rede com a oferta ao internauta de grupos de discussão;

⁵ Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.html>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

⁶ Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.html>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

⁷ Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.html>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

⁸ Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/mo050299.htm>>. Acesso em: 29 mar. 2008.



- 12,2% utilizam programas para distribuição personalizada de notícias;
- 10,2% dos *web* jornais exploram a velocidade que o meio proporciona e publicam notícias *online*, conforme as informações vão sendo apuradas ao longo do dia;
- 7,4% aproveitam a abundância de espaço do meio digital e publicam reportagens especiais;

A pesquisa realizada pelo instituto Datafolha⁹, entre 15 e 25 de julho de 2007, com 354 leitores das duas versões (impressa e *online*) da Folha de São Paulo, apontou alguns aspectos que seduzem os leitores para as versões digitais dos jornais.

Os principais itens citados na pesquisa foram: notícias mais atualizadas (42%), rapidez (10%), possibilidade de pesquisar o conteúdo de edições anteriores (5%) e de ler o jornal no trabalho (3%). 48% dos entrevistados disseram ainda que costumam consultar *sites* noticiosos ao longo do dia com o intuito de se manterem atualizados.

Velocidade nas atualizações

A corrida contra o tempo é mais do que nunca uma constante na vida do jornalista. Todavia, esta relação atualmente parece mais cruel. Para os repórteres da internet não há *deadline*. As matérias são publicadas de acordo com os acontecimentos. E, a cada dia, os *sites* procuram sair na frente, com atualizações mais rápidas.

Na época do ataque terrorista de 11 de setembro, os principais *sites* de notícia brasileiros trabalharam com atualizações em intervalos que variavam de 45 segundos a 1,5 minuto¹⁰. É claro que, passado um período, o ritmo caiu, uma vez que os veículos não têm estrutura para tanto. Outro motivo para a queda na produção é que não há tamanho volume de novas informações a cada momento que justifique atualizações cada vez mais próximas umas das outras.

O trabalho *Estudo de Webjornalismo Comparado: as peculiaridades nas formas de transmissão da informação*¹¹, faz uma análise comparativa entre o webjornalismo brasileiro e o espanhol.

⁹ Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=pereira-luis-novos-rumos-do-jornalismo.html>. Acesso em: 29 mar. 2008.

¹⁰ Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-webjornalismo-comparado.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

¹¹ Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-webjornalismo-comparado.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2008. Trabalho apresentado por Aleta Dreves, Aline Jimenez, Debora Cristina Lopez, Gabriel Tabatcheik Comin e Heliberton Cesca à Faculdade de Pato Branco – Fadep.



O trabalho aponta que a diferença de atualização no conteúdo das páginas jornalísticas brasileiras e espanholas é “drástica”. As latino-americanas chegam a atualizar seu conteúdo com uma diferença de tempo até dez vezes menor em relação ao período que separa as atualizações européias.

É necessário destacar que nem sempre velocidade na atualização é sinônimo de novas informações. O que se percebe é que com este ritmo nas atualizações caem a precisão, a contextualização e a qualidade da informação dos *web* jornais. Para manter a periodicidade, os jornais *online* publicam, muitas vezes, a “conta-gotas”, notícias irrelevantes.

Segundo Marcondes Filho (2000, p. 45), a veiculação de notícias a “conta-gotas” constitui uma escolha ideológica. “É uma opção que se coloca em oposição à ‘narrativa didática’, ou seja, aquela que não traz apenas uma notícia, mas aumenta a bagagem de informação (e, ao longo prazo, formação) do leitor.”

Um exemplo: o jornal Folha Web (www.folhabv.com.br), do mesmo grupo do impresso Folha de Boa Vista, publicou no dia 21 de setembro de 2007, às 12:03, a matéria *Site faz ranking com os mais feios do rock*¹². Texto semelhante¹³ foi publicado no *site* BrasilWiki! (www.brasilwiki.com.br) em 11 de setembro de 2007, dez dias antes. Abaixo, transcrevemos o lide da matéria publicada na Folha Web:

Que o rock-and-roll é uma curtição, nenhuma novidade. Que tem gente esquisita, idem. Mas vamos assumir, que tem gente muito feia neste universo alucinante e envolvente, isso tem, sim. Foi o que, sem pena nem dó, listou o site de música “Gigwise” (www.gigwise.com/news) como a face oculta da beldade. Da relação, constam as 20 personalidades mais feias do rock. A matéria foi divulgada pelo site brasilwiki.

Uma análise comparativa revela que são poucas as diferenças entre os textos publicados em ambos os veículos. São elas:

a) na Folha Web, há a assinatura “Da Redação” no início da matéria, o que indica que o jornalista da Folha não coletou *in loco* as informações, enquanto em BrasilWiki!, a matéria é assinada pela *wiki* repórter Lorena Lee, de São Paulo;

b) no fim do primeiro parágrafo, a Folha Web indica que “A matéria foi divulgada pelo site BrasilWiki”;

¹² Disponível em: <<http://www.folhabv.com.br/noticia.php?Id=29467>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

¹³ Disponível em: <http://www.brasilwiki.com.br/noticia.cfm?id_noticia=2258>. Acesso em: 29 mar. 2008.



c) no começo do segundo parágrafo, a Folha, com o termo “segundo o site”, refere-se novamente ao BrasilWiki! como sua fonte;

d) A Folha Web suprimiu a pergunta publicada pelo *site* BrasilWiki! no último parágrafo da matéria: “E você? Qual o roqueiro elege para a galeria dos feiosos?”

Exceto estas quatro diferenças, o texto da notícia da Folha Web pode ser considerado simples transcrição da matéria publicada no *site* BrasilWiki! Vale ressaltar que a publicação original (BrasilWiki!) continha uma foto com legenda, elementos gráficos ainda não muito empregados pela Folha Web.

Destaca-se ainda que o lema do *site* copiado pela Folha Web, o BrasilWiki!, é: “Você é o repórter”. Isto significa que qualquer pessoa pode ter suas matérias publicadas, independente de ser jornalista ou mesmo ter noções de técnicas, ética e responsabilidade social da profissão.

Aliás, o texto produzido pela *wiki* repórter acima citada tem fortes características opinativas e se distingue claramente do modelo que a Folha Web parece adotar para a publicação de notícias.

O jornalismo sentado

A internet permitiu a radicalização da função do jornalista sentado. A expressão refere-se àquele profissional que não sai da redação para apurar as informações, em oposição à figura do jornalista de pé (de rua). O jornalista sentado pode até usar o telefone para checar uma informação junto à fonte, porém, o que acontece geralmente é a transposição para o *web* jornal do material produzido por outros meios. É a prática conhecida como “chupar informações” ou “Ctrl C Ctrl V”.

Para Adghirni, estes *sites* fazem “pirataria”, uma vez que “sugam o trabalho dos profissionais sem pagar direito de autor ou direito de reprodução” (2002, p.153). De acordo com Fabiana Puccinin:

a questão que se coloca é imaginar ser ou não um exagero que o jornalismo, no rigor do conceito, não exista de fato na Web, na medida em que vemos produtores de conteúdo como especialistas em tão somente reunir a produção – já evidentemente apurada e tratada – de diferentes meios de comunicação¹⁴.

¹⁴ Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.html>>. Acesso em: 29 mar. 2008.



Dentro da lógica do custo-benefício, o jornalismo sentado é muito mais rentável para as empresas jornalísticas. Um jornalista do CorreioWeb produz, em média, 20 notas/matérias por dia¹⁵.

De acordo com a pesquisa *Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português*¹⁶, realizada entre agosto de 2000 e agosto de 2001, pelo Grupo de Jornalismo Online da Faculdade de Comunicação da UFBA, atualmente, no Brasil, apesar da evolução dos modelos, muitos jornais ainda estão operando segundo o formato transpositivo. Mielniczuk define como formato transpositivo aquele “modelo eminentemente presente nos primeiros jornais *online* onde a formatação e organização seguiam diretamente o modelo do impresso”¹⁷.

Alguns portais chegam a denominar a si mesmos de “centralizadores de informações”, por trabalharem exatamente para reunir na rede a produção de conteúdo noticioso das mídias do mesmo grupo corporativo. A gerente de conteúdo da empresa América On-Line (Aol), Regiane Bochichi, confessa:

A redação da Aol é uma redação virtual no sentido literal da palavra. Nós não produzimos nenhum tipo de material aqui e recebemos informações por meio dos nossos parceiros. Na verdade, o que temos aqui é apenas um trabalho de edição e organização das informações e/ou notícias¹⁸.

Será o fim do jornal impresso?

Apesar das especulações a respeito, é pouco provável que o desenvolvimento do webjornalismo represente o fim do jornal impresso. Podemos usar como exemplo o efeito que a TV trouxe a este veículo. Depois de 40 anos, não só a televisão não extinguiu os veículos impressos, como estes passaram a oferecer o que ela não disponibiliza. Os jornais:

- introduziram em suas rotinas as transformações tecnológicas trazidas pela TV;
- abandonaram as edições extras;
- incrementaram a diagramação de suas páginas:

¹⁵ Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-jornalista-on-line-novo-status.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

¹⁶ Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/seminario/suzanaetalli.htm>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

¹⁷ Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/doc/2003/mielniczuk2003.doc>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

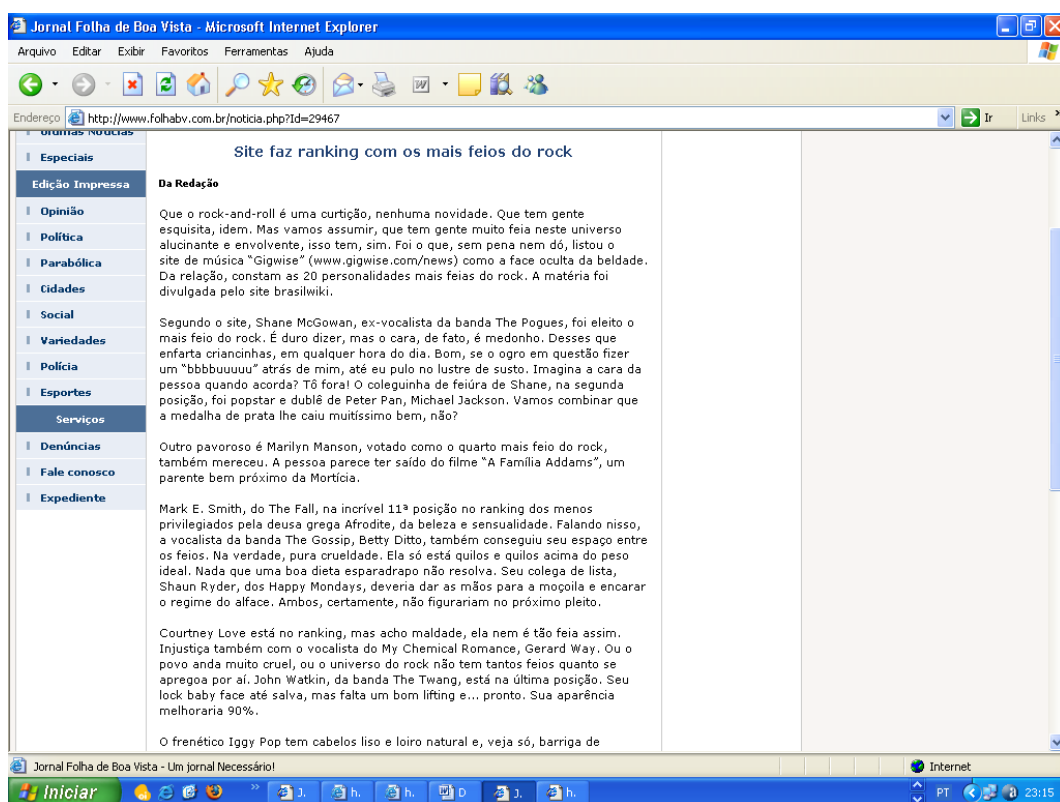
¹⁸ Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.html>>. Acesso em: 29 mar. 2008.



- investiram na qualidade gráfica;
- e evoluíram a linha editorial com informações mais analíticas e aprofundadas.

O que se pode afirmar com relação ao webjornalismo é que ele ainda é um laboratório. As pesquisas sobre o meio *online*, assim como a própria internet ainda são muito recentes. Os modelos de jornalismo digital ainda estão em processo de construção.

Anexos



Anexo 1 – Matéria publicada no dia 21.09.2007 no jornal Folha Web



Anexo 2 – Matéria publicada no dia 21.09.2007 no *site* Brasil Wiki!

Referências bibliográficas

Livros

ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalismo *on-line* e identidade profissional do jornalista. In: MOTTA, Gonzaga (Org.). **Imprensa e poder**. Brasília: Ed. UNB, 2002. Coleção Comunicação, pp. 151-166

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação & Jornalismo** – a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000. Coleção Comunicação.

SEABRA, Roberto. Dois séculos de imprensa no Brasil: do jornalismo literário à era da internet. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e poder**. Brasília: Ed. UNB, 2002. Coleção Comunicação, pp. 31-74

Sites

LEE, LORENA. Site faz ranking com os mais feios do rock. **Brasilwiki!**, São Paulo, 11 set. 2007. Disponível em: <http://www.brasilwiki.com.br/noticia.cfm?id_noticia=2258>. Acesso em: 29 mar. 2008.



MANNARINO, Marcus Vinicius. Jornal diário impresso descobre internet e oferece serviços de sistema de informação. São Paulo: **Observatório da imprensa**. 5 mar. 1999. Disponível em:
<<http://www.observatoriodaimpresa.com.br/artigos/mo050299.htm>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

SITE FAZ RANKING COM OS MAIS FEIOS DO ROCK. FOLHAWEB, Boa Vista, 21 set. 2007. Disponível em: <<http://www.folhabv.com.br/noticia.php?Id=29467>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

Trabalhos acadêmicos

AROSO, Inês Mendes Moreira. **A Internet e o novo papel do jornalista**. Vila Real: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2003. Disponível em:
<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.html>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

BARBOSA, Elisabete. **Interactividade: A grande promessa do Jornalismo online**. Braga: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2001. Disponível em:
<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

DREVES, A.; JIMENEZ, A.; LOPEZ, D. C.; COMIN, G. T.; CESCO, H. **Estudo de Webjornalismo Comparado**: as peculiaridades nas formas de transmissão da informação. Pato Branco: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-webjornalismo-comparado.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2003. Disponível em:
<<http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/doc/2003/mielniczuk2003.doc>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

PALÁCIOS, M.; MIELNICZUK, L.; BARBOSA, S.; RIBAS, B.; NARITA, S. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português**. Salvador: Faculdade de Comunicação – Universidade Federal da Bahia, 2001. Disponível em:
<<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/seminario/suzanaetalli.htm>>. Acesso em: 29 mar. 2008.



PEREIRA, Fábio Henrique. **O jornalista on-line: um novo status profissional?** Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação do conceito de ‘jornalista sentado’. Brasília, 2003. 187f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade de Brasília. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-jornalista-on-line-novo-status.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2008.

PEREIRA, Luis Fernando da Rocha. **O adiantado do minuto:** a internet e os novos rumos do jornalismo. Rio de Janeiro: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2002. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=pereira-luis-novos-rumos-do-jornalismo.html>. Acesso em: 29 mar. 2008.

PUCCININ, Fabiana. **Jornalismo online e prática profissional:** questionamentos sobre a apuração e edição de notícias para web. Santa Cruz do Sul: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2003. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.html>>. Acesso em: 29 mar. 2008.