NOTÍCIAS ON-LINE EM TEMPO REAL:
O JORNALISMO NA ERA TECNOLÓGICA

por

Giovana Azevedo Pampanelli Lucas
(Aluna do Curso de Comunicação Social)

Monografia apresentada à Banca Examinadora de Projetos Experimentais.
Orientador acadêmico: Prof. Dr. Fernando Fábio Fiorese Furtado

UFJF FACOM 1.sem.2002

LUCAS, Giovana Azevedo Pampanelli. *Notícias On-line em Tempo Real:* O Jornalismo na Era Tecnológica. Juiz de Fora: UFJF, FACOM, 1.sem. 2002, 88 fl. mimeo. Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social.

BANCA EXAMINADORA

_____

Prof. Carlos Pernisa Júnior (relator)

_____

Prof. Dr. Fernando Fábio Fiorese Furtado (orientador)

_____

Prof. Ms. Gabriel Collares Barbosa (co-orientador)

_____

Prof. Dr. Francisco Pimenta (convidado)

Trabalho examinado:

Em:

Conceito:

Aos meus pais Luiza e Marcelo,
pelo amor, pela amizade,
pela força, sempre.

À minha querida avó, Helena, ao meu avô, Ennio, às minhas queridas tias, Jane e Jacira, aos meus primos e ao meu irmão, Leonardo, pelo apoio incondicional em todos os momentos da minha vida.

Ao meu grande amor, Enrico, pelo carinho, pelo companheirismo, pelas críticas.

Às minhas grandes e verdadeiras amigas, Amanda e Teresa, sempre fortes e presentes.

AGRADECIMENTOS

Ao Fernando Fiorese, Márcia Falabella, Victor Iório, Francisco Pimenta, pessoas e profissionais inesquecíveis.

Ao Gabriel Collares pela força, compreensão e por acreditar no objetivo do meu projeto.

Ao Márcio Guerra pela oportunidade, pela confiança e pela amizade. Sem dúvida, o melhor chefe do mundo.

S I N O P S E

Análise crítica das novas tecnologias e seu aproveitamento pelas empresas jornalísticas. As implicações na práxis do profissional de imprensa. Estudo das notícias em tempo real do site local **Ipanorama** e apreensão da linguagem deste veículo.

S U M Á R I O

1. INTRODUÇÃO

2. O ADVENTO DAS NOVAS TECNOLOGIAS E O INÍCIO DAS TRANSFORMAÇÕES
   2.1. **A Consolidação das Inovações Tecnológicas**
   2.2. **O Jornalista às antigas e o profissional atual**
   2.3. **Mudanças no material jornalístico**

3. INTERNET
   3.1. **Impacto da Internet no Jornalismo**

4. NOTÍCIAS EM TEMPO REAL
   4.1. **Linguagem**
   4.2. **Jornalista, um profissional ainda necessário?**

5. ESTUDO DE CASO: IPANORAMA
   5.1. **História e estrutura**
   5.2. **Análise das notícias**

6. CONCLUSÃO

7. BIBLIOGRAFIA

8. ANEXOS

1. INTRODUÇÃO

Com a disseminação das tecnologias, em especial o computador pessoal, e mais tarde, a internet, o cotidiano de uma empresa jornalística se transformou completamente. O que antes era manual se tornou eletrônico e novas formas de apresentação de notícias passam a figurar nos veículos de comunicação. A crescente popularização da internet trouxe com ela o surgimento da notícia *on-line* em tempo real, que hoje, está presente na maioria dos jornais eletrônicos brasileiros.

O grande destaque dado a este tipo de notícia implica em uma série de desdobramentos para o jornalismo. O profissional de imprensa teve que se adaptar a um contexto em que a velocidade está em primeiro lugar. A "Era Tecnológica" impôs um dilema: velocidade de produção e qualidade do material jornalístico.

A Internet, desde que foi liberada para uso comercial em 1987, trouxe muitas mudanças e implicações em todos os campos do conhecimento. As universidades, hospitais e empresas do mundo inteiro poderiam disponibilizar suas informações, facilmente acessadas a qualquer hora e lugar.

Ao vislumbrar as potencialidades da rede, tais como, a velocidade de transmissão de dados, capacidade de armazenamento e grande alcance; as empresas de comunicação iniciaram o processo de digitalização da informação. Além

disso, houve também, uma redefinição da maneira de leitura, da forma de publicação das notícias e a supressão dos limites de espaço e tempo.

Todas essas transformações sofridas pelo jornalismo a partir do advento da Internet, podem ser observadas na linguagem da notícia em tempo real veiculadas pelo site local *Ipanorama*.

Devido à sua velocidade de publicação e atualização constante, as notícias em tempo real realizam um tratamento superficial da notícia e impõem um ritmo acelerado de trabalho para os profissionais de imprensa que têm que buscar antes de tudo, o "furo" jornalístico.

O profissional atual passa a ser valorizado por sua agilidade e não mais pela qualidade do texto, como era exigido no jornalismo dos tempos passados.

Além disso, o caráter de aprofundamento através de *hiperlinks*, como uma possibilidade de linguagem para a internet, foi esquecido. Diante do intenso fluxo informativo, nos deparamos com uma linguagem rasteira e sem detalhamentos, colocando à prova fundamentos jornalísticos e a necessidade crescente da busca pela informação por parte do internauta, isto é, do leitor.

Entretanto, alguns autores argumentam as dificuldades de leitura na mídia digital, outros apontam a extrema superficialidade imposta pela rede mundial de computadores

e o desperdício de suas potencialidades e aplicações no material jornalístico.

Acreditamos, portanto, que houve uma transposição do conceito de notícia. O que observamos é um ritmo frenético e abundante de *flashes* informativos. A formulação desta hipótese partiu, primeiramente, da observação das notícias em tempo real veiculadas no *Jornal do Brasil On-line* e mais tarde, no *site* local *Ipanorama*. A forma e a linguagem destas notícias e o atual contexto que desvaloriza a profissão de jornalista foram um dos motivos que levaram a realização deste trabalho. Para a compreensão da atual conjuntura no jornalismo, julgamos interessante analisar as notícias em tempo real, além de tentar levantar o início das transformações desde as primeiras invenções que começaram a compor a história do jornalismo.

Para a concretização das hipóteses do trabalho, consultamos livros, vários artigos veiculados em revistas e jornais impressos e eletrônicos. A coleta de diferentes autores e de seus pontos de vista sobre o tema foram de extrema importância para enriquecer o projeto, trazendo visões mais completas dos conceitos utilizados. O estudo de caso do *site Ipanorama* analisou as notícias em tempo real durante cinco dias, a fim de demonstrar na prática, as teorias descritas ao longo do projeto.

2. O ADVENTO DAS NOVAS TECNOLOGIAS E O INÍCIO DAS TRANSFORMAÇÕES

Não é de hoje que as inovações tecnológicas transformam nossas maneiras de pensar e agir. Para a imprensa, podemos dizer que, de todas as mudanças e impactos sofridos, a invenção do papel foi, certamente, o início de todo o processo de evolução. Mas foi em 1450 que as descobertas de Gutenberg forneceram a possibilidade de dar à escrita o suporte tecnológico necessário: os tipos móveis e a prensa para impressão. Embora o processo fosse lento, agora se fazia possível reproduzir textos e ilustrações: *"As folhas saíam das mãos do artesão num processo lento, complexo e extremamente caro"* [1].

Algumas décadas mais tarde, o livro já não era mais a única forma de mensagem. A necessidade de informação vinha se impondo com uma evidência cada vez mais forte. A sociedade ia se transformando e amadurecendo seus interesses culturais mais amplos, *"...a tal ponto que envolvem toda forma de comunicação, desde a obra literária de maior empenho até o conhecimento dos fatos diários"*[2]. Já na primeira metade do século XVI, surge na Inglaterra o que seria um embrião do jornal que conhecemos hoje, o "livro de

[1] GIOVANINNI. G. 1987: p. 143
[2] Ibidem: p. 146

notícias” que continha 12 páginas e possuía pouca variedade de conteúdo. No jornalismo, o impacto das novas tecnologias começou a ser fortemente sentido a partir de 1880, quando as máquinas de impressão manual, que necessitavam de três homens (o impressor, o maquinista e o ajudante)foram, aos poucos, sendo substituídas por outras mais modernas. Desde essa época foram sendo incorporadas inovações técnicas que exigiam pessoal capacitado, organização na divisão do trabalho e velocidade de produção.

Apesar da consolidação da imprensa editorial, muito pouco havia mudado no que diz respeito aos meios de comunicação mais céleres. O jornal ainda se encontrava longe de se transformar em um verdadeiro e eficaz veículo de divulgação de notícias, principalmente porque as tecnologias disponíveis na época ainda eram precárias.

Anos mais tarde, as máquinas rotativas imprimiam, cortavam e dobravam os exemplares dos jornais. Os processos de composição também foram modificados. As compositoras automáticas foram substituídas pelos linotipos que acompanhariam a imprensa por um bom tempo e que, na época, representaram uma verdadeira revolução na arte de compor. Aos operários gráficos sobraram a responsabilidade redobrada do conhecimento das regras gramaticais e das normas gráficas, além de agilidade para lidar com o novo equipamento. Trabalhadores mais jovens e qualificados foram

contratos para dar o retorno e a rapidez necessários aos gastos feitos com as máquinas.

Para tentar superar ainda mais as barreiras espaço-temporais, surgem o telégrafo e o telefone e, mais tarde, o rádio, influenciando de forma significativa na elevação da imprensa de papel a um instrumento essencial para as comunicações de massa. Estes aparelhos não foram inventados exclusivamente com este propósito, mas acabaram servindo também para este fim.

Com o telégrafo em funcionamento é aberto uma nova oportunidade para o mundo das comunicações. A notícia foi transformada em mercadoria interessante para os jornais e leitores e tinha encontrado os canais de transmissão e de difusão adequados.

> *... no momento em que se realiza a ligação entre as várias cidades, entre os diversos países e entre continentes além do oceano, amplia-se excessivamente o campo do conhecimento dos fatos, das notícias e dos acontecimentos. Com a afirmação do telégrafo (...) e do telefone a crônica passa a ser "crônica do mundo, com as conseqüências que hoje cada um de nós tem condições de avaliar.*[3]

A difusão de informações foi bastante beneficiada pela invenção do telefone no final do século XIX. Esse importante instrumento instaurou o sistema de comunicação em rede. A velocidade de transmissão com a utilização de

[3] GIOVANINNI, G. 1989: p. 159

ondas eletromagnéticas, proporcionou ao jornal uma velocidade de transmissão dos fatos de 300 mil quilômetros por segundo. Isto permitiu a comunicação entre vários pontos do planeta quase que em tempo real. Com isso, a organização das empresas jornalísticas foi alterada com a criação de escritórios de correspondências e aumento do quadro dos profissionais de imprensa.

> *O jornal tinha, portanto, se transformado profundamente: não era mais uma folha de apelos dirigidos para consciências em rápido amadurecimento; não apenas espaço para discussões literárias eruditas reservadas a círculos culturais restritos, mas sim instrumento de divulgação de novos conhecimentos através da notícia que chegava à redação com o auxílio dos novos meios de comunicação*[4].

O computador foi, certamente, o agente transformador mais importante para a história do jornalismo contemporâneo. Desde que o americano Steve Jobs (fundador da empresa *Apple*) pensou pela primeira vez no que chamamos de computador pessoal, esta máquina só vem se aprimorando e se tornou uma das ferramentas mais largamente utilizadas dentro de uma redação de jornal, rádio ou TV. Ele é capaz de receber informações, processá-las e dar o resultado daquilo que foi analisado.

[4] GIOVANNINNI, G. 1987: p. 167

Vislumbrada a junção da máquina e da informação e a obtenção de lucro em decorrência desse processo, o que se seguiu foram as novidades em torno do computador e a adequação dele ao trabalho jornalístico. Menor, mais barato, eficiente, confiável, ele passou ser programado por linguagem de alto nível e foi definitivamente incorporado aos jornais brasileiros a partir de 1983. Os computadores alteraram toda a estrutura das empresas de comunicação. Agora o jornal podia ser feito com maior velocidade e qualidade. Mais do que isso, o computador trouxe com ele, uma nova forma de transmitir a informação.

> *A invasão dos equipamentos eletrônicos na imprensa brasileira data das décadas de 60 e 70, com a fotocomposição, o offset e outros avanços tecnológicos. Os terminais de vídeo, que representam a principal modificação na atividade do jornalista, foram introduzidos primeiro na Folha de São Paulo, em 1983. Depois vieram a revista Info, o jornal O Globo, ambos do Rio de Janeiro, o Diário Catarinense, que já montado, em 86, dentro de uma estrutura informatizada e A Tribuna, de Santos (SP). A evolução não parou e, hoje, os grandes veículos do país, ou estão no caminho da instalação do sistema de terminais, ou já contam com ele em operação*[5].

Com os computadores, uma série de etapas e funções foram suprimidas. Nem o redator tampouco o revisor eram mais necessários. Outras funções foram criadas, ainda que temporárias, como os "puxadores de índices" que pesquisavam

[5] PERNISA JÚNIOR, C. 1989:p. 47

os índices por onde as notícias e os artigos chegavam e uniam as partes desses textos. Algumas especializações apareceram e impulsionaram a divisão de trabalho nas empresas de comunicação.

Mais do que qualquer outra inovação tecnológica, a internet marcou bastante o jornalismo brasileiro. O jornal, agora, além da sua versão impressa, passou a veicular uma versão *on-line.* Novas funções começaram a aparecer para suprir as necessidades que surgiam. Jornalistas foram contratados exclusivamente para a produção de conteúdo dos grandes *sites* lançados no mercado.

Diante deste contexto de transformações, o jornalismo teve que se adaptar à velocidade de produção imposta pelas novas tecnologias que surgiam. Segundo o Professor Mestre Gabriel Collares[6], o jornalismo no século XX foi marcado por quatro fases e épocas: Jornalismo dos anos 20, anos 50, anos 70 e Jornalismo do fim dos anos 80.

A atividade jornalística anterior aos anos 20, podia ser definida como uma atividade precária e artesanal. Foi para fazer frente a revolução bolchevista de 1917, que o capital passa a apostar na industrialização de imprensa a fim de assegurar a hegemonia e perpetuar os interesses de classe.

[6] Anotação de aula ministrada pelo professor da disciplina Redação II, curso de jornalismo FACOM/UFJF, 1° semestre de 2002.

Desta forma, apresenta-se a concepção do jornalismo como atividade empresarial.

> A *mera produção e venda de notícias e, menos ainda, de produtos culturais, como fascículos, não caracteriza uma empresa jornalística; ela alcança esse status ao tentar disseminar uma ideologia e defender interesses de classe.*[7]

Nos anos 50, para fazer frente à concorrência das demais empresas de comunicação, algumas passam a investir na reduplicação da capacidade das rotativas; nesse período surgem também estratégias de marketing específicas para escoar a produção de notícias. Nos anos 70, O *videotape* consolida a TV e o tempo real surge como grande trunfo deste veículo. Daí a necessidade de o jornal criar um diferencial para se manter. O jornal impresso se especializa na produção de textos mais densos.

Já nos anos 80, a Folha de São Paulo muda o conceito de fazer jornal, introduzindo a informática na redação. Aquela publicação transformou completamente a diagramação de suas páginas, que deixou claro a sua *"tentativa de atrair leitores e também desenvolver seu padrão de jornalismo com informações rápidas, mas com aprofundamento visual (...)"*[8]. O computador possibilitava a inserção de ilustrações, gráficos, tabelas e mapas do jornal, desenhos de alta qualidade em pouco tempo. Além disso, por causa da

---

[7] KUCINSKI, B. 1991: p. 32
[8] PERNISA JÚNIOR, C. 1989: p. 112

otimização do trabalho nas redações o quadro de funcionários diminui e o jornal baixa o *deadline*.

Com estas etapas, fica claro perceber que as inovações tecnológicas transformaram profundamente a imprensa. O primeiro jornalismo que era um "instrumento político, erudito, moralista e partidário"[9], sofre mutações e passa a visar, principalmente, o lucro e a velocidade de produção.

2.1. **A Consolidação das Inovações Tecnológicas**

Diante de tantas inovações tecnológicas no campo da comunicação e o fluxo ininterrupto de informação, surgiram as primeiras agências de notícias que começaram a compilar informações de todo o mundo e retransmití-las aos jornais ligados a elas.

A mídia e os jornais "*... já não eram mais apenas destinatários de notícias(...) podiam mobilizar-se para pedir informações, sugerir iniciativas, estimular aprofundamentos*"[10].

A organização do trabalho interno nas redações dos jornais sofre a primeira grande transformação: verdadeiros escritórios de correspondência surgem, até mesmos em centros menores. A estrutura dos jornais se fortalece. Na

[9] MARCONDES FILHO, C. 2000: p.11
[10] GIOVANINNI, G. 1989: p. 165.

medida em que eles se tornam empresas especialistas na venda de notícias. Repórteres são enviados ao exterior para aprimorar a qualidade e o conteúdo do informativo internacional. Como se não bastasse, os jornais fazem parcerias com agências de notícias, exigindo investimentos e custos altos. Por isso, torna-se necessário dar à publicidade papel preponderante para garantir no custeio destes investimentos.

O jornal, com o passar dos anos, não cessou em aprimorar a qualidade e a velocidade das informações veiculadas e viu crescerem outros instrumentos de comunicação mais complexos e articulados dirigidos à informação do grande público.

O computador viria às redações para se tornar um novo método de transmissão das notícias à distância. A adoção dos terminais ocasionou um ganho de tempo na feitura do jornal e o produto final melhorou em termos de velocidade de composição e impressão. A diagramação foi modificada e modernizada.

Em 1995, surge a internet no Brasil que viria inaugurar a era do jornalismo eletrônico e uma profunda transformação no tratamento do texto e da notícia.

Por fim, a evolução e consolidação de todas estas tecnologias tornou fácil e barato o fluxo da notícia e não coloca limitações técnicas de tempo e espaço quanto à difusão da informação. Além disso, as inovações técnicas

aumentaram o número de canais de comunicações, e uma "*... facilidade sempre crescente de elaborar, selecionar e recuperar a informação*"[11].

2.2. **O Jornalista às antigas e o profissional atual**

Uma das conseqüências a partir das transformações que as novas tecnologias causaram, está no trabalho do jornalista. O profissional de imprensa que antes trabalhava junto à sociedade, redigindo textos de análise, comentário e interpretação deu espaço a outro perfil de profissional. Agora a ênfase é a do *"mais ágil, do mais dinâmico, do maquínico, (...) do bom e simples redator"*[12] e não mais do "grande especialista" dos tempos passados.

Principalmente depois do advento do computador, o jornalista teve que se adaptar à nova máquina e aprender uma forma ímpar de redigir, ler e até mesmo corrigir seu próprio texto.

> *(...) Jornalismo tornou-se um disciplinamento técnico, antes que uma habilidade investigativa ou linguística. Bom jornalista passou a ser mais aquele que consegue em tempo hábil, dar conta das exigências de produção de notícias do que aquele que mais sabe ou que melhor escreve. Ele deve ser uma peça que funciona bem, "universal, ou seja, acoplável a qualquer altura do sistema de produção de informações"*[13].

---

[11] GIOVANINNI, G. 1989: p. 307.
[12] MARCONDES FILHO, C. 2000: p.36
[13] Ibidem.

Mais do que aprendizado com os novos instrumentos de trabalho, o jornalista se viu diante de um intenso fluxo de informação. O profissional não consegue mais absorver a grande quantidade de informações, principalmente com a consolidação da rede mundial de computadores: a internet.

Diante da realidade da informatização, *"... a vida dos jornalistas tem se tornado cada vez mais difícil. O trabalho aumentou, o contigente foi reduzido, as responsabilidades se tornaram mais individuais"*.[14]

Vale ressaltar também que o profissional, desde sua saída da universidade, tem uma idéia limitada do que é o exercício da profissão, o seu significado e importância perante a sociedade. Algumas instituições de ensino pautadas pela lógica do mercado de trabalho não mais valorizam os jornalistas que detêm conhecimento nas ciências sociais aplicadas e, sim, aqueles profissionais automatizados que trabalham com dados superficiais e têm uma extrema facilidade com a técnica.

É como se a atividade jornalística se tornasse rasteira demais, automatizada. O profissional se especializou em escrever e pesquisar pouco e saber só o estritamente necessário. Alguns se acham incapacitados de se aprofundar ou de formar opinião pessoal fundamentada devido ao corre-corre da profissão.

---

[14] MARCONDES FILHO, C. 2000: p. 58

> *"...tentam produzir jornalistas em série, capacitá-los a redigir rapidamente uma lauda, a portar um microfone, uma câmera, um gravador portátil". Tudo se resume no feijão-com-arroz do jornalismo cotidiano (...)"*[15].

A conjuntura atual demonstra a existência de dois tipos de profissional e que podem ser verificados na afirmação do jornalista José Argolo:

> *É do conhecimento geral que duas classes de repórteres convivem nas redações: os pés de boi (isto é, os indivíduos capazes de registrar apenas correta e medianamente os assuntos para os quais foram pautados) e, minoritariamente, os especiais. Estes últimos são assim conceituados porque conseguem assimilar com fina precisão o colorido e intensidade dos acontecimentos e produzem aquele algo mais que os leitores/telespectadores tanto apreciam: esmeram-se na elaboração do texto, apresentam os fatos com ampla riqueza de detalhes, estendem-se às interpretações de natureza histórica, política, comportamental etc*[16].

O profissional de imprensa é "empurrado" ao nível mais superficial da profissão. Os jornais e emissoras já não investem tanto no aperfeiçoamento e na reciclagem dos repórteres. O jornalista não encontra respaldo para realizar apurações detalhadas, pesquisas para um posterior aprofundamento do assunto. Por isso é tão importante, investir no autoaprimoramento, tais como: freqüentar cursos, aprender idiomas e além disso, praticar o exercício da leitura.

---

[15] MARCONDES FILHO, C. 2000: p. 65
[16] ARGOLO, J. 2000. p. 20

Esta concepção de que a tecnologia deixa de ser uma ferramenta de trabalho para se tornar a protagonista de uma Era (A Era da Informação) é bastante preocupante, uma vez que o conhecimento já não é mais considerado algo que se apreende a partir da experiência. O conhecimento:

> *"...graças à tecnologia (...) virou uma commodity – algo que pode ser medido, armazenado, comprado e processado como grãos de soja ou dados numéricos. Uma definição que desumaniza o conhecimento a ponto de permitir que ele seja indistintamente compartilhado por cérebros ou circuitos eletrônicos.*[17]

Ainda de acordo com Flávio Lobo em seu artigo "A Era da Ignorância", o mercado de trabalho exige não somente dos jornalistas, mas de todo e qualquer profissional, os "conhecimentos de informática" e ao mesmo tempo, semeia a idéia de que todos precisam ser mais qualificados, criativos, flexíveis e independentes. Mas o curioso disso tudo, segundo ele, é que para isto o profissional necessita de uma boa base de conhecimento, capacidade crítica e reflexiva.

Os profissionais de imprensa enquadrados na mentalidade tecnológica dos jornais tiveram que se "moldar" diante dos diversos recursos tecnológicos. Mais do que isso, viram nascer um mercado de trabalho diferente e cheio de opções que não mais se limitaria à simples tarefa de apuração e redação de notícias. O jornalista também aprendeu a

[17] LOBO, F. 2000: p.22

atualizar *site*, produzir conteúdo com os mais diversos serviços e assuntos, além de editar suas próprias matérias.

O jornalista aprendeu a viver no mundo do tempo real da internet e conciliar seu trabalho diante de uma realidade em que não existe tempo nem distância, a ação e reação são simultâneas, o ritmo ficou muito acelerado. Isto porque "*Quase toda tecnologia hoje comprime a zero o tempo de que necessitamos para adquirir informações, tomar decisões, alocar recursos e inovar*"[18].

O jornalista, hoje, é caracterizado como:

> *...o fio que permite conectar o acontecimento e sua difusão. Ele não tem tempo de filtrar, de verificar, de comparar, pois se perde muito tempo em fazê-lo, seus colegas, tratarão o assunto antes dele. E, naturalmente, seus superiores o criticarão.*[19]

O profissional à moda antiga e o profissional de hoje modificaram a forma de apuração das pautas. Antes, a apuração recomendável era executada pessoalmente pelo repórter no local dos acontecimentos, ou seja, *in loco*. Deste modo, o profissional dava um direcionamento mais investigativo e mais aproximado aos seus trabalhos. Atualmente, de modo geral, isto foi mudado. Podemos apurar as pautas por telefone, enviar e receber as perguntas de quem se quer entrevistar via fax ou e-mail. Os recursos

---

[18] MC KENNA, 1999: p.51

[19] Ramonet, 1999 apud MARCONDES F., 2000: p. 62

tecnológicos trouxeram também o distanciamento entre a fonte e o jornalista.

Segundo o médico psicanalista, Alonso Augusto Moreira Filho[20], a introdução não só da máquina, mas da tecnologia de uma maneira geral, tem trazido uma desumanização para todas as profissões nas relações de trabalho.

Primeiro, a máquina muitas vezes "substitui" o homem e traz como conseqüência o fato de que o nível de desemprego, em alguns setores, aumente. Alonso afirma que a própria relação do homem com o produto final do trabalho fica distanciada, visto que a pessoa produz um bem qualquer comandando botões que acionam uma máquina que vai reunir as peças. Em um segundo momento, as relações interpessoais de trabalho e na relação profissional ficam muito alteradas. Um médico antigo tinha muito mais tato pessoal e até físico para tratar de seus pacientes. Depois do advento das novas tecnologias, ao invés de apalpar, de tentar captar as coisas com os próprios sentidos, ele manda fazer uma radiografia.

Por fim, diante deste novos paradigmas de tempo e espaço, o jornalista se vê diante de um dilema: velocidade de produção e a superficialidade acentuada do material apurado.

2.3. Mudanças no material jornalístico

[20] Cf. PERNISA JÚNIOR, C. 1989.

Se a velocidade de produção imposta pelas novas tecnologias tornou o trabalho dos jornalistas simples demais, é claro que não poderia ser diferente com o material jornalístico veiculado por estes profissionais.

Para Ciro Marcondes Filho[21], podemos dizer que as novas tecnologias agem em dois planos: virtualizam o trabalho jornalístico impresso e interferem radicalmente nos conteúdos. Esta interferência apontada por Ciro Marcondes, pode ser mais facilmente percebida na forma digital de transmissão da notícia. Na internet, a produção quase instantânea de notícias tende a minimizar os fatos e abolir as análises. É como se o texto jornalístico não mais refletisse sobre questões relativas à sociedade e não cumprisse o seu papel de formador de opinião.

> *Entre a ocorrência de um fato e a sua veiculação seja por jornais ou revistas , seja pela televisão, percorre-se um caminho relativamente rápido, se medido em horas, mas bastante tortuoso e complexo. A começar do fato de que a imprensa não vive apenas de episódios. Ocorridos num determinado dia, mas também da discussão, do debate e da análise de acontecimentos ou situações intemporais(...)*[22].

Mas a internet ainda sobrevive a partir de notícias que carregam pequenos episódios ou fragmentos deles. Na rede, não se valoriza o conteúdo, mas a velocidade do furo. Como então classificar a qualidade deste material jornalístico?

[21] Cf. MARCONDES FILHO, C. 2000: p.31
[22] ROSSI, C. 1980: p. 16

Será que é confiável? Será que o profissional de comunicação consegue em tempo hábil apurar tudo que ele precisa para a redação da notícia?

Não é preciso ir muito longe para saber que a velocidade interfere no conteúdo informativo das notícias. A primeira constatação é o tamanho reduzido das matérias que não compreenderá todo o acontecimento, que é complexo demais para ser escrito em algumas linhas. Mesmo se ao invés de dez linhas usássemos mil linhas, o acontecimento não seria colocado de forma plena.

Se notícia *"é o relato de um fato novo relevante"*[23] e o *lead* é apenas *"a abertura de uma notícia, a notação mais importante ou interessante"*[24], podemos dizer que as matérias extremamente pequenas não se encaixam dentro do conceito de notícia. Isto porque ela é extremamente curta, não passando de um parágrafo, e quase sempre não contém informações completas sobre o assunto que responderão os questionamentos do *lead*; quem, o que, quando, onde, por que e como. Quando publicam só l*ead,* vende-se a falsa ilusão de que isto é suficiente para informar o leitor.

Nota-se também que a produção jornalística contemporânea acaba por não detectar o cotidiano e se afasta dos contextos onde a cidadania se manifesta e produz história.

---

[23] LAGE, N. 1998.
[24] Ibidem.

Vale ressaltar também que a adoção das tecnologias de informação e comunicação está voltada para a publicidade. Desde a entrada maciça de tecnologia nas redações, o jornal não é mais considerado um meio que fomentará o despertar do senso crítico no leitor. O que se vê agora são fábricas expressas de informação, isto é, o jornalismo é visto como mercadoria de fábrica.

Desta forma, a empresa jornalística se transformou em uma usina de informação, *"disseminando uma gama diversificada de produtos destinado a diversos públicos e diversos objetivos"*[25].

O conteúdo informativo não é o mais importante. Os grandes sites estão preocupados com a estética, com a publicação de assuntos variados e superficiais, a fim de poder atingir um público cada vez maior.

> *Sob as novas condições, a prática de produzir e divulgar notícias (o nome "jornalismo" vai se tornando cada vez mais incerto), operando sob o princípio da rapidez, da redução e racionalização lingüística, da volaticidade, não deixa de recolocar velhos problemas: até que ponto notícias produzidas em ritmo de alta velocidade ainda são confiáveis? Até que ponto pode depositar a mesma credibilidade que se tinha em relação aos antigos jornais, historicamente constituídos, socialmente muito mais enraizados, no noticiário da Net? Até que ponto o público está em condições, tem filtros, e mesmo interesse, para fazer uma seleção apurada das notícias que recebe*[26]*?*

[25] ADGHIRINI, Zélia. 2002.

[26] MARCONDES FILHO, C. 2000: p. 147

Parece haver, então, uma "ditadura da superficialidade" ou como no título do texto de Flávio Lobo[27], vivemos na "Era da Ignorância". A disseminação de que tudo precisa ser breve e simples está cada vez mais instaurada na sociedade. Isto traz conseqüências sérias para o jornalismo e para seu público. Para o jornalismo, porque os profissionais ficam cada vez mais reduzidos ao automatismo e para o público que não recebe um material de qualidade para se informar sobre o mundo contemporâneo.

3. INTERNET

A internet nasceu em 1969, nos Estados Unidos, e interligava laboratórios de pesquisa. Seu nome era ARPAnet

[27]LOBO, F. 2000 p. 22

(ARPA: *Advanced Research Projects Agency*). Surgiu no auge da Guerra Fria e por isso, a meta primordial da ARPA, ligada ao Departamento de Defesa Norte-americano, era o de manter a superioridade tecnológica dos Estados Unidos e servir de alerta contra avanços tecnológicos imprevistos de adversários potenciais. Surgiu então o conceito central da Internet: é uma rede em que todos os pontos se eqüivalem, ou seja, não há um comando central.

O nome Internet só nasceu mais tarde, quando a tecnologia da ARPAnet passou a ser utilizada para conectar laboratórios e universidades nos EUA e depois em outros países.

Durante duas décadas a Internet ficou restrita ao ambiente acadêmico e científico. Em 1987, a rede foi liberada para uso comercial nos Estados Unidos. Mas foi somente em 1992 que a Internet virou "moda". Começaram a surgir várias empresas provedoras de acesso. Centenas de milhares de pessoas começaram a inserir informações na rede e daí por diante a internet se tornou mania mundial.

A chave para todo este sucesso da Internet é, certamente, o *hiperlink*[28] e consequentemente o hipertexto[29]. Os textos e imagens são interligados por meio de palavras-

[28] Hiperlink: É um dos principais elementos de um hipertexto, pois permite a conexão de uma página com informações à outra previamente definida, geralmente contendo um assunto correlato. Nas páginas WWW, os hiperlinks aparecem como palavras em destaque, normalmente sublinhadas e de outra cor do restante do texto, e são acionados clicando-se sobre eles com o mouse.

[29] Hipertexto: Conjunto de documentos textuais interligados por hiperlinks, permitindo a consulta das informações de uma forma não seqüencial. http://www.intergate.com.br/suporte/glossario: 1999

chave, tornando a navegação simples e agradável. A "antiga" Internet, antes da Web (criada em 1991 pelo laboratório CERN, na Suíça) e das facilidades do hipertexto, exigia do usuário disposição para aprender um ambiente pouco amigável, unicamente em texto. Então, podemos dizer, que a *Web* e o *hiperlink* fizeram pela internet, o que o *Windows* fez pelo computador pessoal, mesmo sendo criticado por alguns, conseguiu criar um ambiente amigável homem-máquina.

A partir de então, a Internet só fez crescer e em 1995, ela foi lançada no Brasil para fins comerciais. O número de internautas aumenta a cada ano, juntamente com o número de *homepages. "A Web vem se espalhando rapidamente no Brasil, mantendo uma taxa de crescimento de 30% ao mês"*[30].

3.1. **Impacto da Internet no Jornalismo**

O surgimento e consolidação da Internet no mercado brasileiro e no mundo traz sérias e profundas implicações em todos os campos do conhecimento devido à sua velocidade e possibilidade de transmissão de informação. Além disso, a Internet tem, mais do que qualquer outro meio, um grande alcance mesmo que ainda seja uma mídia restrita.

A rede está presente no mundo inteiro, basta o usuário acessar a *site* através de um endereço eletrônico. Em apenas

[30] http://www.uol.com.br/mundodigital

cinco anos a mídia eletrônica abrangeu "...*269 milhões de pessoas conectadas no mundo, enquanto no Brasil, são dez milhões*"[31].

Os números reforçam a potencialidade da internet e faz do ciberespaço um dos principais canais de comunicação e suporte de memória da humanidade. A internet se transformou em um grande arquivo de informações que pode ser consultado a qualquer hora e lugar.

Nesse novo contexto, a busca por informação seja através de notícias ou publicações digitais tornou-se um dos motivos que levam as pessoas a acessarem a rede.

Após a euforia da estréia da rede, os grupos editoriais e as empresas jornalísticas perceberam que para seus respectivos sites terem visibilidade, precisariam ser acessados, e para isso, era necessário investir em conteúdo exclusivo, além daquele disponível nas edições impressas. Foi então que foram implementados canais de notícias em tempo real para despertar e criar o hábito da leitura da versão *on-line*.

Diante disso, o jornalismo se redefine e dá início a era de digitalização da informação. Mais do que isso, há uma supressão dos limites de espaço e tempo que sempre acompanharam as edições impressas e telejornais. O jornalismo tinha que fazer parte deste cenário e alimentar

[31] BARBOSA, Suzana. 2001.

o fluxo informativo frenético da mídia eletrônica. O hipertexto e o *link* seriam elementos constitutivos e inovadores para a escrita digital.

Estes dois elementos:

> *...alteraram significativamente os modelos finais das matérias, que a despeito das quebras de limites espaciais proporcionados pela mídia digital, acabam sendo produzidas segundo formatos variados adotados pelos sites jornalísticos. Também muda a relação entre fornecedores e consumidores da informação, já que o ambiente eletrônico possibilita a interlocução do consumidor com o fornecedor, do receptor com o emissor e destes entre si. O que era unidirecional passou a ser reticular.*[32]

Nasce então o jornalismo *on-line* que se mune do hipertexto e do *hiperlink* para digitalizar a informação que se estabelece na mídia eletrônica de maneira não-linear, já que as mensagens circulam em rede. E é essa forma não-linear que leva o leitor a ler e acessar a informação em qualquer ordem que ele escolher. É o que André Lemos chama de *"utilização criativa dos conteúdos"*[33]. A informação está em fluxo, basta o usuário escolher onde clicar primeiro.

Com o hipertexto e os *hiperlinks*, o jornalista pôde fornecer conteúdo de notícia original, tanto através de hipertexto para documentos e informações em bancos de dados como para matérias de editorias diferentes mas que se complementam, dando ao leitor maior chance de análise e conhecimento sobre determinado assunto.

---

[32] MARTINS, L. apud PICCININ. 2002

[33] LEMOS, André. 2001.

No entanto, a idéia de hipertexto foi mudada, ou pelo menos, distorcida, devido à ascensão dos grandes portais em 1998. Os portais centralizam informações variadas, serviços de *e-mail*, canais de *chat* e relacionamento, *shoppings* virtuais, mecanismo de busca na *Web*, entre outros. Todos estes serviços disponíveis tem a intenção de orientar e prender a navegação do usuário pela *World Wide Web*. Isto é feito para tentar captar audiência para os grandes portais. Há, então, uma desvinculação da essência do hipertexto que é a de *"construir caminhos próprios"*[34] na malha da rede.

Vale ressaltar também que o jornalismo é uma das maiores fontes de geração de tráfego e acesso dos portais. Neles é que encontramos a maior parte das edições online dos grandes jornais nacionais e internacionais.

Outra mudança que a mídia eletrônica provocou no jornalismo foi quanto à atualização dos conteúdos. Ela acontece de maneira constante e por isso, não trabalha com *deadline* estabelecido. Em qualquer momento, na medida em que novas informações vão sendo produzidas, pode-se disponibilizar conteúdo novo. Esta renovação contínua tem a intenção de manter o leitor mais tempo dentro do *site*, entretido com a página e seus *links*.

A internet também propicia a multimidialidade, isto é, a junção de várias mídias em apenas uma. Na rede podemos assistir vídeos, ouvir rádio, ler notícias, ver fotos e

[34] Ibidem.

animações. Além disso, o internauta pode, através do *e-mail*, sugerir assuntos para serem abordados ou comentar a matéria lida no *site*.

O produto jornalístico, por sua vez, também sofre transformações. Ele é ajustado às necessidades de informação do leitor-internauta que pode criar sua *webpage* de acordo com suas preferências de assunto para cada notícia.

> *Com a personalização, o conteúdo jornalístico passa a ter a configuração de uma potência, ou seja, de uma série de conteúdos armazenados não mais como depósito ou arquivo, e sim, como uma miríade de conteúdos, atualizáveis segundo a lógica de preferência, histórica e hipertextual de cada usuário. Gerando processos efêmeros de publicação eletrônica, atualizáveis várias vezes ao dia, e diferenciados entre si, de acordo com a sua inter-relação com usuários específicos*[35].

Por fim, a nova mídia se configura como um desafio, uma vez que muito pouco é discutido sobre as novas orientações sobre a prática jornalística neste ambiente. Ainda que conserve a essência do jornalismo que é a busca de informação de interesse público, esta prática vai ser transformada pela introdução de técnicas exigidas pela *Web*. Uma nova forma de notícia nasce e se impõe como um modelo de transmissão da informação: é a notícia em tempo real.

---

[35] SILVA, Júnior. apud BARBOSA, Suzana. 2001

4. NOTÍCIAS EM TEMPO REAL

As primeiras experiências de veiculação de notícias na rede datam do final da década de 80, período de criação da *World Wide Web*. Nesta época já podiam ser observados em outros países os primeiros serviços de notícias especializadas, oferecendo informações em “tempo real”.

No Brasil, o Grupo Estado foi quem primeiro percebeu o potencial da rede para divulgação de notícias em tempo real, e em fevereiro de 1995, passou a operar serviços informativos pela *Web*, através de *link* com a *World News*, de

Washington. Em 1991, já havia criado a Agência *Broadcast* que *"...conta hoje com cerca de dez mil clientes credenciados"*[36]. No entanto, quem de fato foi o primeiro a lançar um jornal completo *on-line* foi o *Jornal do Brasil* (www.jb.com.br), em 28 de maio de 1995. Até hoje podemos ler em seu slogan no site: "O Primeiro jornal brasileiro na Internet".

Num contexto de uma grande euforia com a novidade da Internet, todos os jornais do país migraram para a rede. Vale ressaltar, que no início os sites noticiosos se limitavam a mera transposição das edições impressas para a versão *on line*. Somente depois as empresas de comunicação começam a perceber as características da nova mídia e a necessidade de adoção de processos diferenciados. Foi então que um conteúdo singular foi sendo implementado nos sites com o objetivo de atrair leitores e consequentemente, audiência. Um destes conteúdos exclusivos seria a notícia em tempo real.

Foi neste momento que surge a idéia de empresas jornalísticas como "usinas de informação"[37], com a principal preocupação de disseminar diversos produtos para diferentes segmentos e, claro, com objetivos distintos, isto tudo para atrair leitores e com isso, cliques para a *homepage*.

---

[36] ADGHIRINI, Zélia. 2002.
[37] ADGHIRINI, Zélia. 2002.

O jornais impressos se aproveitaram da credibilidade que já possuíam junto ao público-leitor e incrementaram seu *Know-how*. As empresas de comunicação se dedicaram, cada vez mais, em buscar, tratar e disseminar informação. Os jornais passam, então, a oferecer serviços especializados, tipo agência de notícia que alimentavam não apenas o próprio jornal como também os clientes externos.

É também o auge das agências de notícias que, antes de mais nada, privilegiam a velocidade.

> *...começa a surgir uma nova técnica jornalística que é necessária para produzir a informação em tempo real e a informação on-line, uma notícia muito curta, cujo valor está na atualidade que, por sua vez é medida em segundos*[38].

Ainda de acordo com o texto, "*Informação On line: Jornalista ou Produtor de Conteúdos?*"[39], a "febre" do tempo real na imprensa brasileira se adaptou a grande instabilidade econômica vivida pelo país. Devido às grandes oscilações do mercado, tornava-se necessário saber rapidamente tudo o que se passava na área financeira para evitar ou, pelo menos, limitar as perdas tanto do setor privado, como para os cofres do governo. O objetivo era estar sempre consultando agências de notícias na tentativa de uma melhor comunicação com o mercado financeiro.

O modelo de jornalismo que se configurava interferiu no mercado profissional para o repórter. Era preciso alimentar

---

[38] Ibidem

[39] ADGHIRINI, Zélia. 2002.

os sites com um fluxo contínuo de notícias com médias de atualização de quatro minutos. Hoje, a maioria do público não mais aguarda a edição do jornal do dia seguinte para se informar.

> *Na imprensa e na televisão, a exposição pública continuada igualmente "queima" a cena. O jornal de ontem perdeu seu charme porque já está muito exposto; as notícias têm de se sobrepor umas às outras, pois o tempo de exposição os tornará muito rapidamente envelhecidas. Por isso, a imediaticidade da informação, a compulsão atual pelo mais atual que o atual, independente da qualidade desse atual ou mesmo de sua veracidade.*[40]

Disponibilizadas em muitos sites brasileiros, as notícias em tempo real parecem estar se consolidando como o principal modelo de veiculação de informação *on-line*. Atualmente, os jornais estão dando bastante destaque a esta forma de veicular a informação que sempre vem acompanhada da hora e do dia em que foi publicada no site. Além disso, as notícias são inseridas na medida em que os fatos vão acontecendo, claro que com uma pequena defasagem.

As notícias em tempo real impõem um tipo de ditadura da instantaneidade, em que a informação deve ser divulgada com extrema rapidez e o mais preocupante, com pouco ou nenhum aprofundamento, destoando assim, do princípio básico da internet que é o hipertexto (possibilidade de aprofundamento através de *links* que interligam documentos

[40] MARCONDES FILHO, C. 2001: p.39

em texto) e o ilimitado espaço e tempo para veiculação da informação. O interessante é que os jornais preferem a *"obesidade informacional"*[41], ou seja, notícias rasas e em muita quantidade.

> *...a chamada "obesidade informacional" ou a overdose que nos impõe diariamente a internet, como, por exemplo, da neutralização das informações provocada pela abundância, a da dispersão do receptor, a da incapacidade de trabalhar esse volume, que acaba se tornando opressivo, a do fim da informação pela "metástase" etc*[42].

A adaptação destas notícias na rede se deu de forma bastante satisfatória e rápida e tem origem nas agências de notícias. Estas veiculavam seu material na Internet para que ele pudesse ser rapidamente visualizado por seus associados. Mais tarde, os jornais inverteram o processo. O *JB Online*, por exemplo, entra em acordo com a Agência JB em janeiro de 1996, para uma alimentação permanente de sua edição digital em tempo real. Os jornais digitais começaram a inserir o material das agências de notícias dando o nome de "plantão" ou "últimas notícias". São nestes locais que encontramos as notícias em tempo real que trazem consigo a atualidade e a velocidade que traduzem uma concepção bastante clara de um modo de fazer jornalismo totalmente vinculado ao mercado e às necessidades do cliente, do consumidor da informação.

---

[41] MARCONDES FILHO, C. 2001: p. 39
[42] Ibidem.

Outro exemplo foi o *Universo Online* que lançou, em 1996, o *Brasil Online,* o primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa da América Latina, com informações de agências de notícias (Agência Folha, Reuters, Associated Press, entre outras).

Para se entender melhor como e por que as empresas jornalísticas se adaptaram tão rapidamente ao ritmo frenético da Internet e do tempo real, basta lembrar do início da introdução das novas tecnologias nos veículos de comunicação nos anos 80. Neste período, os jornais adotaram o termo informação no lugar de notícia. Isto prova mais uma vez que o jornalismo passou a veicular seu material de acordo com as normas do mercado, do lucro, das necessidades de quem consome este produto.

Segundo Robert Park[43], a notícia é como um presente muito especial do conhecimento. Para ele, só é realmente notícia quando chega às pessoas para as quais tem um "interesse noticioso". *"Publicada e reconhecida a sua significação, o que era notícia se transforma em história"*[44].

Ao contrário, da notícia, a informação para Luka Brajnovic é considerada como:

> *A informação é o conjunto de formas, condições e atuações para fazer públicos contínua ou periodicamente – os elementos do saber, de fatos, de acontecimentos, de especulações, de ações e projetos,*

[43] PARK, Robert. apud MEDINA, Cremilda. 1988: p. 21
[44] Ibidem.

> *tudo isso mediante uma técnica especial feita com este fim e utilizando os meios de transmissão ou comunicação social. Esta técnica especial pode ser a técnica jornalística, que necessariamente utiliza instrumentos próprios para que a informação – conseguida e formada por esta técnica – se faça pública*[45].

Diante disso, verificamos que os veículos *on-line* se utilizam do termo "notícia" erroneamente. Isto porque o que encontramos nos *sites* são informações que ainda não passaram ao *status* de notícia. É como se o profissional de imprensa não tratasse a informação para que esta se transformasse em notícia. O tempo real reduz a notícia, à *flashes* de dados superficiais e muitas vezes, incompletos.

> *O declínio do conceito de notícia e sua substituição por informação não é apenas uma troca casual ou uma questão de moda e não se restringe ao jornalismo econômico ainda que aí tenha se originado. O termo está sendo usado de modo geral nos sistemas de informações on-line e em tempo real e traduz uma concepção e um modo de fazer jornalismo totalmente veiculado ao mercado e às necessidades do cliente, do "usuário da informação", conforme está sendo chamado aquele que era o leitor da notícia*[46].

4.1. Linguagem

Como já foi dito no capítulo anterior, com o surgimento da internet, verificou-se uma rápida e intensa migração das mídias já existentes para este novo ambiente. De início, o ponto principal disso é que não se observou grandes alterações de linguagem. Mas, como sabemos, uma nova mídia

---

[45] BRAJNOVIC, Luka. apud MEDINA, Cremilda. 1988: p. 22

[46] BRANDÃO, Elizabeth. apud ADGHIRINI, Zélia. 2002

sempre se utiliza da linguagem do veículo de comunicação antigo. Assim foi com a televisão e o rádio e, portanto, a internet não poderia ser uma exceção. No entanto, em um determinado momento notou-se que era preciso descolar-se da linguagem existente e formatar uma própria.

O jornalismo *on-line* que nascia não passava de uma mera transposição dos textos do "velho jornalismo" impresso para o novo meio – a internet. A velocidade de conexão da rede era precária e seus recursos eram pouco conhecidos. Por isso, o parâmetro imediato a ser utilizado pelas versões *on-line* foi a do jornal impresso.

Diante do novo modelo de produção e distribuição da informação que nos impôs a internet, tornou-se indispensável discutir qual é o tipo de linguagem deste meio, já que ele reúne várias outras mídias, provocando assim, interferências de linguagem através do áudio, vídeo e texto, sem esquecer da segmentação, da interatividade, da hipertextualidade e da instantaneidade advinda da possibilidade constante de atualização dos conteúdos.

Ainda hoje, notamos que os veículos de comunicação *on-line* não utilizam todos os recursos multimídia que a rede

oferece para o aprofundamento e até mesmo, incremento das *webnotícias.* Houve uma subestimação das verdadeiras características da internet e de tudo que ela poderia acrescentar no que diz respeito à crescente adição de qualidade do material jornalístico veiculado neste ambiente. Foi mais cômodo para as empresas de comunicação transporem o conteúdo impresso diretamente na mídia eletrônica, não pensando nos novos horizontes que poderiam trazer para o jornalismo *on-line*.

As notícias em tempo real foram um dos principais frutos deste pensamento. Priorizou-se muito mais a instantaneidade oferecida pela rede e superficialidade do texto. O hipertexto como ferramenta de aprofundamento foi deixado de lado. A proposta inédita de uma nova forma de leitura (a leitura não-linear) parece que também foi abolida.

> *Um jornal na WWW não é um jornal em papel numa tela. Ele tem que ser mais: oferecer "links", propor leituras não lineares, tornar disponíveis arquivos, estimular a participação do público, embutir recursos como sons, imagens fixas e animadas etc. Não de se trata mais de "um jornal", como papel de embrulhar peixe, mas de uma outra mídia, de natureza hipertextual*[47].

Vale ressaltar que não são todos os veículos de comunicação que pensam desta forma. Existem outros que, mesmo tarde, descobriram o potencial da internet e agora, utilizam todos os seus recursos, com o objetivo de manter a

[47] LEMOS, André. apud PICCININ, 2002.

constante qualidade do material veiculado e, ainda, conquistar público, buscando o diferencial de conteúdo.

De acordo com Luciana Moherdaui, o avanço do jornalismo na internet propiciou novas formas de editar notícias na rede:

> *Atualmente, há duas formas de jornalismo na Internet. A primeira delas é a informação puramente on-line, em tempo real. A segunda são sites de publicações, especialmente da mídia impressa, transportados para a Internet. São sites que, normalmente, apenas reproduzem o conteúdo das publicações de mídia impressa, muitas vezes sem adaptar a forma do papel aos padrões da Internet*[48].

A *Revista Veja Online*[49] é um exemplo da busca do diferencial. Em seu site, o internauta encontra conteúdos adicionais que não estão presentes na versão impressa do produto. Os seus editores vislumbraram que as notícias *on-line* devem ser descritas de maneira não-linear e com todos os meios disponíveis na rede:

> *Tentamos nos diferenciar pelo texto, pela amplitude da notícia, pela consulta a mais fontes, por um conjunto rico de links para reportagens de Veja (...) o conceito é de produzir em torno de quinze notícia por dia. Grosso modo, e guardadas as diferenças, a idéia é fazer uma Veja por dia. As quinze notícias (...) devem cobrir o essencial e abrir o leque para outros temas. A construção da notícia é a antítese do estilo hotnews de portais. Não queremos ser os primeiros nem "carimbar" presença em 100% dos fatos do dia. Mas queremos ser os mais completos naquilo que noticiarmos. As decisões sobre as notícias em que vamos investir no dia partem de um misto de planejamento e decisão tomadas "no ato", Os profissionais que chegam pela manhã têm na máquina um "cardápio" preparado no final da noite anterior, com as notícias que provavelmente serão manchetes naquele dia. (...) Como temos um volume menor de notícia a publicar, é possível estabelecer discussões entre*

[48] MOHERDAUI, Luciana. 2000: p. 96
[49] http://www.veja.com.br

> *quem está na redação sobre enfoques, prioridades, notícias mais ou menos relevantes. (...) Outro aspecto que manejamos no nosso menu diário de notícia é a hierarquização das chamadas na home. Nossa lista de notícias não é feita à medida que elas são produzidas. Se julgarmos necessário, podemos manter no alto do site por um dia inteiro uma notícia feita pela manhã. Depende da relevância que julgarmos que a notícia tem para o internauta. Quem acessar nosso site agora poderá ver, por exemplo, notícias com data do dia anterior ocupando posição de destaque. Isso é mais uma prova de que não acreditamos neste nervoso conceito de efemeridade e volatilidade da notícia. Uma notícia produzida um ou dois dias atrás pode ainda ser relevante e, por isso, ocupar um espaço de peso no site.*[50]

De acordo com André Manta[51], mesmo que os sites noticiosos sigam a estrutura da versão impressa, dando a falsa idéia ao seu público de estar lidando com um produto conhecido, é preciso oferecer mais na mídia *on-line*, principalmente porque no suporte digital, para o autor, não há restrições de espaço como nos jornais, revistas e televisões tradicionais. Além disso, Manta argumenta que diante da quebra da linearidade proporcionada pela internet, deve-se subsistir a necessidade de contar bem uma história, uma vez que as possibilidades oferecidas pela rede devam ser aproveitadas para facilitar a compreensão dos fatos.

Por quê então observamos tantos exemplos que indicam o contrário? As notícias não possuem aprofundamento e são, muitas vezes, incompletas. Além disso, oferecem leituras

---

[50] VARGAS, Nilson. apud MOHERDAUI, Luciana. 2000: p. 100

[51] Cf. MANTA, André. 1997.

lineares e desprovidas de qualquer tipo de recurso que permita o detalhamento da informação.

Segundo Luciana Moherdaui, quando se escreve para *Web*, deve se levar em conta o tipo de público a ser atingido e também o fato de que é preciso trabalhar com vários níveis de informação, ou seja, a partir de infinitos desdobramentos da notícia.

Ao contrário, Studart[52] destaca a importância de se levar em conta o comportamento inquieto dos usuários da redação da notícia para Internet. Ele argumenta que as pesquisas com usuários de sites constatam que a busca, em primeiro lugar, se dá exatamente pelo texto. Somente depois o usuário vai atrás de fotos e vídeos. A pesquisa traz também que o internauta tem concentração pequena, de apenas 30 segundos, o mesmo tempo dos comerciais de TV. Para ele, estes dados levam a crer que a melhor forma de se escrever para a *Web* é seguir a linguagem usual em rádio e televisão. Studart acrescenta ainda que o internauta suporta ler textos que se estendam por até duas telas de computador.

> *Dependendo do design do site, cada tela tem em média dois parágrafos, no máximo. As notícias, portanto, precisam ter, no máximo, quatro parágrafos, estourando seis*[53].

As opiniões divergem muito quando o assunto é redação para *a* internet. Por ser uma mídia nova, sua linguagem vem

---

[52] Cf. STUDART. apud PICCININ, Fabiana. 2002.

[53] STUDART apud PICCININ, Fabiana. 2002

se adequando aos poucos, assim como foram com os outros veículos no passado. No entanto, as opiniões dos autores nos faz pensar em outras questões. Quando Studart diz que os usuários buscam principalmente texto, podemos deduzir que ele também quer qualidade no que vai ler. Se ele procura, é porque quer encontrar, dentro do assunto desejado, informações aprofundadas ou que pelo menos, tenha possibilidades para tal.

Vale ressaltar que as matérias *on-line* não necessitam ser extensas, uma vez que tornaria cansativo para o usuário que lê através da tela do computador. Mas, que pelo menos, fossem um pouco mais valorizados os recursos de *hiperlink* e hipertexto como no site de notícias *Caderno I*[54]. Ali, o internauta se aprofunda no assunto, se ele desejar.

Carlos Alberto Teixeira[55], admite que é bastante pobre o uso de *hiperlinks* embutidos no corpo da notícia. Para ele, muitas vezes isto é feito sob a alegação de que é antiprodutivo quebrar o ritmo da notícia do leitor enquanto este digere o texto. De acordo com o autor, a melhor solução seria a abertura de janelas pequenas sem sumir a primeira janela onde se localiza o primeiro texto. No entanto, *"não se pode exagerar nos hiperlinks. O meio-termo é a melhor saída"*[56].

[54] http://ultimosegundo.ig.com.br/home/cadernoi
[55] TEIXEIRA, 2002.
[56] Ibidem.

Outro fato importante que Carlos Alberto Teixeira ressalta em relação ao material jornalístico *on-line* é que as linhas das notícias são longas demais. O leitor se perde no movimento ocular rápido. Por isso, os jornais tradicionais utilizam colunas. *"Mas por quê a Web não as utilizam? Se preocupam mais com os banners, boxes e animações"*[57].

Segundo João Messias Canavilhas[58], os utilizadores da mídia eletrônica preferem navegar livremente num texto separado em blocos do que seguir a leitura de um texto compacto escrito seguindo as regras da pirâmide invertida, como acontece nas notícias em tempo real. Isto indica que os internautas valorizam muito à possibilidade de conduzir sua própria leitura, assumindo um papel ativo na notícia. Para Canavilhas, é como se ele construísse com os cliques do *mouse* sua própria pirâmede invertida.

> *No webjornalismo não faz qualquer sentido utilizar uma pirâmide, mas sim um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si. Um primeiro texto introduz o essencial da notícia estando os restantes blocos de informação disponíveis por hiperligação*[59].

Outro aspecto importante a ser considerado em relação a linguagem da *Web*, é o reconhecimento da existência do indivíduo, reforçando a importância do recurso da interatividade da mídia eletrônica.

---

[57] TEIXEIRA. 2002.
[58] Cf. CANAVILHAS, João. 2000.
[59] Ibidem.

> *Todos estamos acostumados a consumir e criar parágrafos impessoais, dedicados a ninguém e até construídos para dar impressão de que são verdades acima de qualquer influência exercida pelo ser humano comum. (...) Assim, o título deixa de ser "receita libera mais lote da restituição de Imposto de Renda", para "Veja se a sua restituição do Imposto de Renda foi liberada". E isso é algo que não pode ser feito por nenhum outro meio*[60].

A discussão de qual linguagem deve ser usada pela mídia eletrônica é polêmica. Por um lado, alguns argumentam que o padrão de notícia deve ser o que conhecemos hoje: superficial e curta devido às dificuldades da leitura na tela e a leitura não-linear que acaba por confundir o leitor. Outros criticam esta visão e ainda completam que o texto *on-line* pode ser muito mais informativo do que este que conhecemos nas notícias em tempo real divulgadas pelos veículos de comunicação na rede.

Se estudos[61] revelam que o internauta brasileiro busca, em primeiro lugar, a informação, podemos constatar que uma linguagem mais adequada para as notícias *on-line* é emergencial. Torna-se necessário aumentar a qualidade e por que não, reduzir a paranóia da velocidade antes de tudo. Além disso, é preciso tornar a informação, antes de mais nada, confiável. Muitos sites soltam a informação antes da plena confirmação da mesma, isto tudo para privilegiar o furo.

---

[60] AQUINO, 2000. apud PICCININ, Fabiana. 2002.
[61] ADGHIRINI, Zélia, 2002.

O leitor-internauta, que quer se informar a partir de textos veiculados na rede, fica fadado ao resumo do resumo do texto veiculado no jornal impresso. De acordo com o relato do Centro de Formação e de Aperfeiçoamento dos Jornalistas – CFPJ - há um intenso empobrecimento da linguagem jornalística na rede:

> *...o leitor (...) sobrevoa mais do que quer ler, será preciso então reduzir os textos do papel em 50% antes de reescrevê-los on line. (...) No caso de uma reescritura na web a partir de documentos já escritos sobre o papel, é preciso inicialmente desestruturar os textos e tirar as idéias essenciais (...). O vocabulário da redação on line deverá ser simples. O princípio de sobrevôo do documento não suporta nem uma sintaxe nem um vocabulário complexos. A escrita se aparenta mais à linguagem falada, evitando-se a gíria e as repetições. O estilo é mais direto, menos literário que no suporte escrito. A qualidade da informação é reduzida ao essencial*[62].

Em suma, muitos são os problemas com a linguagem jornalística utilizada pelos sites noticiosos. As notícias em tempo real vêem se impondo como um padrão para a divulgação do material informativo na rede em que, muitas vezes, nem o essencial da informação é dito. Por que isso acontece? Será que o público quer mesmo a superficialidade, os *drops* informativos? Ou será que os leitores preferem um material objetivo, completo e com qualidade?

No entanto, uma coisa é certa: se para o jornalista, a introdução de diferentes elementos multimídia altera todo o processo de produção noticiosa, para o leitor é a forma de

[62] LAMIÉ apud MARCONDES FILHO, C. 2000: p. 157

ler que muda radicalmente. Perante o obstáculo evidente, o hábito de uma leitura linear, o jornalista se vê diante de um dilema que é o de encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção que lhe foram impostas pelos meios antigos.

Torna-se indispensável um aprofundado estudo sobre o comportamento do leitor na busca de informação na internet, a fim de que o jornalista tenha a segurança de que o produto final do seu trabalho estará tendo o retorno devido. Em seu livro "*Guia de Estilo Web*", Luciana Moherdaui, traz uma pesquisa sobre leitura e produção jornalística na *Web*, realizada com 436 internautas brasileiros. O levantamento de dados é do instituto de pesquisa Diga-me.

> *O resultado da pesquisa de comportamento apresentado anteriormente aponta indícios sobre o perfil do leitor on-line e orienta o planejamento jornalístico no espaço virtual: o que mais chama atenção dos leitores em notícias na Web é o título das matérias (30%). Logo em seguida, estão a chamada (25%) e o conteúdo (20%). Lead (13%) e foto (10%) se tornam secundários quando o assunto é mídia digital. Os usuários gastam cerca de 15 a 30 minutos lendo notícias na rede (40%). E preferem matérias editadas no formato utilizado pelas revistas (35%), jornais (31%) e informação organizada em blocos com links (28%). Eles também sugerem outras formas de edição de notícias no ciberespaço. Os leitores de notícias on-line se transformaram nos grandes "checadores" do noticiário da Web. Visitam diversos sites para confirmar as notícias que chegam pela tela do computador. Procuram informação mais detalhada na Internet (69%) e nos veículos de comunicação tradicionais (31%). Navegam diariamente e acessam a rede de suas residências (62%). São assinantes de produtos da mídia impressa – jornais (41%) e revistas (58%). Entre as atividades mais importantes na rede,*

> *estão: pesquisa (37%), e-mail (31%) e notícias (18%)*[63]
> .

De acordo com a análise da autora, o resultado da pesquisa destacou três tipos de público e audiência na rede: leitores considerados *scanners* (que passam os olhos pelo texto); os que preferem recursos multimídia a textos; e os que procuram informações específicas, normalmente, lêem textos longos na tela do computador. O site para estes últimos deve possuir matérias longas ou com informações detalhadas.

Esta pesquisa demonstra o grande desafio do jornalismo *on-line,* desde o advento do primeiro jornal digital, que é o de procurar uma "linguagem amigável" que coloque a *webnotícia* como um produto mais adaptado às exigências de um público diversificado. O jornalismo *on-line* não pode se contentar apenas com a superficialidade e a velocidade, e nem mesmo, subestimar a preferência de seus leitores e os recursos que a mídia eletrônica oferece para o constante aprimoramento do material jornalístico.

4.2. **Jornalista, um profissional ainda necessário?**

[63] MOHERDAUI, Luciana. 2000: p. 120.

"A Internet não elimina apenas as noções de espaço/tempo. Ela confunde as fronteiras entre jornalistas profissionais e produtores de conteúdos".[64]

A afirmação de Zélia Adghirini tenta justificar como a profissão do jornalista está sendo desvalorizada nos últimos anos. Isto porque o mau uso da linguagem jornalística e, porque não dizer, dos recursos multimídia da internet, estão contribuindo para o empobrecimento do conteúdo e por conseguinte, da própria profissão do jornalista.

Como vimos antes, a transposição da notícia para informação e a confusão entre estes dois conceitos, mistura o papel clássico do jornalista e do "profissional" que apenas exerce a função "copiar-colar" da *web*. Segundo Zélia Adghirini, isto pode ser melhor verificado nos *sites* "piratas", ou seja, os produtores de internet não reconhecidos pela legislação. Estes sites divulgam notícias em tempo real sem nenhum jornalista responsável. *"Trata-se de um simples "copiar-colar" extraídos dos sites de jornais e agências"*[65].

Vale lembrar que há também jornalistas diplomados que atuam como verdadeiros "produtores de conteúdo". Eles escrevem uma quantidade enorme de matérias por dia, não se preocupando em nenhum momento com o compromisso social de

[64] ADGHIRINI, Zélia. 2002
[65] ADGHIRINI, Zélia. 2002

um profissional de imprensa. Este tipo de profissional está cada vez mais presente no mercado de trabalho. E o que é pior: ele sofre com as pressões do tempo e o achatamento do salário. Muitas vezes, o jornalista é considerado pela empresa como um profissional que pode ser substituído por um estagiário que esteja cursando qualquer curso superior. Isto porque para descrever dados superficiais e organizá-los de maneira lógica, não será preciso de jornalista algum.

> *...ele precisa montar suas páginas, durante horas, uma a uma, nas quais não há outro jeito senão sobrevoar, tentando evitar aberrações, as exageradas faltas de gosto ... "Será que eles ainda são jornalistas?" se interrogam seus colegas repórteres, mesmo alguns professores de escolas de jornalismo para quem é cada vez mais difícil motivar seus alunos a escolher essa especialidade*[66].

Para Marc Laimé[67], a ruptura brutal do exercício da profissão de jornalista pelas novas tecnologias digitais, tende a transformar o profissional de imprensa em trabalhador autônomo, privado das garantias contratuais estabelecidas pelas empresas e pelos sindicatos e propenso a, fora de qualquer parâmetro ético, a propor seus serviços de "produtor de conteúdos" a qualquer empresa do setor de comunicação.

Podemos dizer que o auge da desvalorização da profissão de jornalista se deu há pouco tempo atrás quando a juíza

---

[66] CHARON. apud MARCONDES FILHO, C. 2000: p. 73

[67] Cf. LAMIÉ, Marc. apud ADGHIRINI, Zélia. 2002.

Carla Abrantkoski Rister, da 16ª Vara Cível da Justiça Federal de São Paulo, suspendeu a obrigatoriedade do diploma para jornalista no país. Esta decisão da juíza demonstra claramente que o profissional de imprensa não é mais considerado necessário dentro de qualquer mídia. O jornal *Folha de São Paulo*, por exemplo, já não exige mais, em seu processo seletivo para *trainee*, que o candidato tenha diploma de jornalismo.

Inúmeras vezes, ouvimos: *"Jornalismo não é ciência"*[68]. Com conceitos como este, tentam consolidar a idéia de que qualquer pode trabalhar como jornalista. Mas se o jornalismo não é mais valorizado, a culpa parece ser, em parte, dos próprios profissionais de imprensa que deixaram a instantaneidade se sobrepor à qualidade da informação, em que o melhor exemplo são as notícias eletrônicas em tempo real.

> *...hoje em dia, a maioria dos repórteres não sai mais do seu pequeno círculo de contatos e confia demais em notas oficiais. (...) O repórter tem que ir além, tem que ver janelas onde elas não existem, tem que provocar, especular e, às vezes, ir além dos fatos reais para poder chegar a eles (...) Poucos são os jornalistas que querem ir além daquilo que está em seu imediato raio de visão. Especular é parte dessa profissão* (...)[69].

Segundo Octavio Frias de Oliveira[70], a Internet prepara as empresas para uma perda de importância das áreas tradicionais. Neste cenário, o conteúdo passará a ter cada

[68] CARTA, Mino. 2001.
[69] THOMAS. 2002.
[70] FRIAS, de Oliveira, Octavio apud ADGHIRINI, Zélia. 2002

vez mais importância no faturamento das empresas. Para ele, no futuro, haverá o fortalecimento do jornalismo na empresa e do profissional de imprensa. Mas, para que a afirmação de Frias aconteça é preciso que os jornalistas não se acomodem e busquem se especializar cada vez mais. Os profissionais da área de comunicação têm que mostrar que são importantes,

uma vez que são os únicos capazes de tratar e analisar a informação de forma correta, buscando sempre o aprimoramento da notícia e a reflexão social sobre uma determinada situação.

5. ESTUDO DE CASO DO IPANORAMA

5.1. História e Estrutura

O veículo estudado neste trabalho é o portal local *Ipanorama.com.* Neste site são agregados conteúdos bastante diversificados. O internauta pode encontrar desde fotos (tipo uma coluna social eletrônica) até canais de bate-papo, indicadores financeiros, astrologia, busca de CEP, dicionário e tradutor, sites de algumas cidades da região, rádios e jornais em versão para internet, fóruns de discussão e plantão de notícias.

O *Ipanorama* faz parte de uma estratégia de crescimento na internet das Organizações Globo. A empresa, para fortalecer o recém-criado portal *Globo.com*, exigiu que todas as emissoras afiliadas criassem portais regionais para que cada acesso destes portais, fossem também contabilizados para a *Globo.com*.

A estratégia deu certo. A Globo.com, criada há cerca de dois anos, já é o terceiro mais acessado do país. *"Sua audiência em 2001 foi 2,7 milhões de visitantes. O portal registrou ainda, no ano passado, a maior taxa de crescimento (108%) da Internet no mercado brasileiro"*[71].

O Ipanorama foi lançado em 17 de abril de 2001 e começou dando prioridade ao serviço, informação e entretenimento. As notícias veiculadas, a princípio, pertenciam às editorias Brasil, Mundo, Esporte, Juiz de Fora e Região. No entanto, em janeiro de 2002 foram realizadas alterações editoriais e de visual. Atualmente, as notícias nacionais e internacionais se encontram em outra seção do portal, reservada à *GloboNews*, site do canal de notícias à cabo das Organizações Globo.

O Ipanorama, depois da reforma editorial, ganhou, também, mais uma editoria: a de Esporte. O portal apostou nas diferentes preferências dos espectadores da área de cobertura da emissora (e que também são o público-alvo do portal), e deu início a publicação de notícias do futebol mineiro e carioca, além de outras modalidades esportivas.

Atualmente, o Ipanorama conta com nove profissionais. Quatro destes cuidam diretamente do portal e os outros cinco são responsáveis pela alimentação do plantão de notícias. Um editor orienta o trabalho dos editores dos

[71] DAMASCENO, DUARTE, 2001. p. 92.

telejornais, que escrevem as notas a serem publicadas na rede. Há um *webmaster* responsável pela parte técnica e atualização de alguns canais, como o *Zum Zum Zum* (canal de fotos). Um funcionário do Departamento Comercial da emissora responde pela venda de *banners* no Ipanorama.

5.2. Análise da notícias

Para analisar as notícias em tempo real do *Ipanorama*, pesquisamos durante cinco dias úteis as notas publicadas em uma hora de atualização. O horário escolhido foi de 14h às 15h, nos dias 07, 08, 09, 12 e 13 do mês de agosto.

No estudo de caso verificou-se que as notícias em tempo real do site *Ipanorama* ficam no *Plantão i*, que objetiva a veiculação de informações das 127 cidades da área de cobertura da TV Panorama. As notícias são atualizadas de 20 em 20 minutos, totalizando uma média de quatro por hora; duas notícias de Juiz de Fora e região, uma notícia de Minas Gerais e por último, uma de esporte. Vale ressaltar também que o *Plantão i* é a única forma de publicação de material jornalístico produzido pelo site.

Na análise, verificamos que a qualidade e o aprofundamento da informação não é a prioridade do veículo. Assim, como na maioria dos sites noticiosos brasileiros, o privilégio é da velocidade de transmissão de dados

proporcionada pela mídia eletrônica. Isto porque as notas são extremamente pequenas e algumas vezes não explicam nem o essencial.

Quanto ao conteúdo das notícias, podemos afirmar que são meramente informativas e, por vezes, não conseguem cumprir este papel com eficácia. Além disso, constatamos erros de digitação nas matérias observadas, demonstrando, antes de mais nada, a sobreposição da velocidade de produção.

> *Dobra volume de exportação em JF*
>
> *O volume de exportaçÕes da cidade dobrou no último mês, favorecido pela alta do dólar. Algumas empresas, como a Belgo, projetam crescimento de até 400% nos negócios com o mercado externo.*[72]

> *Campeonato Mineiro Juvenil começa no dia 17 de agosto*
>
> *A equipe do Olímpico, de Carangola, se prepara para a disputa do Campeonato Mineiro de Futebol Juvenil. No último amistoso o Olímpico goleou o Pio 12, da cidade de Espera Feliz por 9 a 0. A comissão técnica retoma os treinamentos e a preocupação do professor Dante Carelli é com a preapração física dos jogadores. O Campeonato Mineiro Juvenil começa no dia 17 de agosto e a Federação define nessa semana a tabela da competição.*[73]

A maioria das notícias são locais e por isso, grande parte das fontes são de Juiz de Fora, exceto nas matérias das editorias de Esporte (nacional) e Minas Gerais. Foi verificado também, que a maioria das notas trazem informações de fontes oficiais, tais como, Prefeitura e

---

[72] http://www.ipanorama.com, 12/08/2002, 14h20

[73] http://www.ipanorama.com, 07/08/2002, 15h

Universidade Federal de Juiz de Fora. Muitas delas, são retiradas dos *press-releases* distribuídos por estes órgãos. O Ipanorama parece realizar um resumo da versão oficial.

Expo Feira terá reforço na segurança todos os dias

> *O esquema de segurança da 51ª Expo-Feira de Agropecuária de Juiz de Fora deverá ser reforçado este ano. Serão escalados 110 soldados para trabalhar, diariamente, no Parque de Exposições, nos cincos dias de festa. Além disso, a PM contará com o auxílio do Sistema de Monitoramento de Vídeo, utilizado na última Expo-Feira. Diversas câmeras instaladas em pontos mais movimentados do Parque de Exposições.*[74]

Esquema de segurança será reforçado

> *(JUIZ DE FORA, 06.08.02) Todos os eventos programados para a 51ª Expo-Feira Agropecuária de Juiz de Fora têm um item determinante para a qualidade de sua realização: a segurança. Durante os cinco dias de festa, o efetivo policial será reforçado para proporcionar ao público tranqüilidade para desfrutar de toda a programação.*
> *Segundo o Comandante da 173ª Companhia da Polícia Militar, capitão Almir Cassiano de Almeida, serão escalados 110 homens para trabalhar diariamente no Parque de Exposições. Os policiais vão estar divididos na Cavalaria, Policiamento Interno e Trânsito. Além disso, eles contarão com o Sistema de Monitoramento de Vídeo, utilizado com sucesso na última Expo-Feira, para auxiliar os trabalhos. As câmeras serão instaladas em pontos estratégicos como portões de entrada, bares e palco. As equipes, formadas por três ou quatro policiais cada, vão estar em contato, via rádio, durante todo o tempo. Além do esquema montado pela Polícia Militar, a Gerência de Agropecuária e Abastecimento (GAA), responsável pela organização do evento, contratou os serviços de uma firma especializada. Ao todo, serão 70 homens cuidando da segurança do palco, da portaria e dos animais em exposição.*
> *Algumas dicas para evitar transtornos durante os cinco dias de festa são importantes. Entre elas, evitar locais de maior aglomeração, moderar o consumo de bebidas alcóolicas e não deixar celulares em locais visíveis.*[75]

---

[74] http://www.ipanorama.com. 07/08/2002, 14h20

[75] Press-release. Prefeitura Municipal de Juiz de Fora.

A linguagem das notícias veiculadas pelo site Ipanorama não seguem padrões específicos de escrita para a internet. A linguagem das notícias do *Plantão i* se assemelham muito à de televisão. Em uma nota publicada no dia 07, sobre as inscrições do vestibular da UNB em Juiz de Fora, observamos expressões como "aqui mesmo", utilizadas com freqüência em TV.

De acordo com o Coordenador de web do Ipanorama, Carlos Alberto Ferreira Júnior[76], por mais que se busque uma elaboração editorial para a internet, as notícias acabam vindo com o texto influenciado pela linguagem de televisão.

Observamos também na pesquisa que as notícias nacionais de esporte publicadas pelo *Ipanorama* são totalmente retiradas do site jornalístico *GloboNews* (sem indicar a fonte), mesmo que logo abaixo do *Plantão i* (onde são localizadas as notícias regionais do *Ipanorama*), esteja o espaço reservado para as notícias nacionais da *GloboNews*. Vale ressaltar que este fato foi verificado fora dos dias da pesquisa, a partir de várias leituras no decorrer do trabalho.

> *Frentzen deve ficar fora do GP da Hungria*
>
> *O alemão Heinz Frentzen, que se desligou da Arrows nesta sexta-feira e ainda não fechou com nenhuma*

[76] Anexo 1

outra equipe para correr o restante da temporada, deve ficar fora do GP da Hungria, próxima etapa do Mundial de F-1, conforme revelou neste sábado seu empresário, Monte Field.
- Estamos trabalhando muito para que Frentzen volte a competir o mais rápido possível, mas ainda não temos nada de concreto. Não é muito provável que ele corra na Hungria – disse.
O alemão tem três destinos em mira. O primeiro e mais provável, segundo especulações, é que assuma o cockpit de Felipe Massa na Sauber, que se desentendeu com o dono do time suíço. As outras seriam a Jordan e a Toyota, porém, nestas duas últimas são remotas as chances de Frentzen correr ainda em 2002.[77]

Frentzen deve ficar fora do GP da Hungria

BERLIM - O alemão Heinz Frentzen, que se desligou da Arrows nesta sexta-feira e ainda não fechou com nenhuma outra equipe para correr o restante da temporada, deve ficar fora do GP da Hungria, próxima etapa do Mundial de F-1, conforme revelou neste sábado seu empresário, Monte Field.
- Estamos trabalhando muito para que Frentzen volte a competir o mais rápido possível, mas ainda não temos nada de concreto. Não é muito provável que ele corra na Hungria – disse.
O alemão tem três destinos em mira. O primeiro e mais provável, segundo especulações, é que assuma o cockpit de Felipe Massa na Sauber, que se desentendeu com o dono do time suíço. As outras seriam a Jordan e a Toyota, porém, nestas duas últimas são remotas as chances de Frentzen correr ainda em 2002.[78]

[77] http://www.ipanorama.com. 03/08/2002, 17h05
[78] http://www.globonews.com.br e Lancepress, 03/08/2002, 12h34

6. CONCLUSÃO

As inovações tecnológicas trouxeram para o jornalismo um desafio: velocidade na transmissão da informação e a qualidade das notícias. Ao longo do trabalho este aspecto se mostrou claro e nos impõe a uma reflexão sobre o futuro do jornalismo.

Uma das constatações deste projeto foi o fato de que os veículos de comunicação e, conseqüentemente, o profissional de imprensa se deixam levar pela lei da velocidade ditada pelo mercado. Notamos que a notícia, veiculada por sites jornalísticos, é substituída por *flashes* informativos que, muitas vezes, não cumprem a função básica de informar seu público. Isto demonstra que jornalismo não combina com a velocidade imposta pelas notícias em tempo real, que apresentam atualizações com curto espaço tempo.

As notícias em tempo real viraram "moda" no jornalismo *on-line* atual. É raro não observarmos este tipo de apresentação da informação nos grandes *sites* ou portais que

contenha o jornalismo como um dos alicerces no sentido de atrair audiência.

Constatamos também que as notícias em tempo real, apesar de serem apenas uma das formas de apresentação da informação na rede, aparecem em alguns *sites*, como no caso do Ipanorama, como a principal e única abordagem jornalística disponível para o público em geral. Notamos assim, uma subutilização do espaço que a mídia *on-line* dispõe.

Salientamos, também, que isto não aponta bons caminhos para o jornalismo, visto que redução da informação não traz, para o público-leitor, uma visão completa do fato, além de colocar o jornalista como um mero produtor de conteúdos, fazendo-o esquecer do pouco que restou do seu papel social. Por isso, tantas vezes temos que escutar que não é preciso diploma em comunicação para se exercer a profissão de jornalista.

Verificou-se também que a linguagem utilizada pelas notícias em tempo real, não cumpre seu papel informativo com eficácia. Muitos jornais *on-line* ainda usam a linguagem da versão impressa como um espelho para a escrita do material jornalístico na internet. Isto foi observado no *Ipanorama* que faz um resumo de press-releases, por exemplo. O site não traz desdobramentos de um determinado assunto e

muito menos tem interesse em fazê-lo, já que a velocidade é a prioridade dos editores do portal.

Ressaltamos que o *Ipanorama* nunca realizou uma pesquisa de público-alvo, demonstrando a sua não preocupação com os temas que devem ser tratados, com a linguagem a ser apresentada e, tampouco, com a forma de apresentação de notícia que os internautas poderiam se interessar mais. Diante disso, este trabalho deixou uma pergunta: será que todo leitor que navega pelas páginas de jornais eletrônicos possui um comportamento inquieto de cliques no mouse; não têm paciência de ler as notícias e nem desejam informações de qualidade? Até que ponto estas notícias são confiáveis, já que o que interessa é a velocidade?

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Diga-me (Anexo 8.3) com internautas brasileiros, 84% dos entrevistados lêem jornais on-line. A maioria deste universo (59%) não assina jornais impressos. Além disso, muitos leitores (69%) procuram informações mais detalhadas em outros veículos e gastam até 30 minutos lendo na tela do computador. Quando perguntados sobre que tipo de estrutura um jornal deveria privilegiar ao planejar uma notícia na internet, 61% dos leitores afirmam que os textos devem ser objetivos, mas não concisos.

Portanto, parece cômodo e fácil ficar supondo teorias, sem a realização de pesquisas que descubram o público-alvo

e suas necessidades. É muito simples também, acreditar somente na velocidade e achar que apenas isso dará conta de atender uma gama de pessoas.

Assim sendo, utilizou-se o caminho do menor esforço: a superficialidade, as notas curtas, a generalização. O *Ipanorama* se muniu da linguagem de TV em suas notícias *on-line* pela comodidade proporcionada ao veículo. Além disso, não se destacam grandes apurações nos assuntos abordados, uma vez que estes, em sua maioria, são provenientes de fontes oficiais e de cópias de sites maiores como acontece na editoria de esporte nacional que retira as matérias do *site* da *GloboNews*.

Acreditamos, ainda, que a abolição da leitura não-linear tenta nivelar os tipos de público e, ao nosso ver, incute na cabeça de muitos que esta forma de apresentação do texto não serviria por ser muito complicada, e porque não é nossa cultura de leitura, e portanto, seria difícil tentar a mudança.

Por fim, a grande audiência dos sites jornais e revistas eletrônicos nos últimos tempos coloca um desafio para o jornalismo *on-line* e para os profissionais de imprensa: a busca de uma linguagem específica e amigável para a *Web* e a atenção do público que se deseja atender.

7. BIBLIOGRAFIA

1) ADGHIRINI, Zélia. *Informação online*: jornalista ou produtor de conteúdos? http://www.intercom.org: 2002.

02) A INTERNET foi criada com objetivo militar. http://www.estado.estadao.com.br/edicao/especial/

1) ARGOLO, José A. Caminhos para a Investigação Jornalística. *Revista Lumina*, Juiz de Fora, V.3, n. 1, p. 17-32, jan/jun. 2000.

1) BARBOSA, Suzana. *Jornalismo Online:* dos sites noticiosos aos portais locais. http://www.intercom.org: 2001

2) CANAVILHAS, João. *Webjornalismo:* considerações gerais sobre jornalismo na web. http://www.bocc.ubi.pt: 2000.

06) COSTA, Greicy Mara França Queiroz. *As Novas Tecnologias na Imprensa Brasileira.* http://www.intercom.org: 2001.

07) CREDIBILIDADE das notícias na internet http:www.noolhar.com/opovo

1) DAMASCENO, Ana Luisa Silva; DUARTE, Juliana Rocha. *Linguagem e Tempo Real no Jornalismo de Rádio e Internet*. Juiz de Fora: UFJF, FACOM 2.sem. 2001, 127 fl. Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social.

2) GIOVANNINI, Giovanni. *Evolução na Comunicação*: do sílex ao silício. Trad. Wilma Freitas Ronald de Carvalho. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1987.

3) KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e Revolucionários*: Nos Tempos da Imprensa Alternativa. São Paulo: Ed. Página Aberta LTDA, 1991, p.32.

11) LAGE, Nilson. O lead clássico como base para automação do discurso informativo.http://www.cehcom.univali.br: 1998.

12) LEMOS, André. *Andar, Clicar e Escrever Hipertextos.* http://www.facom.ufba.br/hipertexto/andre.html: 2001.

13) LÉVY, Pierre. *Tecnologias da inteligência* – o futuro do pensamento na era da informação. Trad. Carlos Irineu Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

14) LOBO, Flávio. *A Era da Ignorância*. Revista Carta Capital, São Paulo, n.137, p. 20-25, dez/200.

15) MC KENNA, Regis. Competindo em tempo real. São Paulo: Ed. Campus, 1999.

16) MARCONDES FILHO, Ciro. Haverá Vida Após a Internet? Revista Famecos, Porto Alegre, nº 16, p. 35-44, dez/2001.

17) ---------. *Comunicação e Jornalismo:* A saga dos cães perdidos. São Paulo: Ed. Hacker Editores, 2000.

18) MANTA, André. *Guia de Jornalismo na Internet*. http://www.facom.ufba.br: 1997.

19) MEDINA, Cremilda. *Notícia, Um Produto à Venda* – jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Ed. Summus, 1988.

20) MOHERDAUI, Luciana. *Guia de estilo web* – produção e edição de notícias online. São Paulo: Ed. Senac, 2000.

21) MORAES, Dênis. *A ética comunicacional na internet.* http://www.bocc.ubi.pt: 2000.

22) O QUE é Internet? http://www.uol.com.br/mundodigital/beaba/oquee.htm

23) PERNISA JÚNIOR, Carlos. *O computador e a nova ordem do caos:* a informática nas redações jornalísticas brasileiras. Juiz de Fora: UFJF, 2 sem.1989, 154 fl. Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social.

24) PEQUENA história da internet http://www.uol.com.br/mundodigital/beaba/manual.htm

25) PICCININ, Fabiana. *O Texto Jornalístico On-Line:* um estudo sobre a linguagem da notícia na internet. http://www.intercom.org: 2002.

26) QUADROS, Cláudia. *Jornalismo na Internet:* conveniência, informação e interação. http://www.intercom.org.br: 2002.

27) RODRIGUES, Jaciara Rosa. *A Notícia transpõe distâncias-* O Advento das Novas Tecnologias no Jornal Impresso. Juiz de Fora: UFJF, 2.sem.1996, 96 fl. Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social.

28) ROSSI, Clóvis. *O que é Jornalismo?* São Paulo: Ed. Brasiliense, 1980.

29) SANTOS, Patrícia Diniz. *Mídia Digital*: dos princípios da liberdade à democracia ilusória. http://www.uff.br/mestcii/diniz.htm: 2001

30) THOMAS, Gerald. A Era do Jornalismo Preguiçoso. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 14 maio. 2002. http://www.jbonline.terra.com.br/jb/papel/colunas

31) UM POUCO da história da Internet. http://www.malagrino.com.br/online/olminter.html

32) VEJA.com.br: Revista Veja Online http://www.veja.com.br

33) VIEIRA, Toni André Sharlau. *O Jornalismo de Manual e o Desafio das Novas Tecnologias*. http://www.intercom.org: 2001.

34) VIRILIO, Paul. Da Política do pior ao melhor das utopias e à Globalização do Terror. *Revista Famecos*, Porto Alegre, n.16, p. 7-17, dez/2001.

Referências online:

1) http://www.bocc.ubi.pt

2) http://www.ciberjornalismo.com.br

3) http://www.facom.ufba.br

4) http://www.intercom.org

5) http://www.ipanorama.com

6) http://www.observatoriodaimprensa.com.br

7) http://www.uol.com.br/mundodigital

8) http://www.uol.com.br/mundodigital/colunas/parem

9) http://www.jb.com.br

10) http://www.veja.com.br

11) http://ultimosegundo.ig.com.br/home/cadernoi

12) http://www.oglobo.com.br

13) http://www.intergate.com.br/suporte/glossario

Vídeo

Jornalismo na Internet. *GloboNews*, 2000.

8. ANEXOS

Entrevista com o Coordenador de web do Ipanorama.com, Carlos Alberto Ferreira Júnior:

O que você pensa sobre a possibilidade de aprofundamento através de hiperlinks da mídia eletrônica?

CARLOS ALBERTO: A Internet em sua primeira fase tinha realmente esta concepção de aprofundamento, mas hoje, verificou-se que a velocidade é mais importante. Além disso, é a única mídia que consegue publicar duas ou mais matérias ao mesmo tempo. Isto é uma vantagem enorme.

Como é a audiência das notícias em tempo real do Ipanorama?

CARLOS ALBERTO: O plantão de notícias do site está entre os três conteúdos que dão mais audiência ao portal, e forma o

tripé de sustentação de audiência do portal, juntamente com o canal de fotos e de promoções.

Há quanto tempo o Ipanorama está na rede?

CARLOS ALBERTO: O Ipanorama estreiou no dia 17 de abril de 2001, tem um ano e quatro meses de existência.

O Plantão de Notícias é a única forma de apresentação de material jornalístico no site?

CARLOS ALBERTO: Também. Nós temos parceiros que trazem notícias de outras cidades da região. Existe o site de notícias de Ubá, Barbacena. Mas não é na mesma proporção que a capa do Ipanorama pode oferecer ao internauta.

Como se dá esta parceria?

CARLOS ALBERTO: As notícias chegam para nós via e-mail e a editoria do portal decide se irá aproveitar ou não este material. Verificamos se a notícia precisa de acréscimo de informação ou se necessita de ajuste editorial antes de ser publicada.

Como é realizada a apuração das notícias que não chegam por e-mail?

CARLOS ALBERTO: Nosso esquema de produção é o seguinte: eu, editor do portal, e os editores do MGTV e do Panorama

Esporte alimentamos o site com notícias diariamente. Nós aproveitamos tudo aquilo que vai ao ar nos telejornais, além de fax, e-mail e outros assuntos que são apurados por nós. Às vezes, por motivo de tempo, acontece de alguma notícia não ser encaixada nos MG's. Então, dentro do portal, o internauta consegue encontrar estes conteúdos que não foram veiculados nos jornais da TV.

Qual é o espaço de atualização das notícias?

CARLOS ALBERTO: Hoje o giro de notícias está entre 17 e 20 minutos.

Quantas pessoas trabalham diretamente no Ipanorama?

CARLOS ALBERTO: Nove pessoas, mas a equipe do portal são 4. Cinco pessoas cuidam da alimentação de notícias.

Como vocês trabalham a linguagem das notícias?

CARLOS ALBERTO: Acho que hoje o cross-media (junção de várias mídias) está muito intrínseco na internet. Como nós somos, eminentemente, uma emissora de TV, acaba que não por deficiência, mas por questões de afinidade, a linguagem do Ipanorama está muito próxima da linguagem de televisão. Aproveitamos a produção voltada para uma emissora de TV. Isto não acontece apenas aqui, mas em todos os outros sites

afiliados da *Globo.com* que são oriundos de uma emissora de televisão.

Por mais que a gente busque uma elaboração editorial para internet, ela acaba vindo com o texto um pouco arraigado das questões de TV. É lógico, que as premissas básicas são mudadas como, por exemplo, a formatação de números, datas, hora. A TV utiliza muito o auxílio da imagem, já a internet, hoje, ainda tem muitas características do jornal impresso.

Enfim, algumas mudanças acontecem, mas a base dos textos dos portais é a linguagem de TV.

Já foram feitas pesquisas para identificação de público-alvo?

CARLOS ALBERTO: Hoje, nós ainda não temos uma pesquisa voltada para a internet. Mas na última pesquisa realizada para TV, era perguntando se as pessoas conheciam algum site de internet na região; e o Ipanorama foi líder absoluto.

Como é o processo de publicação das notícias? Na medida em que vão sendo feitas, são veiculadas imediatamente?

CARLOS ALBERTO: Depende. Como nós temos que preencher a demanda noticiosa do site quase que 24 horas por dia, há também a possibilidade de agendar a publicação. Priorizamos

o factual e deixamos as notícias frias para serem publicadas depois.

Para você qual é a função das notícias em tempo real dentro de um site noticioso?

CARLOS ALBERTO: Enquanto jornalista, eu discordo do termo "tempo real", visto que ele não existe. O tempo real, para mim, só existe quando o acontecimento está sendo transmitido ao vivo. Porque enquanto algo ocorre, você estaria, ao mesmo tempo, sabendo. Quanto à questão noticiosa, a transmissão ao vivo de internet ainda é muito precária, principalmente por questões tecnológicas. Já a TV e o rádio são os que melhor conseguem cumprir o "tempo real".

No que diz respeito à função das notícias veiculadas no Ipanorama, por exemplo, eu acredito que o mais importante seja a disponibilidade de informação como qualquer outra mídia. No Projeto Experimental "Linguagem e Tempo Real no Jornalismo de Rádio e de Internet", escrito por Ana Luisa Damasceno e Juliana Duarte, foi realizada uma pesquisa qualitativa e quantitativa analisando o Ipanorama e a Rádio Solar AM. O Ipanorama conseguiu dar as notícias, durante o tempo que elas pesquisaram, antes da Rádio Solar. Nós sabemos que o rádio é um veículo rapidíssimo, é o que melhor consegue atingir o "tempo real". E felizmente, as

mesmas notícias veiculadas por nós, foram publicadas antes da Rádio Solar. Isto muito nos felicita, uma vez que demonstra que o nosso trabalho está dando certo.

Notamos na nossa pesquisa que na editoria de esporte são publicadas muitas notícias nacionais. Por que isso?

CARLOS ALBERTO: É verdade, mas isso é intencional porque diante da globalização, nós trabalhamos a necessidade de atender a demanda nacional e local. Suponhamos, o Globo Esporte trabalha com notícias de âmbito internacional, nacional e local, isto porque existe um público que se interessa pelos três segmentos.

8.2.

Notícia em tempo real retirada do Jornal do Brasil Online. Apresenta problemas de sentido e não informa o leitor, deixando-o com mais dúvidas sobre o assunto.

Variedades

Menino chileno dado como morto desperta no necrotério

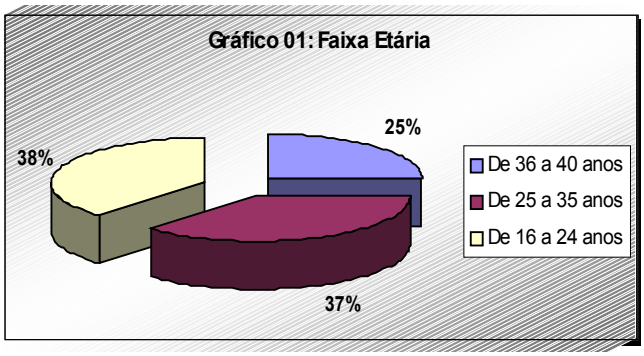
SANTIAGO – Um menino de 14 anos despertou no necrotério do Hospital Padre Furtado, na localidade chilena de San Bernardo, três horas depois de ter sido considerado morto pelos médicos. O adolescente Luis Pinilla Parraguéz foi levado aparentemente sem vida pelos pais. Um médico

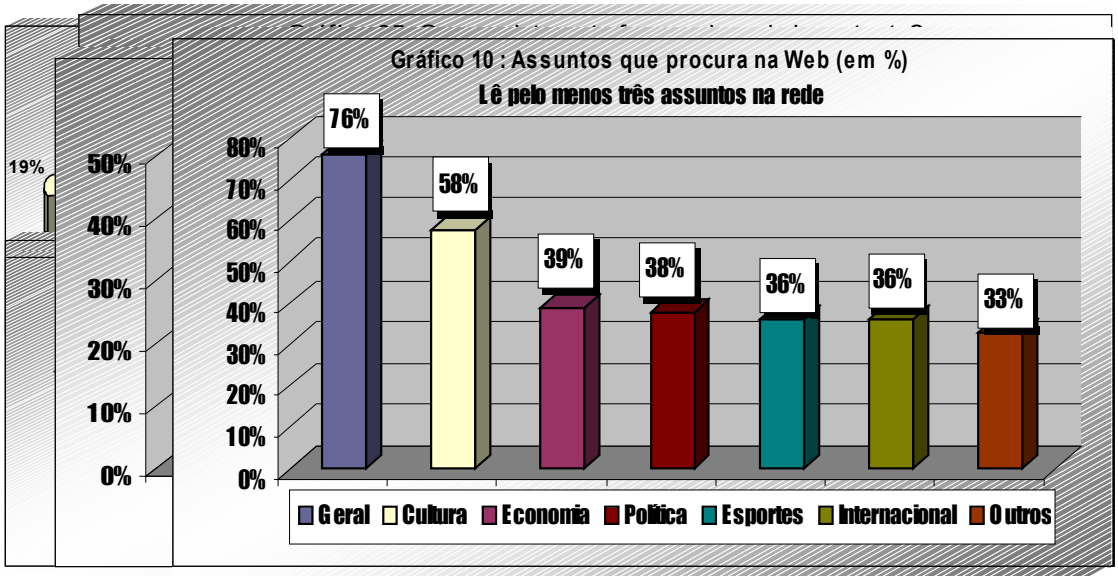
comprovou a total inexistência de sinais vitais e enviou o corpo para o necrotério. No entanto, uma série de ruídos chamou a atenção dos funcionários, que encontraram Luis acordado. Ele está internado em estado grave. O menino tentou se enforcar.

Jornal do Brasil/ Tempo Real/ 08/07/2002, 11h12

8.3.

Pesquisa do instituto Diga-me realizada com 436 internautas em 17 de abril e 4 de maio de 2001.





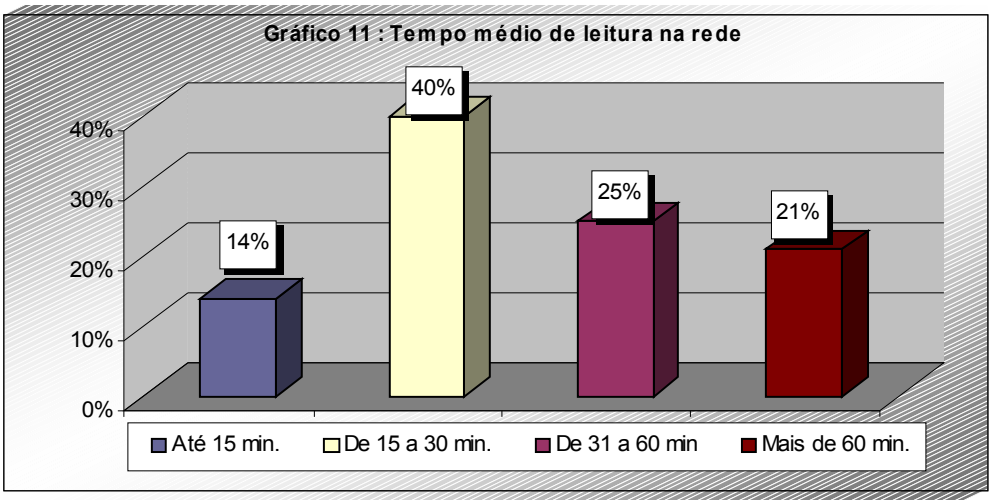


Gráfico 11 : Tempo médio de leitura na rede
40%
30%
20%
10%
0%
14%
40%
25%
21%
Até 15 min.
De 15 a 30 min.
De 31 a 60 min
Mais de 60 min.

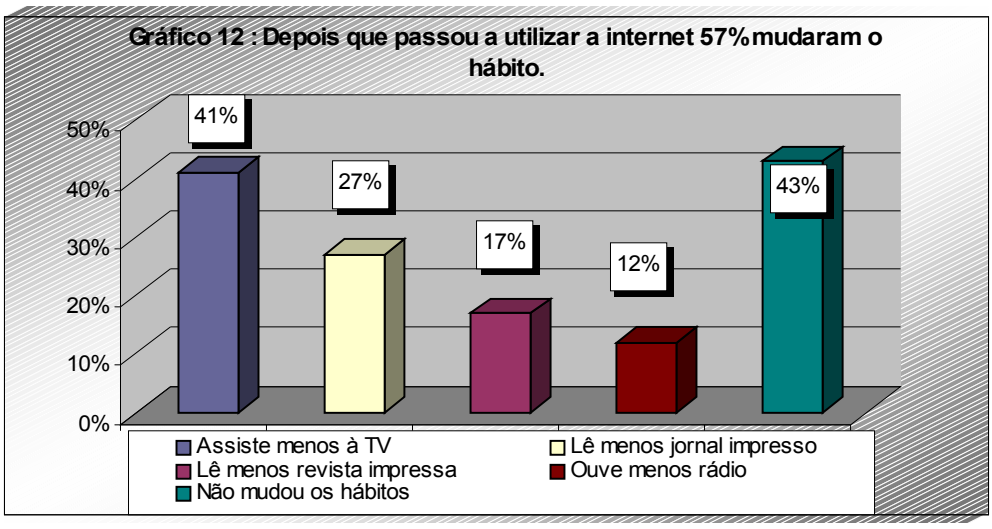


Gráfico 12 : Depois que passou a utilizar a internet 57% mudaram o hábito.
50%
40%
30%
20%
10%
0%
41%
27%
17%
12%
43%
Assiste menos à TV
Lê menos jornal impresso
Lê menos revista impressa
Ouve menos rádio
Não mudou os hábitos

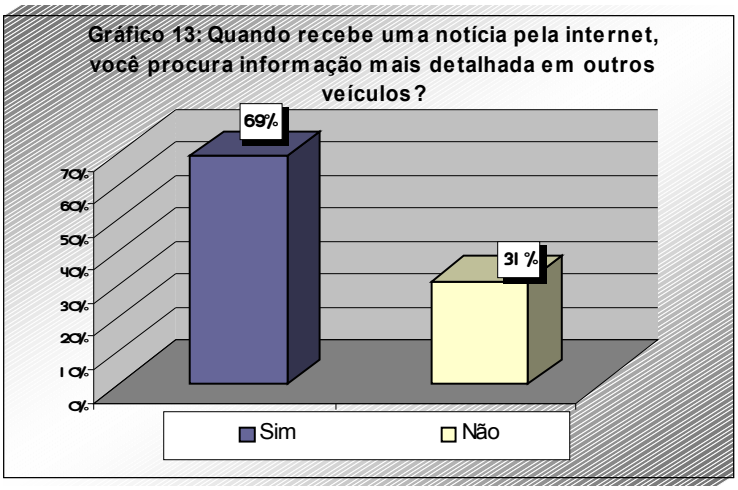


Gráfico 13: Quando recebe uma notícia pela internet, você procura informação mais detalhada em outros veículos?
69%
31 %
Sim
Não

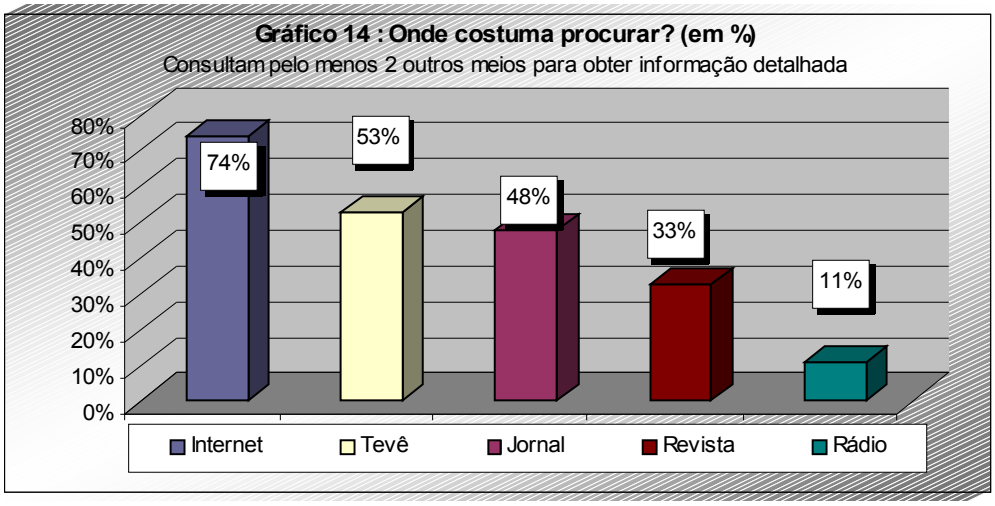


Gráfico 14 : Onde costuma procurar? (em %)
Consultam pelo menos 2 outros meios para obter informação detalhada
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
74%
53%
48%
33%
11%
Internet
Tevê
Jornal
Revista
Rádio

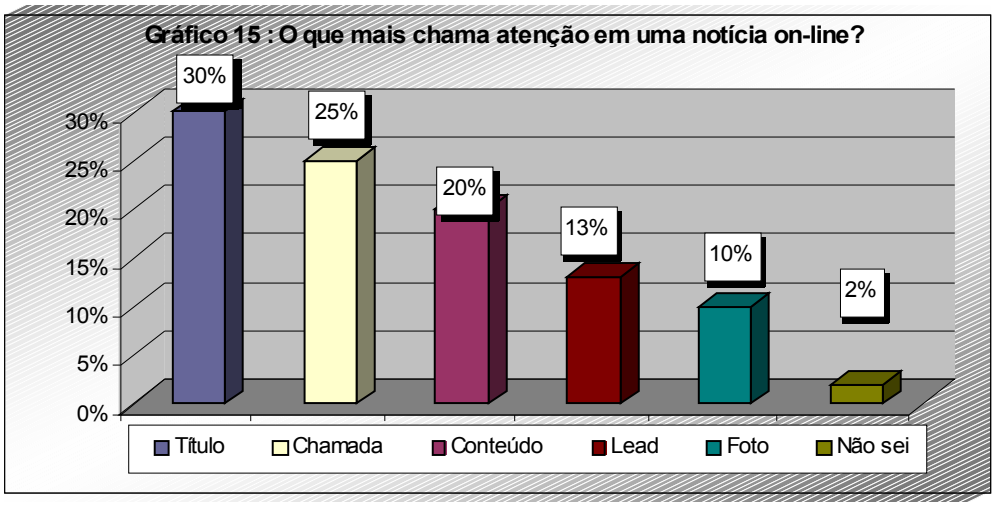


Gráfico 15 : O que mais chama atenção em uma notícia on-line?
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
30%
25%
20%
13%
10%
2%
Título
Chamada
Conteúdo
Lead
Foto
Não sei

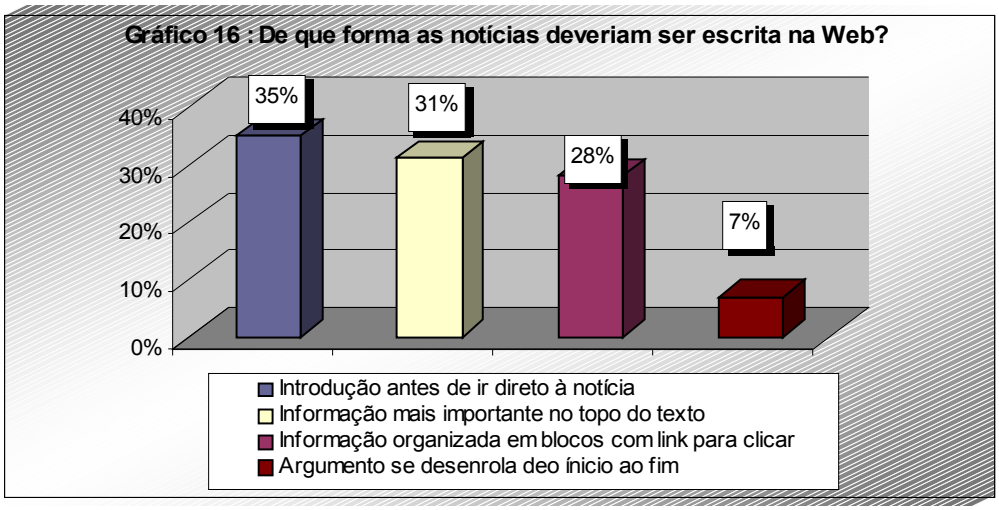


Gráfico 16 : De que forma as notícias deveriam ser escrita na Web?
40%
30%
20%
10%
0%
35%
31%
28%
7%
Introdução antes de ir direto à notícia
Informação mais importante no topo do texto
Informação organizada em blocos com link para clicar
Argumento se desenrola deo ínicio ao fim

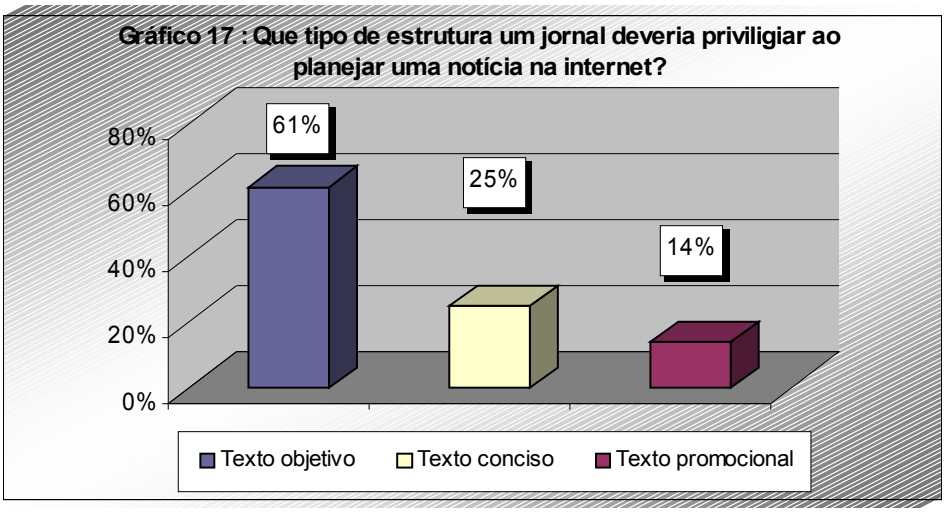


Gráfico 17 : Que tipo de estrutura um jornal deveria priviligiar ao planejar uma notícia na internet?
80%
60%
40%
20%
0%
61%
25%
14%
Texto objetivo
Texto conciso
Texto promocional

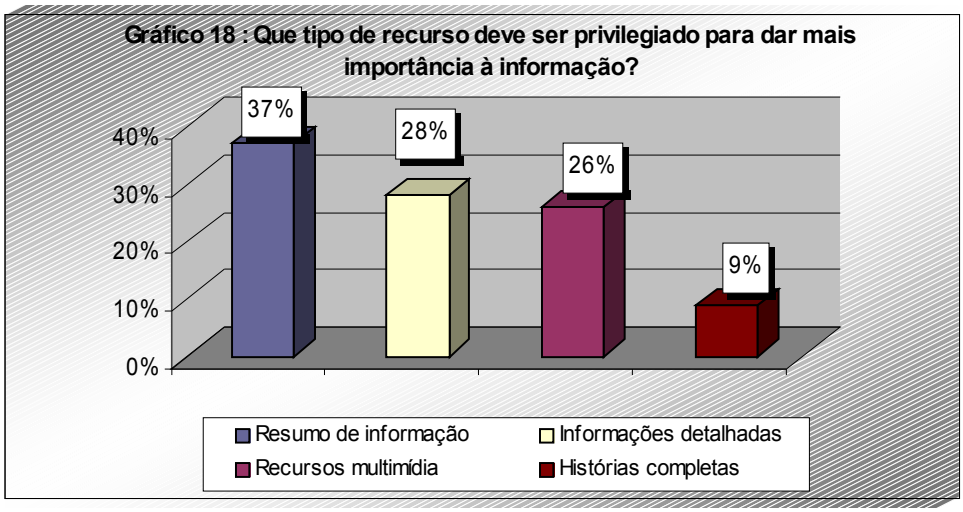


Gráfico 18 : Que tipo de recurso deve ser privilegiado para dar mais importância à informação?
40%
30%
20%
10%
0%
37%
28%
26%
9%
Resumo de informação
Informações detalhadas
Recursos multimídia
Histórias completas

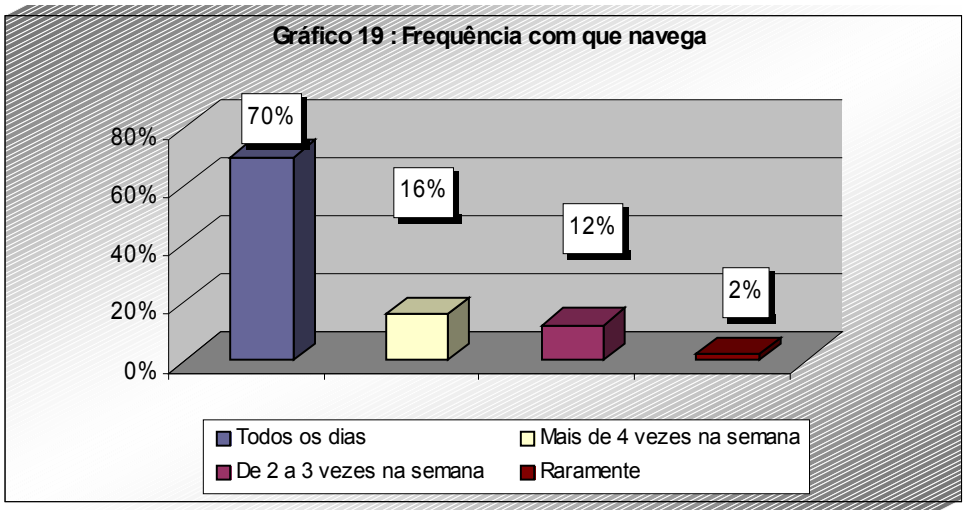


Gráfico 19 : Frequência com que navega
80%
60%
40%
20%
0%
70%
16%
12%
2%
Todos os dias
Mais de 4 vezes na semana
De 2 a 3 vezes na semana
Raramente

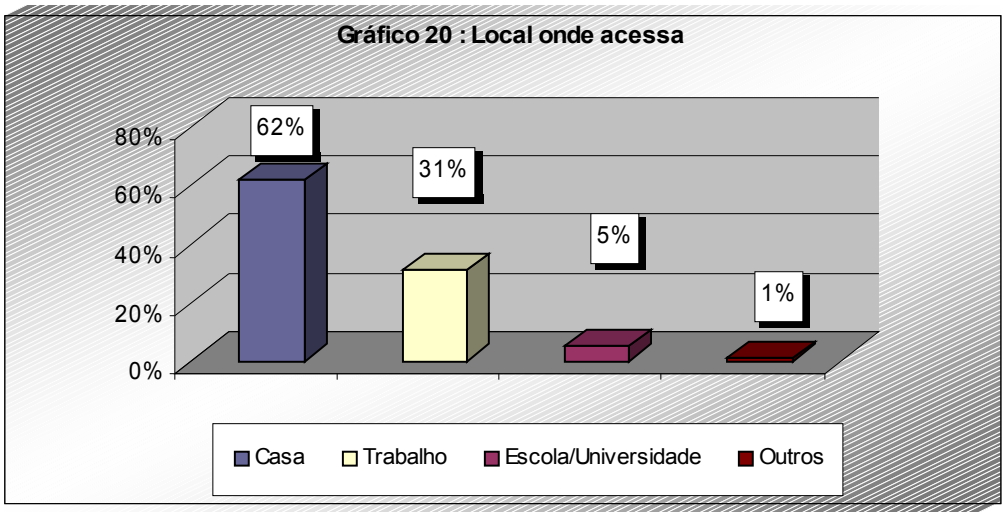


Gráfico 20 : Local onde acessa
80%
60%
40%
20%
0%
62%
31%
5%
1%
Casa
Trabalho
Escola/Universidade
Outros

8.4.

O site do Caderno I utiliza em suas matérias os hipertextos. O leitor tem a oportunidade de se aprofundar no assunto clicando nos *hiperlinks* (em azul).