Cultura textual e jornalismo multimídia: os desafios da construção de uma nova linguagem[1]

Maria Lúcia Becker
Universidade Estadual de Ponta Grossa-PR[2]

RESUMO

A partir do conceito de multimídia, o trabalho traça primeiramente um quadro das dificuldades enfrentadas pelo jornalismo para reconhecer e incorporar a necessidade de desenvolvimento da linguagem multimídia, colocando em discussão os empecilhos concernentes à cultura textual, principalmente no que diz respeito à relação entre jornalismo, escrita e esfera pública. Na seqüência, apresenta alguns cuidados operacionais e indicações para a escolha dos códigos dentro do processo de experimentação que deverá resultar na composição de padrões facilitadores da produção jornalística cotidiana em linguagem multimídia.

Palavras-chave
Linguagem multimídia; webjornalismo; convergência; produção jornalística.

Introdução

Falar em jornalismo multimídia implica, em primeiro lugar, definir alguns dos diferentes campos de abrangência do conceito de multimídia. Como explica Mark Deuze (2004, p. 140), há dois modos de definir multimídia no jornalismo: como o uso de diferentes códigos na apresentação de uma mesma notícia e como o uso de diferentes meios de comunicação. No primeiro, explica o autor, a apresentação das notícias num *site* é feita com o uso de dois ou mais códigos, por exemplo a palavra falada e escrita,

[1]Trabalho apresentado no GT – Jornalismo e editoração, do Inovcom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

[2]Professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), Jornalista e Mestre em Multimeios pelo Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas (IA-Unicamp).

música, imagens paradas e em movimento, animações gráficas, incluindo elementos hipertextuais e interativos. No segundo, o significado de multimídia diz respeito à apresentação integrada, mas não necessariamente simultânea, das notícias através de diferentes meios, como *site*, *e-mail,* SMS, rádio, televisão, revistas e jornais impressos, entre outros citados pelo autor.

No contexto dessa segunda definição é que se colocam as mudanças na produção jornalística iniciadas em meados dos anos 1990, principalmente em países da Europa e nos EUA. Novamente aqui, duas diferentes compreensões se colocam: uma em que a convergência é vista "em termos de uma (crescente) cooperação e colaboração entre as outrora distintas salas de redação e outras partes da moderna companhia de media" (DEUZE, 2004, p. 140, tradução nossa); e outra que localiza especificamente a inovação na fusão de salas de redação dos diferentes veículos dentro de uma mesma empresa jornalística. O primeiro caso diz respeito a projetos integrados de multimídia, em que trabalham conjuntamente diversos profissionais da comunicação (jornalistas, publicitários, relações públicas, *designers* gráficos, produtores de vídeo, locutores, apresentadores, entre outros). Essa é uma prática comum particularmente na indústria do entretenimento, onde, como explica Deuze, a apresentação de *shows* televisivos como o *Big Brother* ou filmes como Guerra nas Estrelas é meticulosamente desenvolvida, com a preparação de *releases* e implementação de estratégias completas de "*cross-promotion*" em grande variedade de plataformas de *media*, canais e mercados (DEUZE, 2004, p. 141).

Quanto à fusão de salas de redação, começou a ser noticiada em agosto de 2005, quando o *The New York Times* estaria planejando integrar as operações impressa e on-line e transformar as duas redações em uma só, processo que já havia sido desencadeado no jornal francês *Libération* e no norte-americano *The Wall Street Journal.* No Brasil, no início de 2006 o Grupo Estado anunciou a integração das redações do portal (www.estadao.com.br), do jornal O Estado de São Paulo e do Jornal da Tarde. A partir de então, os editores do portal passaram a trabalhar dentro de cada uma das editorias do

jornal impresso, ao mesmo tempo em que os editores dos cadernos diários passaram a acompanhar a produção do portal (SILVA, 2006). Em junho de 2006, o norte-americano *The Boston Globe* também decide integrar o *Boston.com* com a redação da edição impressa, dando início ao processo nos veículos da *New York Times Company* (que controla o *The New York Times*, o I*nternational Herald Tribune* e mais 15 outros diários).

A proposta da "superredação" também se torna realidade, em setembro de 2006, no *Daily Telegraph*, a primeira redação multimídia realmente integrada do Reino Unido. Em outubro do mesmo ano foi a vez do *Financial Times*, cujo projeto teria como um dos objetivos migrar para um esquema totalmente on-line todo o sistema de produção de editorias como "Finanças" e "Mundo" (JORNALISTAS NA WEB, 2006). Já a *BBC News* conseguiu implantar a mudança só no final de 2007, quando anunciou a integração das operações on-line com as de rádio e TV, prometendo a produção de mais áudio e vídeos para a web, assim como de mais conteúdo para telefones celulares. No Brasil, em meados de 2007, a Zero Hora fez a fusão da redação do jornal com a do portal eletrônico do grupo RBS, unificando-se os sistemas editoriais e passando a produzir 24 horas, todos os dias da semana (MORAIS, 2007, p. 16).

A redação multimídia, segundo a empresa de consultoria Innovation, parceira da Associação Mundial de Jornais (WAN), baseia-se no conceito de que "uma empresa jornalística deve produzir conteúdo para ser consumido por sua audiência em qualquer hora do dia e em todo o tipo de mídia possível: jornal impresso, jornal on-line, televisão, rádio e telefone celular" (JORNAL ANJ, agosto/2007, p. 22).[3] Apesar de

[3] A reportagem do Jornal ANJ traz um modelo apresentado pela Innovation no 60º Congresso Mundial de Jornais, realizado na cidade do Cabo, África do Sul, em 2007, onde a produção jornalística se dá em espaços abertos, com uma integração total das operações impressa e on-line que funciona como um "sistema de vigilância completo, para saber 'por que' algo aconteceu e o 'o que vai acontecer' em seguida, em lugar de responder apenas aos tradicionais 'quem, onde e quando'". Situados em círculos concêntricos, os profissionais ficam em contato permanente entre si. Os repórteres de rua se comunicam com os chamados "macroeditores", os editores multimídia. Paredes? Só as "digitais", ou seja, grandes painéis, onde o processo de atualização contínua dos sites noticiosos é visualizado por todos. Há ainda os "miniestúdios", que são as unidades de produção para TV e rádio, além da produção visual de infográficos. A chefia, obviamente, fica no centro, "definindo prioridades e estabelecendo a destinação dos conteúdos" (JORNAL ANJ, 2007, p. 22-23).

prevista como "realidade muito próxima", trata-se de uma proposta que, no entanto, precisa de investimentos em tecnologia e em (re)qualificação dos profissionais, tarefa que já vem sendo assumida por algumas empresas[4] e que deve urgentemente passar a integrar as preocupações dos cursos de Jornalismo.

Mas, se a produção para diferentes meios constitui um desafio para profissionais, empresas, pesquisadores e instituições de ensino, uma produção que integre diferentes fórmulas narrativas na apresentação de um conteúdo coloca exigências ainda maiores para todos, como se verá a seguir.

Linguagem multimídia

A primeira definição de jornalismo multimídia feita por Mark Deuze, citada anteriormente, indica a instituição e o desenvolvimento da multimidialidade como linguagem. Não se trata simplesmente do oferecimento, no espaço de uma página de portal ou de periódico jornalístico na web, do texto escrito juntamente com canais de rádio e de televisão. Como já enfatizava Salaverría, no texto "Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental", de 2001 (p. 388, tradução nossa), é preciso compor uma unidade comunicativa:

> A mensagem *multimedia*, já o temos dito, deve ser um produto polifônico em que se conjuguem conteúdos expressados em diversos códigos. Porém, além disso, deve ser unitário. A mensagem *multimedia* não se alcança mediante a mera justaposição de códigos textuais e audiovisuais, mas através de uma integração harmônica desses códigos em uma mensagem unitária. Um produto informativo que só permita o acesso a um texto, a um vídeo e a uma gravação de som separadamente não pode ser considerado propriamente como mensagem *multimedia*; trata-se simplesmente de um conglomerado desintegrado de mensagens informativa independentes.

[4]Na impossibilidade de encontrar no mercado, já prontos, os "jornalistas multimídia", algumas empresas vêm capacitando o seu pessoal nesse sentido. Esse é o caso da RBS, que implantou já em 2003 o "programa do jornalista multimídia da RBS", em duas versões: uma primeira, de atualização, "em que cada jornalista dedicava três horas diárias, em dias diferentes para entender as outras mídias". Essa primeira etapa atingiu 90% dos quase mil jornalistas do grupo. Na segunda versão, aplicada em 2004 e 2005 no formato de curso para grupos reduzidos e com maior carga horária (cinco horas diárias, durante quatro meses), buscou-se aprofundar o conhecimento (Morais, 2007, p. 16).

É nesse sentido que Concha Edo (2007, p. 13, tradução nossa) fala na "linguagem múltipla" que canaliza as diferentes linguagens para uma só "e nos leva a utilizar de forma simultânea tudo o que já conhecemos para produzir algo distinto e plural, que é unificador e multimídia". Para Edo, nessa linguagem os elementos visuais para-lingüísticos e não lingüísticos adquirem a mesma importância dos lingüísticos.

> Esta nova denominação – linguagem múltipla – responde ao fato de que, ao valorar a linguagem do ciberjornalismo, vemos que as séries visuais para-lingüísticas e não lingüísticas já não são exclusivamente um elemento da página que completa ou reforça o texto – até agora dominante – mediante um título, uma foto ou um desenho. Agora estas duas séries se equiparam em importância com a verdadeiramente lingüística de tal maneira que as três se enlaçam em um mesmo nível. Uma linguagem múltipla na qual também ocupam um lugar relevante os elementos icônicos.

Citando Eliseo Verón, a autora explica que a "série visual lingüística" corresponde à fala em transcrição gráfica, "no que se considera linguagem escrita"; a série visual para-lingüística compreende "os itálicos ou grifados, que indicam ênfase, os títulos e seu tamanho, a disposição espacial etc. – que são recursos gráficos para dar importância a um texto da mesma maneira que o tom de voz ou o volume do timbre qualificam as mensagens verbais"; e as séries visuais não lingüísticas, que são as imagens, fotografias, desenhos, cores, entre outros. Dentre as três, destaca, há uma que pode ser considerada dominante e que se constitui em "código diretor sobre as demais: a série visual lingüística, a linguagem escrita" (Edo, 2007, p. 12, tradução nossa).

Esse caráter dirigente da linguagem escrita, de acordo com Lev Manovich (2005, p. 124, tradução nossa), se deve a alguns fatores, entre os quais está o fato de a escrita desempenhar um papel privilegiado na "cultura do computador". Ao mesmo tempo em que é um tipo de suporte, também funciona como meta-linguagem, "um código em que se representam todos os outros meios: as coordenadas dos objetos em três dimensões, os valores de pixel das imagens digitais ou o formato de uma página em HTML", sendo também o principal meio de comunicação entre o usuário – que tecla uma linha de

comando, por exemplo – e o computador, que responde com códigos de erro ou mensagens de texto.

Além disso, Manovich ressalta que as interfaces culturais[5] "herdaram os princípios da organização textual desenvolvidos pela civilização humana ao longo de sua existência". Um desses princípios é a página: "as interfaces culturais se baseiam em nossa familiaridade com a 'interface da página', ao mesmo tempo em que tentam também ampliar sua definição para que inclua os novos conceitos possibilitados pelo computador" (MANOVICH, 2005, p. 125, tradução nossa). Lembrando a história da interface da página na cultura do computador, o autor conta que foi em 1984 que a Apple lançou uma interface gráfica de usuário com a informação sendo colocada em janelas sobrepostas, "no que era basicamente um conjunto de páginas de um livro"; e, em 1987, lançou o Hypercard, um programa que ampliava o conceito com a inclusão de elementos multimídia nas páginas e de linkagem entre elas (MANOVICH, 2005, p. 125, tradução nossa).

Para Martine Joly (1996, p. 115-122), a importância dada ao texto pode ser justificada com o argumento de que é preciso considerar as relações imagem/linguagem não em termos de exclusão, mas de interação, dando atenção especial à complementaridade. Tendo como referência a discussão feita por Barthes no texto "Rhétorique de l´image", Joly diz que, no caso de uma interação simples, a ancoragem descreve a forma onde o texto vem "indicar o nível correto de leitura da imagem". Com a complementaridade, no entanto, constitui-se um modo de interação mais amplo, pois a função de revezamento "consiste em dizer o que a imagem dificilmente pode mostrar"; por exemplo, na imagem fixa, a temporalidade e a causalidade:

> É impossível contar uma história em uma só imagem, enquanto à imagem em seqüência (fixa ou animada) se proporcionou os meios de construir narrativas com suas relações temporais e causais. [...] Vimos que uma das preocupações do movimento cubista na pintura foi precisamente introduzir uma nova relação espaço-tempo no quadro, rompendo o jugo da representação em perspectiva e buscando equivalentes visuais à expressão da temporalidade. Porém, na maior

[5] "Interface cultural" é a interface entre o homem, o computador e a cultura – "são as maneiras como os computadores apresentam os dados culturais e permitem nos relacionarmos com eles" (MANOVICH, 2005, p. 120, tradução nossa).

> parte do tempo, é a língua que vai substituir essa incapacidade da imagem fixa de exprimir as relações temporais ou causais. As palavras vão completar a imagem (JOLY, 1996, p. 119-120).

Por outro lado, Manovich aponta como fator de transformação das interfaces culturais em "esperanto visual" o fato de estas se basearem em duas formas culturais familiares: não só a palavra impressa, mas igualmente o cinema. Para ele, o computador está cumprindo a promessa de "esperanto visual" feita pelo cinema: "de fato, hoje em dia milhões de usuários de computador se comunicam entre si através da mesma interface". Diferentemente do cinema, explica, "onde a maior parte dos usuários é capaz de entender a linguagem cinematográfica, mas não de falar (quer dizer, fazer filmes), todos os usuários de computador sabem falar a linguagem da interface" (MANOVICH, 2005, p. 130, tradução nossa).

A influência mais importante do cinema sobre as interfaces culturais, segundo Manovich, é a câmara móvel, uma vez que a cultura do computador "vai espacializando pouco a pouco todas as representações e experiências", ficando o acesso aos dados na dependência da gramática da câmara. "O *zoom*, o basculamento, a panorâmica e o *travelling*: essas são as operações que usamos agora para nos relacionarmos com os espaços, modelos, objetos e corpos que encarnam os dados" (MANOVICH, 2005, p. 131, tradução nossa). O enquadramento retangular da realidade representada é, segundo o autor, outra característica da percepção cinematográfica presente nas interfaces culturais.

Contudo, mesmo que, de uma forma geral, a tradição da palavra impressa venha cedendo espaço ao resgate dessa outra herança fundadora das interfaces culturais, o cinema, a lentidão com que o jornalismo digital avança no sentido do reconhecimento e incorporação dos diferentes códigos no seu saber-fazer cotidiano coloca a necessidade de lembrar que a questão diz respeito à sua constituição social histórica.

Cultura textual

A chamada "herança do impresso" tem sido um dos maiores empecilhos ao desenvolvimento da linguagem multimídia por parte do jornalismo na web. O "subaproveitamento" das potencialidades da internet tem sido apontado por diversas pesquisas, entre as quais a de Fernando Zamith, onde a análise dos ciberjornais portugueses de informação geral de âmbito nacional conclui que o aproveitamento médio das possibilidades oferecidas pela internet – incluindo-se aí a multimidialidade e a hipermidialidade – fica em torno de 20% a 23% (ZAMITH, 2007, p. 52-53). Nesse sentido, a avaliação de Julián Gallo por ocasião do aniversário de dez anos de presença dos jornais diários na rede, sintetiza com clareza a situação:

> O texto é a coluna vertebral, o corpo e a substância do relato, desprendendo-se ao seu redor uma série de apêndices de outros conteúdos – considerados de relativa ou muito baixa importância – integrada por fotos, áudios, vídeos e *links*. Salvo no caso dos *links*, o autor tem pouca ou nenhuma influência sobre os conteúdos multimídia que acompanharão seu texto. Na essência, uma história publicada hoje na internet segue sendo produzida da mesma maneira que se fez historicamente nos meios gráficos (GALLO, 2005, tradução nossa).

Desde as "Efemérides" gregas e as "Actas diurnas" romanas, a tradição noticiosa guarda uma ligação umbilical com a palavra escrita. As "Efemérides" noticiavam os jogos olímpicos, guerras e conquistas. Nos *Acta diurna populi romani*, Júlio César (69 a. c.) expunha as discussões e conflitos internos do Senado, assim como outros fatos considerados de interesse do povo. Os relatos eram inicialmente escritos em tábuas e expostos no Fórum, mas logo passaram a circular "dentro e fora da metrópole por meio de cópias particulares" e, não muito tempo depois, distribuíam-se cópias em papiro. Na contraposição ao caráter oficial e tendencioso dos Acta vinham as cartas, que eram lidas, comentadas, transcritas e, algumas delas, afixadas em praças públicas (RIZZINI, 1945, p. 17).

Durante a Idade Média, eram os manuscritos chamados de "folhas volantes" que faziam circular as notícias. Com o surgimento da tipografia, aparecem as "relações de notícias". A partir de 1470, saem os "livros de notícias", com a publicação de relatos sobre as guerras, os acontecimentos da Corte e da igreja. O nome "folhas volantes"

também é usado para impressos: em 1535 os espanhóis enviam uma máquina impressora ao México, e é montada a primeira tipografia das Américas, que passa a imprimir as *hojas volantes* (folhas volantes). Em 1609, saem as primeiras gazetas, "como *Avisa, Relation oder Zeitung*, com acontecimentos reportados por *correspondentes* de vários pontos do mundo". E, em 1622, é publicado aquele que é considerado o primeiro jornal: "*A Current of General Newes* é um semanário dedicado a notícias da Itália, Alemanha, Hungria, França e Países Baixos" (MENDONÇA, 2004, p. 12-14).

Por meio dessa rápida retrospectiva, percebe-se a configuração de uma relação fundamental, porque fundadora, dado o seu caráter intrínseco e até mesmo deontológico: a relação entre jornalismo, escrita e esfera pública. Se a informação noticiosa sempre foi um fator determinante para o exercício da cidadania, isso fica mais evidente, no entanto, com a constituição da chamada esfera pública burguesa – surgida com a função política de fazer a mediação entre Estado e sociedade. A notícia escrita (depois impressa) está na origem da própria constituição do conceito de público, pois "só ao se servirem desse instrumento a fim de tornar conhecidos os decretos e as portarias é que o alvo do poder público tornou-se autenticamente um 'público'" (HABERMAS, 1984, p. 35). É nesse sentido que Kant fala na função da "publicidade" (tornar públicas as informações) para livrar os indivíduos e a própria humanidade da "minoridade", tornando-os esclarecidos, como relata Habermas (1984, p. 128):

> Considerando-se o indivíduo, isto indicia uma máxima subjetiva, ou seja, pensar por conta própria. Considerando-se a humanidade como um todo, isso indicia uma tendência objetiva, ou seja, o progresso para uma ordem completamente justa. Em ambos os casos, o iluminismo deve ser intermediado pela publicidade.

Considerada o principal pilar de sustentação da esfera pública – "sua instituição por excelência" (HABERMAS, 1984, p. 213) –, a imprensa, ou seja, a modalidade escrita/impressa ganha o status de jornalismo por excelência. E isso se deve também ao fato de a palavra impressa estar diretamente ligada à arte da retórica, que, em sua

origem na Grécia Antiga, desenvolve-se como a faculdade de apresentar informações, idéias, argumentos e contra-argumentos, principalmente como a qualificação necessária para a participação em qualquer atividade pública na *pólis*.

Diante da chegada da tecnologia digital, o jornalismo do texto (escrito/impresso) se vê atraído, então, por duas possibilidades que se reforçam mutuamente: a) transportar-se integralmente para o novo suporte (potencializando as suas qualidades por meio das vantagens trazidas pela rede, como o espaço ilimitado, a memória, a atualização contínua, a circulação em âmbito mundial, entre outras); e b) negar o que de alguma forma pareça contrariar ou enfraquecer uma condição consolidada dia após dia por séculos a fio. No primeiro caso, diferentemente do que ocorreu quando do surgimento do rádio e da televisão, a internet não só permite o texto como se coloca solícita e sedutoramente com a intenção de abrigar toda a tradição escrita. Com isso – e aí entra a segunda situação –, torna-se possível uma ocupação seletiva da rede, ou seja, usar tudo o que reforça e amplia o velho e bom jornalismo impresso, negando tudo o que venha na contramão dessa perspectiva.

Nesse contexto, nada há que fazer a não ser pregar a cura por meio do veneno; isto é, reivindicar que o jornalismo impresso enfrente o desafio de empenhar-se em duas operações interligadas: o desenvolvimento de uma retórica hipermídia que tem como base o desenvolvimento de uma linguagem multimídia. Sobre essa nova retórica, Manovich indica a necessidade de se utilizar os *links* não para distrair o leitor, mas para convence-lo da validade da argumentação. Para tanto, não se pode oferecer os dados todos de uma só vez, tendo a nova retórica digital "menos a ver com organizar a informação em uma ordem determinada e mais com selecionar o que se inclui e o que não no corpus total que se apresenta" (MANOVICH, 2005, p. 128-129, tradução nossa).

Outras formas de expressão

Trabalhar com a linguagem multimídia requer "um elevado conhecimento do código escrito e do código audiovisual" (SALAVERRÍA, 2004, tradução nossa). Antes,

porém, exige do jornalista a flexibilidade para reconhecer que cada código é constituído de potencialidades, mas igualmente de limites, e cada conteúdo pode adquirir o formato que lhe permita uma melhor condição de expressividade.

Assim, para se chegar à linguagem multimídia, o primeiro cuidado operacional a ser tomado é a definição do código ou formato a ser utilizado: "o conteúdo não deve passar pela elaboração de uma mensagem textual tradicional para logo ser adaptado ao novo formato, e sim, desde o primeiro momento, desde a concepção do relato, este deve se colocar na linguagem própria do suporte já selecionado" (TORRES E AMÉRIGO, 2003, p. 73, tradução nossa). Outro cuidado fundamental diz respeito à forma de escolha desse código: em vez da escolha gratuita ou aleatória, a definição se impõe por meio das qualidades e virtualidades próprias de cada um. "A imagem pode produzir um impacto emocional que não necessariamente o texto escrito consegue, ou o infográfico interativo permite uma implicação em termos de conhecimento da atualidade que não é possível com uma simples narração textual" (TORRES E AMÉRIGO, 2003, p. 74, tradução nossa).

A definição do formato mais adequado a cada conteúdo torna possível evitar as "narrações duplicadas" e, conseqüentemente, "a saturação do usuário e da web, assim como a multiplicação de trabalho", como enfatiza Torres e Amérigo (2003, p. 73, tradução nossa). A narração duplicada, segundo as autoras, ocorre quando, por exemplo, o texto e a imagem ou o infográfico "repetem os mesmos conteúdos, sem acrescentar elementos informativos novos, de forma que o leitor encontra uma reiteração, não um complemento informativo".

Aqui, cabe ressaltar que nem sempre a "narração duplicada" é algo negativo: "com os diferentes suportes, o autor pode oferecer ao usuário uma diversidade de propostas para acessar o conteúdo, tendo presente que cada uma delas, por seus formatos diferentes, pode criar uma perspectiva distinta acerca da informação de que se trate" (TORRES E AMÉRIGO, 2003, p. 74, tradução nossa). Nesse caso, como relata Canavilhas (2007, p. 208, tradução nossa) com a citação de pesquisas de diversos autores realizadas entre 1993 e 2003, a redundância (justaposição) de conteúdos, seja de

texto com áudio, de texto com vídeo, ou de texto com gráficos, "melhora os índices de compreensão e memória", podendo-se encontrar "uma relação entre a compreensão da notícia e a utilização de conteúdos multimídia".

Linguagem multimídia, no entanto, é mais que isso: significa construir uma unidade comunicativa, e essa é, segundo Salaverría (2005, p. 389, tradução nossa), uma prática que tem como precursores os próprios meios tradicionais: os periódicos contam com uma tradição de quase dois séculos na inclusão de textos e imagens (ilustrações e fotografias) em suas páginas, assim como o cinema e a televisão, que "têm estudado durante anos as formas de obter maior rendimento comunicativo na conjugação de imagem e som". Para o autor, esses meios vêm desenvolvendo durante anos produtos comunicativos mediante a coordenação de informações por meio de diferentes códigos.

> Por unidade comunicativa entendemos aqui a qualidade de alguns produtos informativos de conformar um significado único mediante a harmonização de diversos elementos informativos comunicados através de diferentes códigos. Para alcançar essa harmonização é preciso observar, entre outras, certas qualidades como a não redundância excessiva entre as mensagens expressadas através de cada código, a complementaridade dessas mensagens para a consecução de um objetivo informativo comum ou a cessão do protagonismo àquele código que, em cada caso, seja o mais pertinente (SALAVERRÍA, 2005, p. 389, tradução nossa).

No tópico "Webjornalismo: propostas para o desenvolvimento de uma nova linguagem", que faz parte do capítulo de conclusão de sua tese de doutorado, Canavilhas (2007, p. 216) defende que as imagens fixas (fotografias, ilustrações, mapas) são, junto com o texto, elementos fundamentais no webjornalismo: assim como o "quem" da notícia exige uma foto, o "onde" pede "um mapa ou uma ilustração que ajude o usuário a localizar o fato em um contexto geográfico".

Quanto às imagens em movimento, o autor diz que os clips de vídeo devem ser utilizados: "sempre que sejam determinantes para contextualizar o tema da notícia"; quando há "situações de difícil descrição ou cuja explicação exija textos demasiado extensos"; ou quando "o estado emocional ou físico do entrevistado seja elemento fundamental na notícia". Na proposta de Canavilhas (2007, p. 216, tradução nossa),

> O vídeo aparecerá conectado, sobretudo, com o "como" e se enlaçará com a palavra mais significativa contida no parágrafo que menciona a situação representada no vídeo. Quando a imagem do entrevistado for determinante para a notícia, o vídeo poderá aparecer conectado com o "quem" e, nestas ocasiões, se enlaçará com as declarações do entrevistado, ou, no caso de uma citação muito extensa, com uma palavra significativa desse texto.

A presença do som, por sua vez, tem a ver com o "como" e o "porque" saído da boca dos entrevistados, sendo recomendada sua linkagem com citações, verbos em voz ativa ou palavras com significado relevante.

> Sua utilização se propõe sobretudo para gêneros em que se produzem trabalhos de longa duração que implicam arquivos muito pesados, como a entrevista. Nesses casos, ou quando as declarações dos personagens são muito longas, para que o texto não fique muito extenso, obrigando o usuário a utilizar a barra de rolagem lateral, pode-se integrar o som como um link documental que oferece ao usuário o original da entrevista (CANAVILHAS, 2007, p. 217, tradução nossa).

Já a infografia deve ser utilizada no caso de notícias com muitos dados, descrições do funcionamento de sistemas ou mecanismos, apresentação da evolução de situações ou aparelhos, ou relato de mudanças introduzidas ou planejadas em determinado aparelho ou lugar. A proposta aqui, de acordo com Canavilhas (2007, p. 217), é de que a linkagem seja feita com os valores, dados ou porcentagens referidas na notícia, ou com o sujeito ou verbo referente ao tema da notícia.

Para finalizar, discordando de Salaverría (2004, tradução nossa) – para quem o desenvolvimento da linguagem multimídia tem menos a ver com o domínio tecnológico de programas ou aparelhos digitais do que com a "capacidade de articular formas de expressão jornalística que, até o momento, os jornalistas têm mantido isoladas umas das outras" –, é preciso destacar, junto com Machado (2006), que a arquitetura da informação, no caso da narrativa em base de dados, pode limitar ou potencializar a construção da liguagem multimídia. De acordo com Machado (2006, p. 63), a elaboração "de produtos com diversos itinerários narrativos, abertos à participação do usuário e que combinem textos, imagens e áudio pressupõe a existência de uma infra-

estrutura tecnológica que ofereça automaticamente este repertório de alternativas aos jornalistas".

Referências bibliográficas

CANAVILHAS, João. **Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la www**. Covilhã, 2007. Disponível em: http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/pdfs/canavilhas-webnoticia-final.pdf Acesso em: 21 mar. 2008.

DEUZE, Mark. "What is multimedia journalism?". **Journalism Studies**, Volume 5, number 2, 2004, p. 139-152. Disponível em: http://convergence.journalism.indiana.edu/media/_documents/convergence/DeuzeMultimediaJS.pdf Acesso em: 10 out. 2005.

EDO, Concha. "El lenguage y los gêneros periodísticos en la narrativa digital". In: Barbosa, Suzana (Org.) **Jornalismo digital de terceira geração**. Covilhã, 2007, p. 7-22. Disponível em: http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/pdfs/barbosa_suzana__jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf Acesso em: 15 set. 2007.

GALLO, Julián. "Un nuevo periodismo". **La Nación**. 26 de deciembre de 2005. Disponível em: http://www.lanacion.com.ar/Archivo/nota.asp?nota_id=766976 Acesso em: 25 jul. 2006.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem.** Campinas-SP: Papirus, 1996.

JORNAL ANJ. "Redação multimídia: produção 24 horas por dia". **Jornal ANJ.** Número 208, agosto/2007, p. 22-23.

JORNALISTAS NA WEB. "FT integrará operações impressa e online". **Jornalistas na Web**, 26/09/2006. Disponível em: http://www.jornalistasdaweb.com.br/index.phppag=displayConteudo &idConteudo=985 Acesso em: 27 set. 2006.

_____. "BBC News revela redação multimídia". Jornalistas na Web, 13/11/2007. Disponível em: http://www.jornalistasdaweb.com.br/index.phppag=displayConteudo&idConteudo=2551 Acesso em: 15 jan. 2008.

MACHADO, Elias. **O jornalismo digital em base de dados**. Florianópolis: Calandra, 2006.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación**: la imagen en la era digital. Barcelona: Paidós Comunicación, 2005.

MENDONÇA, Taís. "Cronologia da notícia (de 740 a. c. a 2020). In: **Anais do II Encontro Nacional da Rede Alfredo Carvalho**. Florianópolis, 2004.

MORAIS, Márcio de. "Repórter multimídia". **Jornal ANJ**. Número 209, outubro/2007, p. 16.

RIZZINI, Carlos. **O livro, o jornal e a tipografia no Brasil: 1500-1822**. Rio de Janeiro: Kosmos Editora, 1945.

SALAVERRÍA, Ramón. "Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental". In: **Estudios sobre el Mensage Periodístico**, 2001, nº 7, p. 383-395. Disponível em: http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11341629/articulos/ESMP0101110383A.PDF Acesso em: 17 out. 2005.

_____. "Diseñando el lenguage para el ciberperiodismo". **Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación**. N º 86, 2004. Disponível em: http://www.comunica.org/chasqui/86/salaverria86.htm Acesso em: 10 jan. 2007.

SILVA, Maurício Moraes e. " Portal Estado integra redações". **Link**, 30/01/2006. Disponível em: http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6318 Acesso em: 03 fev. 2006.

TORRES, Elvira García de e AMÉRIGO, María José. "Características de la comunicación digital". In: DÍAZ NOCI, Javier e SALAVERRÍA, Ramón (Coords.). **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Editorial Ariel, 2003.

ZAMITH, Fernando. "O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses". In: **Prisma – Revista de Ciências da Informação e da Comunicação**. Nº 4, junho, 2007. Disponível em: http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n4_junho_de_2007/o_subaproveitamento_das_potenc.html Acesso em: 08 ago. 2007.