



## **Jornalismo online: uma análise sobre a produção da matéria<sup>1</sup>**

Fernando Luiz Andrade do VALE<sup>2</sup>

Rosilene Félix MAMEDES<sup>3</sup>

Faculdade Maurício de Nassau, João Pessoa, PB

### **RESUMO**

A história do jornalismo é marcada definitivamente por intensas transformações em suas práticas profissionais. O processo de reconfiguração desse meio, denominado por Convergência Midiática (Cf. JENKINS, 2006), obteve popularidade com os noticiários na Internet, favorecendo o surgimento democrático do leitor como co-enunciador assumindo uma perspectiva em “tempo real”. Nesse estudo refletiremos sobre a produção jornalística online nos portais de notícias, bem como multimídia, hipertextualidade e interatividade, no contexto da multiplataforma.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo online; multimídia, hipertextualidade; interatividade.

### **INTRODUÇÃO**

A transformação tecnológica tem afetado o jornalismo tradicional, surgindo o jornalismo feito exclusivamente para a World Wide Web como nova mídia de produção e distribuição das informações, formando um novo profissional do meio.

Ganhou destaque no ano de 1994 com o lançamento do primeiro jornal online, em Palo Alto, no estado da Califórnia (EUA), se chamava *Palo Alto Weekly*. No Brasil, o pioneiro a seguir o exemplo saindo à frente dos outros veículos de comunicação, foi o Jornal do Brasil (JB Onlie), em 1995.

“Um jornal virtual é a expressão máxima da realidade. Paradoxal, mas verdadeiro. Não se encerra, está sempre em movimento, é a cores, tem imagens, é global e instantâneo. É a vida real. Não tem horas fixas, matérias pré-destinadas, páginas fechadas.” (DELGADO Apud FERRARI, 2003, p. 46).

“A internet chegou para ficar. Não é uma moda passageira e não haverá retrocesso. Jamais os usuários de e-mail voltarão a escrever

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Jornalismo da FMN, e-mail: [fernando\\_do\\_vale@hotmail.com](mailto:fernando_do_vale@hotmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da FMN, email: [dilenefelix@gmail.com](mailto:dilenefelix@gmail.com).



cartas e deslocar-se até o correio para postá-las.” (FERRARI, 2003, p. 21).

O impacto do jornalismo online é visto na amplitude dos recursos midiáticos utilizados como: vídeo, áudio, imagens e animações. Essas ferramentas garantem o efeito de tempo real ou fluxo contínuo em suas coberturas, termos que indicam a transmissão de “notícias jorradas em abundância por incontidas fontes, imediatamente canalizadas por jornalistas” (Adghirni, 2002: 01).

Com o fluxo de informações do dia oferecidas ao leitor, enquanto nos jornais impressos, se sujeita à sua periodicidade lendo notícias de ontem, cresce a fidelidade por esse público que é convidado a reagir e a participar dos acontecimentos.

## **MULTIMIDIALIDADE**

A Web colocou à disposição dos jornalistas, novos formatos no processo comunicativo. Enquanto mais conhecimento e habilidade eles tiverem com os recursos disponíveis interligando na produção, vai enriquecer na forma de apresentar o texto. Outros profissionais participam da equipe, dando suporte na elaboração multimídia.

Ferrari (2003:53) diz que “o público on-line é mais receptivo para estilos não convencionais, já que o leitor não tem tanto compromisso ao navegar, ele “zapeia” pelos canais, ficando alguns poucos minutos na notícia que lhe interessa.” Os vários recursos dá ao leitor a facilidade no entendimento da reportagem.

No jornalismo online, a multimidialidade está na forma de apresentar o texto que dependendo da necessidade pode ser acompanhado de: vídeo, áudio, imagens, infográficos, animações e hiperlinks.

“A Multimidialidade do Jornalismo na Web é certamente uma continuidade, se considerarmos que na TV já ocorre uma conjugação de formatos mediáticos (imagem, som e texto). No entanto, é igualmente evidente que a Web, pela facilidade de conjugação dos diferentes formatos, potencializa essa característica”. (PALACIOS, 2002, p. 6).

A linguagem no texto de mídia eletrônica deve simples, declarativa, usando sentenças concisas, se detendo apenas a uma ideia. Frases na voz passiva e períodos longos devem ser evitados.

Nem sempre oferecer a notícia antes dos concorrentes é o mais importante. É melhor ir ao ar com qualidade, mesmo sendo alguns minutos depois. Notícia descontextualizada e superficial é



ruim para a empresa e causa má impressão nos leitores que na maioria das vezes não percebem quem primeiro divulgou.

## **HIPERTEXTUALIDADE**

A ideia de hipertexto surgiu pela primeira vez por Vannervar Bush em 1945, no artigo intitulado “*As We May Think*”. Para Landow (1992), no artigo de Bush, ele vê que a mente humana “opera através de associações”, propondo um conceito de blocos de texto unidos com elo, descrevendo uma nova concepção de textualidade.

“Bush era um matemático e físico renomado que havia concebido, nos anos trinta, uma calculadora analógica ultra-rápida, e que tinha desempenhado um papel importante para o financiamento do Eniac, a primeira calculadora eletrônica digital.” (LÉVY, 1993, p. 28).

Entretanto, sua origem foi nos anos 1960, com Theodor H. Nelson e seu projeto Xanadu, como uma nova tecnologia informática. Segundo Leão (1999, p.21), para Nelson, o hipertexto se compõe de “escritas associadas não-sequenciais, conexões possíveis de seguir, oportunidades de leitura em diferentes direções”.

“Para viabilizar tais atividades múltiplas, esse modo de enunciação é constituído por textos escritos, sons, imagens, ícones, animações. Esses elementos, certamente, conferem agilidade, dinamismo, flexibilidade no processo de absorção-compreensão de signos, além de garantir uma maior interatividade com os diversos objetos de conhecimento envolvidos e expostos no computador plugado à rede.” (XAVIER, 2002, p. 23-24).

A potencialidade entre mídias diferentes dá ao leitor a possibilidade da escolha por onde começar e terminar. O início pode ser ou não por onde o autor iniciou o texto, e, o fim da leitura, quando ele encerra sua leitura.

## **INTERATIVIDADE**

A interatividade no jornalismo online concebe um dos maiores avanços tecnológicos a seu favor. Interliga o internauta e o autor obtendo um *feedback* imediato.



“No âmbito da realidade virtual, define a “interatividade” como extensão em que os “usuários” podem participar na modificação da forma e do conteúdo do ambiente em tempo real. Segundo ele, “interatividade” é uma variável direcionada pelo estímulo e determinada pela estrutura tecnológica do meio.” (STEUR Apud PRMO, 2008, p.34).

Enquanto maiores forem as ferramentas usadas pelo site, a repercussão dos fatos quanto a interatividade online é antepassada. Através de comentário na própria matéria, quer seja por sistema integrado com rede social ou não, o leitor pode compartilhar em outras gerando uma profusão maior.

"Sairá vitorioso quem compreender e souber gerir esse processo de mudança, quem for mais inteligente na disseminação de conteúdos informativos e na busca de parcerias para a criação de novas tecnologias e novos produtos. A mídia é nova e está em mutação, por isso o papel do jornalista na internet é fundamental." (FERRARI, 2003, p. 22).

Os leitores participam de forma efetiva podendo fornecer conteúdo, ajudando com relatos, notícias, fotos, enviar e-mail para o autor da matéria, ou interagir em fóruns.

## **LEITOR CO-ENUNCIADOR**

O leitor tem papel ativo no processo de interação. Não é visto como figura passiva, apenas recebendo a mensagem, ele tem a possibilidade de participar do processo de produção como co-enunciador e pressuposto.

Com os recursos midiáticos como suporte no jornalismo online, há um chamado para a construção da notícia. Enquanto maior for à proximidade em tempo real da notícia como enunciação, é maior a existência real do enunciatário.

Barra de ferramentas que interligam a links externos como: “Corrigir”, “Você registrou o acidente?” e “Leitores registram imagens do acidente”; abre outra página oferecendo a alternativa para enviar texto e anexar arquivos em vídeo e/ou imagem.

A continuidade da matéria trazendo novas informações torna a participação do leitor entre enunciador e enunciado, parte da produção assumindo uma perspectiva de co-enunciador.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo tem passado por fortes transformações. Na produção online, muda em alguns aspectos, apresentando novos meios na interação com o público. As maiores mudanças estão relacionadas ao produzir e na maneira como é apresentado o conteúdo.

A facilidade na distribuição das ferramentas midiáticas no layout do site ou blog, envolvendo e dinamizando a interatividade é fundamental como aliada ao contexto. A participação do leitor em tempo real, contribuindo na produção estimula o compartilhamento e complementação nas redes sociais.

A divulgação chama à atenção da página visitada, podendo ter mais acessos em outras matérias relacionadas ou não, atraindo pessoas que desconhecem a existência do veículo se tornando um seguidor. O maior número de atrativos disponibilizados de forma organizada e de fácil acesso atrai mais usuários.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **A comunicação humana**. In: FIORIN, J. L. (org.) Introdução à linguística: objetos teóricos. São Paulo: Contexto, 2003.

DIZARD JR, Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na Era da informação. Jorge Zahar Editor, 2000.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. Editora Contexto, 2003.

LANDOW, George P.. **Hipertexto**: La convergência de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Barcelona: Paidós, 1995.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**: arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 1999.

LÉVY, P. **O que é virtual**. Rio de Janeiro: 1996.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 1999.

LOBO, Ana Cristina. **Hipertextualidade**: por uma abordagem enunciativa de hipertextos. Dissertação de mestrado. Fortaleza: UFPE, 2009.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Trad. De Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2008.

MARCUSCHI, L.; XAVIER, A. **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.



MIELNICZUK, Luciana. **Interatividade como dispositivo do jornalismo online**. In: GOMES, Itania M. M.; MIELNICZUK, Luciana; SÁ, Augusto; SANTOS, Santos (Orgs.) Temas em Comunicação e Cultura Contemporâneas II. Salvador: Edufba, 2000.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online**: apontamentos para debate. Disponível em <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf)>. Acesso em 15/02/2014.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet**: Planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus. 2003.

PRIMO, Alex. **Interação mútua e reativa**: uma proposta de estudo. Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, n.12, jun. 2000.

XAVIER, Antonio Carlos dos Santos. **O hipertexto na sociedade de informação**: a constituição do modo de enunciação digital. Tese de doutorado. Campinas: UNICAMP, 2002.