

# Buscando uma linguagem para a cibernotícia: (re)conhecendo o leitor/usuário como fator decisivo para definições

**Maria José Baldessar**

Escola de Comunicações e Artes Universidade de São Paulo

Universidade Federal de Santa Catarina

[mbaldessar@hotmail.com](mailto:mbaldessar@hotmail.com)

## Resumo

Este artigo propõe traçar um perfil do leitor e das formas de produção de notícias do portal de jornalismo *Cotidiano*, desenvolvido na Universidade Federal de Santa Catarina pelo Núcleo de Estudos e Pesquisa Hipermedia aplicados ao Jornalismo. Pretendemos historiar a criação do Portal e a partir daí analisar os processos produtivos da notícia (seja ela em áudio, vídeo, texto ou hipermedia) e das mudanças neles a partir da hibridação e combinação de suportes num mesmo ambiente, tendo como referência o leitor.

Palavras-chave: Ciberjornalismo, notícia, linguagem jornalística, Internet

## Abstract

*This article aims at establishing a profile of the reader and the forms of news production of the daily news journalism portal, developed at the Federal University Of Santa Catarina by the Center of studies and Hipermedia research applied to journalism. Our project is to follow the record of the portal writing its history from the very beginning, analyzing its processes of news production (audio, video, text and hipermedia) and their changes out of their interbreeding and support combination in the same environment, having the reader as reference.*

*Keywords: Cyberjournalism, news, journalistic language, Internet*

Desde a invenção do rádio e depois da televisão, especula-se se um ou outro desapareceria, dando lugar ao mais novo, ao mais moderno. A história tem mostrado que eles não desapareceram, mas contribuíram na trajetória de disseminação mútua e do desenvolvimento de sua linguagem. Este processo se renova na atualidade com a ascensão da Internet e do jornalismo na rede. Marshal McLuhan (Canavilhas, 2001) "afirmava que os conteúdos de um *media* são sempre daqueles que foram substituídos", se referindo à apropriação da linguagem radiofônica pela televisão. Mas, McLuhan ignorou que novos *media* se constroem a partir de novas possibilidades de linguagens e características próprias.

No caso da Internet, resolvidas questões técnicas – como velocidade e conexão, ela assume papel de mídia, e é urgente definir qual sua linguagem e características materiais e imateriais, de forma a agregar valor à cibernotícia. Assim, a partir de softwares (como o Flash) e novas ferramentas (como as de georeferenciamento - Google Earth) é possível definir a multimídia (convergência dos meios) como elemento principal da cibernotícia, bem como a possibilidade de leitura não-linear e única para cada leitor?

A Internet é mídia ou apenas uma ferramenta? Abordagens históricas acerca do nascimento dos meios trazem a associação entre estes e a produção de cultura - própria do capitalismo e da formação da burguesia e da vida urbana. Pereira (2003) a defende como mídia, considerando que:

“ a internet deve ser enquadrada dentro de uma nova definição de meio de comunicação que leve em conta o processo comunicativo no atual momento histórico-social; (2) a narratividade, as formas de produção e a lógica da rede, entre outras variáveis representam singularidades do novo meio e não o desqualificam como tal (PEREIRA, 2003: s/n).

Os argumentos contrários dizem respeito ao fato de não ser massiva, não ter um conteúdo homogêneo - ser muitas coisas ao mesmo tempo, e por apresentar um formato e condições de produção distintos dos meios tradicionais – impressos e eletrônicos. Não estaria aí a diferença e a condição para sua definição como tal?

Mas, mesmo sem consenso, o certo é que a partir da construção de linguagens próprias - possíveis graças aos seus ferramentais intrínsecos - hardware e software, a Internet se configura como mídia e, nesse contexto, está inserido o jornalismo online e suas diversas possibilidades. Sabe-se que o jornalismo na rede é híbrido, mistura concepções do impresso e agrega novas possibilidades, como a colaboração (caso do chamado jornalismo de fonte aberta e dos blogs) e a interação, bem como cria caminhos para uma leitura única quando possibilita um trajeto não-linear.

A não-linearidade é uma das características mais importantes do ambiente online de informação, atuando tanto na definição de uma linguagem específica, como determinando a leitura. Saindo do paradigma do texto seqüencial do impresso, a proposta de não-linearidade dos documentos digitalizados em rede significa não somente a ausência de uma hierarquia pré-definida no que diz respeito à leitura, como a disposição das informações num espaço tri-dimensional, que se dá de forma não-linear, ou seja, sem um direcionamento prévio de começos, meios e finais.

De que maneira, entretanto, tal configuração da informação pode influir na leitura e no estabelecimento de uma linguagem própria do meio? Ao falar da cultura impressa e do livro, Roger Chartier nos recorda que os dispositivos próprios do livro(códex) – composto por folhas dobradas, reunidas e encadernadas, em substituição aos rolos - transformaram profundamente os usos dos textos. Com essa nova forma material, reforçada pela invenção da página, localizações garantidas pela paginação e pela indexação, tornou-se possível uma relação inédita entre leitor e livro, que incluía, dentre outras coisas, “escrever enquanto se lê, folhear uma obra, encontrar um dado trecho” (Chartier, 2002, p. 106).

No contexto dos meios digitais, ainda, há que se levar em conta a questão da interatividade. Os hábitos de leitura começam a modificar-se com o surgimento e desenvolvimento de meios nos quais a interatividade é estabelecida como central. Isso acontece especialmente a partir da década de 80, com a introdução dos computadores pessoais e portáteis, quando, de acordo com Santaella, os espectadores (e leitores) começam a se transformar em usuários. Aqui começa uma mudança fundamental em relação aos meios, porque, como usuário, o leitor/espectador terá maior participação em relação à mensagem e ao próprio meio. Nas palavras da autora, “começou a mudar aí a relação receptiva de sentido único com o televisor para o modo interativo e bidirecional que é exigido pelos computadores” (2003, p. 81).

A função do usuário, assim, é aumentada, no que diz respeito à atividade que ele é capaz de exercer no ato de fruição do conteúdo informativo. Para Santaella, isso fica evidente pelo caráter polissêmico e interativo das novas mídias:

As mídias digitais com suas formas de multimídia interativa estão sendo celebradas por sua capacidade de gerar sentidos voláteis e polissêmicos que envolvem a participação ativa do usuário. As duas bases principais para isso estão na convergência de mídias anteriormente separadas e na relação interativa entre o usuário e o texto híbrido que este ajuda a construir (SANTAELLA, 2003, p. 146).

O leitor assume, desta forma, o papel de usuário, uma vez que relaciona-se com a informação de uma forma participativa. Trata-se de uma mudança na própria relação com a linguagem, no

dizer de Kerckhove (2003), afetada pela escrita, num primeiro momento, e depois, pela eletricidade, que vai desembocar nas tecnologias digitais. A relação com a linguagem introduz a preocupação com a cognição, que, para esse autor, está presente no hipertexto, já que este introduz uma ação compartilhada, em que os conteúdos das telas estão disponíveis para muitas pessoas, ao mesmo tempo, sincronicamente, ou além do tempo, diacronicamente (2003, p. 10).

Tal reconfiguração do leitor, que passa a usuário, leva em conta, ainda, e mais especificamente, a renovação de hábitos de leitura.

No caso específico desse artigo, relataremos os primeiros resultados da pesquisa “*Buscando uma linguagem para o jornalismo online: reconhecendo a internet como mídia*”, que tem como objeto as formas de fazer e o comportamento do leitor do Portal Cotidiano, desenvolvido pelo Núcleo de Estudos e Pesquisa Hipermídia Aplicados ao Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina. Com base nos gráficos de análise do Google Analytics e das ferramentas de georeferenciamento, procuraremos mostrar o perfil do leitorado do Portal e de como ele se relaciona com as diversas possibilidades noticiosas oferecidas, tais como os especiais hipermídia – numa combinação sinérgica de diversas linguagens e suportes, híbridas, como dois ou mais suportes – áudio e texto, texto/foto/áudio, ou puras – somente texto.

Será descrito o resultado da primeira análise do leitorado realizada em julho de 2008, com a montagem de três *focals groups*, divididos na categorização de Santaella (2004) como leigos, novatos e expertos, de forma a identificar qual o percurso de leitura feita por estes usuários – linear ou não-linear, e sua familiaridade com a notícia em rede. Depois, a partir da análise dos resultados dos *focals groups*, entender como a usabilidade de uma reportagem hipermídia pode ser determinante para uma leitura mais eficiente e se a convergência dos meios é fator decisivo para uma maior permanência/frequência de leitura ou para uma rejeição efetiva do conteúdo oferecido, tendo como referencial Canavilhas (2001, 2003,2004), Nielsen (2000), Rich (2000), McAdams (2004), Santaella (2006).

Por outro lado, tentaremos mostrar a rotina de produção e de como os produtores de conteúdo se apropriam delas para o estabelecimento de uma linguagem para o ciberjornalismo. Aqui procuraremos descrever as mudanças na rotina profissional e as adaptações ao novo modo de fazer e pensar a notícia, especificamente a necessidade de agregação de conhecimentos diferentes dos atribuídos ao jornalismo.

## A proposta do Portal Cotidiano

O <http://www.cotidiano.ufsc.br><sup>1</sup> foi desenvolvido pelo Núcleo de Estudos e Produção HiperMídia Aplicados ao Jornalismo, em parceria com o Núcleo de Televisão Digital Interativa, que desenvolveu a interface de acesso, ambos da Universidade Federal de Santa Catarina. A criação do Cotidiano se deu em função da necessidade de experimentação de novas linguagens e da percepção dos pesquisadores das possibilidades oferecidas pela internet para o desenvolvimento de uma linguagem jornalística específica que desse conta de suas potencialidades e agregasse valor à informação, em especial a noticiosa.

O Cotidiano tem uma equipe própria, composta por cinco alunos bolsistas e três voluntários, além da supervisão de dois professores. A linha editorial é marcada pela divulgação de material noticioso amplo, não buscando um público segmentado – embora boa parte dos quase 1.500 acessos diários, 65%, sejam ligados à comunidade acadêmica da Universidade Federal de Santa Catarina.

Todo o material produzido pelo Cotidiano é inédito e está dividido em editorias:

Notícia texto + foto ou ilustração + Infográfico

Notícia áudio + Foto ou ilustração

Notícia vídeo + vídeo e capa

Especiais HiperMídia

Resenhas + Ilustração<sup>2</sup>

Trabalhos de Conclusão de curso em todos os suportes (autorizados)<sup>3</sup>

Saliente-se que o material publicado é produzido pela equipe permanente do Portal, à exceção dos Trabalhos de Conclusão de curso e das resenhas que são de autoria diversa – provenientes de disciplinas curriculares obrigatórias do curso de Jornalismo.

O Portal entrou no ar em outubro de 2007, tem atualização diária em pelo menos 75% de seu conteúdo e utiliza as ferramentas do Google Analytics para contagem de acessos e outras aferições, tais como via de acesso, permanência, páginas de maior leitura, etc.

---

<sup>1</sup> O [WWW.cotidiano.ufsc.br](http://www.cotidiano.ufsc.br) está classificado como projeto de extensão institucional do Departamento de Jornalismo e conta com a parceria da Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão (PRPE), que financia as bolsas acadêmicas.

<sup>2</sup> - As resenhas se compõem de material básico das disciplinas curriculares e podem ser de qualquer temática: desde webjornalismo até literatura e poesia. Necessariamente devem ser indicadas para publicação pelo professor da disciplina.

<sup>3</sup> - Os trabalhos de conclusão do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina podem ser desenvolvidos em diversos suportes: trabalho acadêmico (monografia), trabalhos jornalísticos: grande reportagem em áudio, texto, vídeo ou hiperMídia ou ainda documentários, livros-reportagens, etc.

## Entendendo os leitores/usuários

O Cotidiano tem, em média, 1.500 acessos/dia e, através do rastreamento dos IPs verifica-se que boa parte deles, 56% é de usuários/leitores pertencente à comunidade acadêmica da Universidade Federal de Santa Catarina. O restante, 44% tem procedência variada e nas assertivas das características da internet como rede, temos visitantes de cidades e estados brasileiros, bem como de diversos países como (1) Portugal, (2) Irlanda, (3) Argentina, (4) Austrália e (5) Estados Unidos- estes elencados por ordem de volume de acessos.

Na tentativa de entender mais esses leitores e pensar e repensar nossa rotina de produção formulamos uma metodologia baseada em *focals groups* – três ao todo, cada um reunindo 15 pessoas, totalizando 45 usuários de Internet e não necessariamente leitores assíduos do Portal. Estes usuários foram classificados, admitindo-se como marco teórico as definições de leitor/usuário desenvolvido por Santaella (2004), que a autora classifica como sendo três: leigo, novato e experto.

O leigo utiliza o raciocínio indutivo, que funciona mais ou menos assim: a partir de um caso isolado e de um resultado verificado, chega-se à conclusão generalizada de uma regra. É por indução que um hábito se estabelece. Certas sensações são seguidas pela mesma reação e uma associação se estabelece. É isso que ocorre quando o usuário internaliza um procedimento de navegação, repetido cada vez mais sob a ação de um hábito. Também se caracteriza pelo baixo conhecimento da rede e dos seus instrumentais.

Já o novato, utiliza o raciocínio abduutivo para navegar - ato de levantar uma hipótese explicativa para um fato novo. É um instinto racional. Nesse caso, o novo é apreendido por adivinhação. Esse tipo de raciocínio é próprio do novato, que pratica a tentativa erro/acerto. Ele vai clicando meio sem rumo em um campo de possibilidades abertas. Sua experiência é típica de um explorador.

Finalmente, o experto é aquele que se utiliza um raciocínio dedutivo. Nele parte-se de uma regra geral e de um caso isolado observado e, deduz-se disso uma propriedade. O usuário experto, por ter internalizado as regras do jogo da navegação, tem sua mente sob o domínio de hábitos ou associações que fazem com que regras gerais suscitem reações correspondentes. Tem grande afinidade com a rede e seus instrumentais. Percorre caminhos diversos e se utiliza de todas as indicações possíveis para reduzir caminhos e percursos transversais.

Ainda, na tentativa de entender os hábitos de leitura do leitor/usuário, consideramos os

estudos realizados pelo Instituto Poynter, dos Estados Unidos, dentro do projeto Eyetrack<sup>4</sup>, que procuram entender o comportamento cerebral dos navegadores. No relatório da pesquisa referente ao ano de 2007<sup>5</sup> está a afirmativa de que os internautas são leitores mais detalhistas do que os de jornais impressos: eles leram 77% do texto das notícias publicadas online enquanto os leitores de jornais tamanhos standard, 62%, e os dos tablóides, 57%.

Canavilhas (2001) relata pesquisa desenvolvida em Portugal para estabelecer quais os percursos de leitura estabelecidos pelos usuários/leitores daquele país. De acordo com o autor, foi preparada uma notícia com 10 páginas de web ligadas através de links em menu e embutidos nos textos. Aos pesquisados, alunos da Universidade da Beira, 39 no total, foi explicado que deveriam ler como sempre o faziam. Os resultados mostraram até 55 possibilidades de leitura.

Finalmente, na Espanha, a Associação para Investigação dos Meios de Comunicação<sup>6</sup> também buscou respostas para os padrões de leitura e navegação no cirbejornalismo. Descobriu que são dois: um masculino e outro feminino, parecidos, mas não iguais. Enquanto os homens lêem em forma de zig-zague, as mulheres lêem de forma vertical. Em ambos os casos o que chama a atenção dos leitores são os conteúdos gráficos, distraindo a leitura.

Esses resultados mostram a diferença intrínseca entre o texto jornalístico impresso e o eletrônico: no impresso a preocupação é a dimensão do texto e os recursos de estilo para traduzir a informação em determinado espaço; já no segundo caso, a preocupação é por conta da organização das informações, ou da arquitetura da informação.

## O leitor do Cotidiano

Para entender o comportamento do leitor/usuário – e, diga-se, de forma preliminar, pois este é apenas o primeiro momento da pesquisa que estamos realizando, apresentamos aos voluntários dos *focals groups* o Portal Cotidiano e pedimos que eles fizessem à navegação de acordo com sua percepção de importância da notícia, curiosidade, interesse particular, e outros.

---

<sup>4</sup> - O projeto Eyetrack usa um sofisticado equipamento eletrônico que acompanha o movimento do globo ocular de uma pessoa enquanto ela lê um texto. Esta é a primeira vez que o mesmo sistema é usado em jornais impressos, o que permitiu a comparação.

<sup>5</sup> - Seiscentas pessoas, que leram um total de 9.000 minutos em sessões de 15 minutos, participaram dos testes que serviram de base para o relatório 2006/2007, o mais amplo de todos os quatro informes publicados até agora neste projeto cujo objetivo é verificar se a maioria das regras sobre organização e leitura de textos tem ou não base na realidade. Consulte o site: <http://www.nngroup.com/>. Acesso em 29 de maio de 2008

<sup>6</sup> - [http://www.alt64.com/eyetrackingmedia/patron\\_de\\_navegacion.php](http://www.alt64.com/eyetrackingmedia/patron_de_navegacion.php). Acesso em 21 de maio de 2008

Nos dias de aplicação dos testes (3, 9 e 11 de julho de 2008) repetimos a mesma apresentação visual e de conteúdo, atualizando somente a data. Para análise, colocamos a disposição dos voluntários o seguinte conteúdo: (1) Especial Hipermídia sobre os manguezais da Ilha de Santa Catarina, com links para o Youtube e leis municipais de proteção ambiental; notícia texto+ slide-show, acerca da prostituição nos arredores do mercado público de Florianópolis; notícia áudio+ fotografia, sobre as expectativas da comunidade universitária com a nova administração; resenha do livro “A teoria da cauda longa”, de Chris Anderson; crônica sobre as mudanças na língua a partir da reforma ortográfica; e três notas factuais: um sobre o roubo de um carro no campus, outra se referindo a uma pesquisa de vacina do HPV e outra noticiando uma possível greve no transporte coletivo.

- Perfil dos *focals groups* e recolhimento dos dados

A partir de uma amostragem aleatória<sup>7</sup>, partindo-se do princípio da qualidade analítica, selecionamos 45 voluntários (de um total de 135 entrevistados) que foram divididos em três grupos: novato, leigo, experto. Para determinar a colocação em cada grupo foi feito um questionário sobre as habilidades e uso diário do computador e da internet – a inserção em cada grupo se fez a partir do número de respostas afirmativas nas sete questões propostas anteriormente, a saber:

- (1) Tem computador em casa?
- (2) Usa a internet todo dia?
- (3) A atividade laboral exige o uso de computador?
- (4) Lê notícias na internet?
- (5) Acessa os infográficos disponíveis na Internet?
- (6) Costuma baixar arquivos (sonoros, vídeo, foto, programas) da Internet?
- (7) Entende termos como usabilidade, interatividade, hardware, software, e outros?

Grupo dos Leigos: 15 pessoas, idade variando entre 35 e 50 anos, composto basicamente por servidores administrativos da UFSC e frequentadores das oficinas voluntárias do Núcleo de Preparação para a Aposentadoria. Escolaridade: maioria segundo grau completo. Responderam afirmativamente a pelo menos duas questões das questões formuladas.

Grupo dos Novatos: 15 pessoas, com faixa etária ampla – variando de 19 a 50 anos, composto por artesãos que comerciam nos arredores da universidade, agentes de segurança e empregados de serviços como reprografia, lanchonete, etc. Escolaridade: maioria segundo

---

<sup>7</sup> - O modelo pode ser encontrado em Bauer&Gaskell (2003).

grau completo; oito graduados, mas não praticantes da profissão escolhida. Responderam afirmativamente quatro das questões formuladas.

Grupo dos Expertos: 15 pessoas, com faixa etária ampla – variando entre 17 e 56 anos, composto por estudantes, professores e frequentadores do Núcleo de Preparação para a Aposentadoria. Escolaridade: graduandos de diversos cursos, superior completo com pós-graduação e segundo grau completo. Responderam a mais de cinco das questões formuladas, especialmente a de número 7.

Para fins de análise e comparação, para cada voluntário foi disponibilizado um computador<sup>8</sup>, previamente ligado e com o Portal aberto e dado a ele o tempo de 50 minutos para navegação. O acompanhamento e recolhimento dos dados foi feito por nove alunos, integrantes do grupo de estudos hipermédia, distribuídos nas três salas. O planilhamento dos dados foi feito através programa Ephi-Data, cedido pelo Núcleo de processamento de dados, que também separou e bloqueou a navegação dos *focals groups* dos demais usuários/leitores do Portal, estabelecendo uma subpágina de agrupamento de dados no Google Analytics.

### **Primeiras indicações de resultados**

Os primeiros resultados da pesquisa convergem para as conclusões de Santaella (2004), estabelecendo perfis bem diferenciados de cada leitor/usuário e de suas percepções da Internet. Percebem-se, inclusive no grupo dos Expertos, os resquícios da cultura da leitura linear, do folhear página a página e, do passar os olhos pela notícia e detectar possibilidade de interesse.

Analisando os dados, verificamos que os *Leigos*<sup>9</sup> se mostraram curiosos: entraram em todas as janelas disponíveis. No entanto, boa parte fixou a leitura na notícia texto, não percebendo links disponíveis e nem o slide-show que exigia um clique para iniciar. Do total, apenas dois ousaram clicar no Especial Hipermédia, não indo além da segunda página. Nenhum percebeu as janelas oferecidas pelos mouse-overs incluídos. A notícia áudio foi aberta, mas apenas três clicaram no play para ouvi-la. Os demais leram o texto de apresentação e voltaram à página principal. As demais páginas foram visitadas, mas não chamaram a atenção do grupo. Tempo médio gasto na navegação: 45 minutos. Menor tempo de navegação: 36 minutos.

---

<sup>8</sup> - Utilizamos a estrutura do LabUFSC que tem três salas de estudo informatizadas (reservados) cada uma contendo 20 computadores. O LabUFSC totaliza 150 computadores disponíveis 24 por dia para estudantes e comunidade em geral.

<sup>9</sup> - Grifo meu.

Já os *Novatos*<sup>10</sup>, embora tenham afirmado certa familiaridade com o computador, a internet e o jornalismo online, se aventuraram na notícia texto, alguns perceberam o slide-show e clicaram para assisti-lo (cinco de 15), fizeram menção à não adequação do texto da resenha – “coisa chata”, “parece um livro”, “prefiro ver figuras”. Desconsideraram a notícia áudio e, fixaram atenção nas notas rápidas e factuais. Alguns (6) navegaram no Especial Hipermissão, sendo que cinco deles acessaram os vídeos (que estão no terceiro nível da estrutura de navegação). No entanto, percebeu-se uma não familiaridade com as ferramentas disponíveis como o “fechar” e o voltar para o “Início”. Três deles, inclusive, solicitaram aos pesquisadores ajuda para voltar ao Portal. Tempo médio gasto na navegação: 31 minutos (máximo); menor tempo: 23 minutos.

Quanto aos *Expertos* se percebeu que estes não só navegam com facilidade, como entendem a lógica da usabilidade do Portal. Todos ignoraram a entrada nos itens TCC e Resenha e se fixaram na notícia texto, inclusive com visita ao slide-show e Especial Hipermissão. Fizeram uma leitura escaneada das notas rápidas e factuais: a maioria se contentou com a leitura da manchete e do lead apresentados na capa. No entanto, sete dos pesquisados, clicaram automaticamente na foto para acessar o conteúdo, sem utilizar o “saiba mais”, mostrando familiaridade com esse tipo de modelo de apresentação de conteúdo.

Outro dado importante: a maioria dos integrantes do grupo entrou nos links externos (outras páginas) e voltaram para o Portal para terminar a navegação através de atalhos – mostrando familiaridade e uso constante destes no uso da Internet. Os expertos, através das planilhas de observação, mostraram que gostam da complexidade oferecida pela linguagem hipermissão e dos recursos audiovisuais oferecidos como o mouse-over, o áudio e vídeos. Mas, contraditoriamente, lêem o todo da notícia para em seguida fazerem os percursos de navegação. Esse comportamento, no entanto, pode ter sido induzido e não necessariamente representa a realidade.

As diferenças percebidas nos leitores dos três grupos nos levam a fazer diversas suposições: (1) embora o senso comum explicita o uso cotidiano do computador, ele serve, em muitos casos, somente para contatos pessoais – participação em redes sociais; (2) a falta de usabilidade fácil (sendo redundante) prejudica a compreensão e aprofundamento; (3) O leitor/usuário assíduo se interessa por coisas pontuais e procura exatamente o que lhe interessa. Diferente do novato e do leigo - que ousam mais; (4) para muitos, a possibilidade de vários acessos dificulta a escolha e reduz as opções - tempo médio gasto; (5) a cultura de

---

<sup>10</sup> - Grifo meu

assistir televisão (vídeo) não se reproduz no meio online. Muitos ainda não percebem essa possibilidade; (6) E, finalmente, para uma boa parte dos novatos e leigos - e em alguns casos para expertos, a leitura linear parece a mais confortável, a mais segura.

### Diferenças nas rotinas de produção e uma nova formação profissional

A experiência do portal Cotidiano tem nos mostrado a necessidade de mudar alguns padrões nas rotinas diárias de produção da notícia, bem como a exigência de uma formação profissional diferenciada para quem quer se estabelecer nesse meio.

Pavlik e Ross (2000) discutem o impacto dos *novos media* nas notícias e na sociedade e apontam quatro fatores distintos: (1) a influência no conteúdo noticioso, (2) as mudanças no funcionamento das redações e as estruturas da indústria midiática, (3) as alterações no modo de fazer dos jornalistas, e (4) as relações entre os partícipes do fazer midiático como as empresas, os jornalistas, o público, a concorrência, os anunciantes, as fontes, etc.

Para estudiosos como Ward (2006) e Paterson (2006) o próprio conceito de jornalismo está passando por modificações, entre elas, (1) a possibilidade de cada um atuar como jornalista, disponibilizando conteúdos na Internet, (2) a usurpação ao jornalista da função de *gatekeeper* privilegiado do espaço público informativo, (3) as características próprias da Internet, que permitem o aproveitamento do hipermedia (a confluência de vários *media* num só) e das hiperligações (os *links* que permitem a navegação na Internet).

Outros como Fidalgo (2001), Murad (1999) afirmam que, em função dessas mudanças, o perfil profissional também mudará. A cronometralidade dos jornalistas poderá acentuar-se, uma vez que, devido à possibilidade de atualização constante do noticiário, os *deadlines* tendem a concretizar-se no imediatismo. As normas que norteiam o jornalismo poderão alterar-se, seja por força de novas políticas editoriais das organizações noticiosas, seja por força da própria natureza da Internet, que possibilita a diluição das responsabilidades e até o anonimato, se não mesmo a clandestinidade. Campos (2001), compartilha dessa visão e vai além. Ele afirma que a Internet permite uma forma diferente de fazer jornalismo e aponta as possibilidades do profissional de contextualizar cotidianos e fatos através dos hiperlinks e de como o receptor pode interagir com essa nova notícia.

Assim, nesse contexto a primeira questão se centra no tempo de produção da notícia. Se no impresso tínhamos o tempo de escrever/editar/publicar compreendido pelos dias de publicação: diário, semanal, quinzena ou mensal, na internet esse se reduz, mas, contraditoriamente, exige mais tempo de preparação. Embora já se tenha softwares de uso

fácil, a elaboração de um infográfico ou mesmo de um slide-show é maior que o de uma foto impressa. O texto, que antes era eivado de boxes, hoje não só exige os links – como nos faz indicar ao leitor onde ele poderá ler mais sobre o assunto, publicações anteriores, etc. Note-se que não estamos nos referindo ao modelo transpositivo<sup>11</sup> – do impresso para a Internet com pequenos ajustes. Mas, de materiais produzidos com uma linguagem específica para a Internet, considerando-a mídia.

A outra, é claro, é a não territorialidade da rede. Embora se possa estabelecer um público a partir da segmentação da informação ou da utilização de redes sociais de divulgação - como Orkut, MSN e outros, a Internet e os produtos jornalísticos nela inseridos não tem território geográfico demarcado. Isso exige uma escritura diferenciada, situada no tempo e no lugar – embora muitas vezes estejamos falando para o local.

Finalmente, as considerações sobre a mudança no perfil profissional que o novo meio exige. Se na televisão, no rádio e no impresso o que precisávamos era boa expressão visual e oral e uma boa expressão escrita, o novo meio exige aquilo que 1996 – nos primórdios do jornalismo online do Brasil, Lage já preconizava:

“(…) O domínio de um ou mais idiomas, além, é claro, o domínio do português no referente à leitura, compreensão e redação. Além disso, domínio de técnicas profissionais de redação, com capacidade de: apurar informações em diferentes áreas do conhecimento e atuação humana; de contextualizar fatos, formular questões, codificar e decodificar mensagens para os diversos meios; de identificar e equacionar problemas éticos de jornalismo; de avaliar e analisar produtos jornalísticos; de planejar e efetivar projetos; de utilizar novas tecnologias e criar novos produtos...”.<sup>12</sup> (LAGE, 1996, p.11)

Para Corrêa (1998, p.64) esse momento- *ou se quisermos, ciber-momento*<sup>13</sup>, desafia os jornalistas. Para a autora já não basta dar ênfase às competências, mas acrescentam-se quesitos como “conhecimento de linguagens e softwares para edição de textos e imagens para Web, lógica para navegação, relações com o mercado, gerenciamento de produto, língua

---

<sup>11</sup> - Para Pavlick (1997) o modelo transpositivo – shoveware, “é integrante dos três estágios do desenvolvimento de conteúdos para Web, a saber: (1) transpositivo - transposição do conteúdo analógico para o digital – com pequenas ou nenhuma modificação; (2) adaptativo, que tem como característica a integração das linguagens dos meios tradicionais com as novas possibilidades da rede e (3) onde “um original conteúdo noticiosa, desenhado especificamente para a Web como um novo meio de comunicação” vai fluir. Esse terceiro estágio seria caracterizado também pela “aceitação de repensar a natureza de uma comunidade online, mais, aceitação de experimentar novas formas de contar uma história”.

<sup>12</sup> - Extraído do Boletim Informativo do provão. Exame Nacional de Cursos – Jornalismo. Editado pelo MEC, em Março de 1996.

<sup>13</sup> - Grifo meu.

estrangeira, postura generalista, iniciativa própria, capacidade de decisão sob pressão, autonomia e segurança, dentre outras”.

Refletindo sobre as afirmações dos pesquisadores e sobre a nossa percepção diária no fazer o jornalismo online, no perfil dos leitores e na sua relação com o computador enquanto ferramenta/mídia podemos afirmar que a resposta para várias questões será facilitada se tivermos claro que o jornalismo esteve ligado ao desenvolvimento das tecnologias. Que a cada novo invento a profissão modificou suas práticas, desenvolveu linguagens, criou novas formas de mostrar o mundo através da informação. A assimilação desse fato facilita o vislumbre do profissional necessário para a atualidade e o produto resultante dessa prática – objeto direto do nosso principal interessado: o leitor.

## Referências bibliográficas

---

BAUER, Martin e Gaskell, George. *Pesquisa qualitativa com texto imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2003.

BOCZKOWSKI, Pablo J. *Digitalizar las noticias. Innovación em los diarios online*. Buenos Aires: Manantial, 2006.

BOLTER, J. David e GRUSIN, Richard. *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 1999.

CANAVILHAS, João. *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. 2001. Acesso em 23 de maio de 2008.

FIDALGO, Antônio. *O ensino do jornalismo no e para o século. XXI*. Disponível em <http://bocc.unisinos.br/pag/fidalgo-antonio-ensino-jornalismo-internet.pdf>. Acesso em 08 de Setembro de 2008.

KNOBLOCH, S, et all. *Affective News: effects of discourse structure in narratives on suspense, curiosity, and enjoyment while reading news and novels*. *Communication Research*. 31:3 (June) 259-287, 2004

MURAD, Angele. *Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet*. Disponível em <http://www.uff.br/mestcii/angele1.htm>. Acesso em 10 de outubro de 2008.

MURRAY, Janet. *Hamlet on the Holodek. The future of narrative in cyberspace*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1997.

NIELSEN, Jakob. *Inverted Pyramids in Cyberspace*. Em <http://www.useit.com/alertbox/9606.html>, 1996. Acesso em 17 de abril de 2008.

PAVLICK, John. *The future of Online Journalism. Journalism: a guide to who's doing what*. Columbia Rewiew, jun/ago: 1997.

PAVLIK, Jonh. '*New media and news: Implications for the future of journalism*', *New Media & Society*, 1999 - 1(1).

PATERSON, Crhis. DOMINGO, David. *Making online news: the ethnography of new media production*. NEW YORK: Peter Lang Publishing Inc, 2008.

PEREIRA, Fábio. MORAES, Francilaine. *Mas, afinal, a Internet é mídia?* Artigo apresentado do XXVI Congresso das Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2003. Disponível em <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunicacaovirtual/0221.pdf>. Acesso em 23 de abril de 2008.

SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e Artes do Pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. *Navegar no ciberespaço*. São Paulo: Paulus, 2004.

WARD, Mike. *Jornalismo Online*. São Paulo: Roca, 2007.

ZAMITH, Fernando. *Pirâmide invertida na cibernotícia: a resistência de uma técnica centenária*. Disponível em [www.comunicacao.org.br/jk/component/option,com\\_docman/task,doc\\_download/gid,732/Itemid,186](http://www.comunicacao.org.br/jk/component/option,com_docman/task,doc_download/gid,732/Itemid,186). Acesso em 16 de Maio de 2008.