

Linguagens da informação digital: reflexões conceituais e uma proposta de sistematização

Elizabeth Saad Corrêa¹

“Nobody knows for sure how the new interactive media will develop or how they might shape the messages they deliver. We must make guesses about today, experiment with the new technology, and try to understand how people will relate to it. But as we do, we have to be very sure about our purposes. The medium may affect the message, but the message comes first. Just as with the use of marketing techniques, we have to know what we want to say before deciding upon the best means of getting the message through to the people we want to move by it”. - Jack Fuller, jornalista.

1. Apresentação

Desde o advento da World Wide Web comercial, nos idos de 1992/93 e um pouco mais tarde no Brasil, um dos aspectos mais discutidos tem sido a configuração de uma linguagem informativa que explorasse os recursos tecnológicos inovadores trazidos pelos meios digitais – a hipermídia, e que também preservasse as características inerentes a cada especialidade midiática, a exemplo do jornalismo, da publicidade e dos meios audiovisuais.

Nossas pesquisas, também iniciadas nos idos de 1992, inicialmente buscavam o entendimento desta inovação tecnológica e o processo de sua absorção e utilização pelas empresas informativas² e, conseqüentemente, sua estratégia de viabilização empresarial e consolidação como nova mídia para as empresas informativas³. O próprio processo de pesquisa demonstrou, na medida em que acompanhávamos as criações, os modismos e o desenvolvimento da informação nos meios digitais, de que o trabalho de pesquisa bastante aprofundado no campo da criação de uma linguagem e definição de possibilidades narrativas para a informação na web

assumia o lugar central para que as discussões acerca da consolidação (ou não) de uma nova mídia prosseguissem de forma sistemática e acadêmica.

Por fim, ressaltamos que a configuração desta comunicação também resulta das contribuições de outras pesquisas relacionadas e integradas ao nosso tema central – a linguagem digital – desenvolvidas pelos pós-graduandos do Núcleo de Jornalismo, Mercado e Tecnologia da ECA-USP.

2. Conceitos, recortes e delimitações

A expressão “linguagens da informação digital” que incluímos no próprio título deste trabalho desencadeia, por si só, uma série de linhas de pensamento e campos do conhecimento que se entrecruzam para buscar uma uniformização do entendimento da expressão, como a Teoria da Comunicação, a Semiologia, a Arquitetura, a Informática, as Ciências da Informação e a Estética, entre outras.

Evidentemente que tal amplitude foge aos propósitos de uma comunicação para um simpósio e, portanto, optamos por delimitar e recortar os aspectos levantados, de forma a que pudéssemos apresentar coerência em nossas análises.

2.1. As múltiplas visões da Linguagem

O primeiro recorte necessário refere-se ao conceito de Linguagem, com as devidas precauções de não enveredarmos longamente para o campo dos estudos semióticos, sem qualquer vinculação aos meios digitais, um de nossos objetos de investigação. Optamos aqui pela simplificação e pela objetividade. O professor Teixeira Coelho, da ECA-USP, nos apresenta uma importante correlação entre lingüística e linguagem:

“A teoria lingüística, cujo objeto de análise é a linguagem – que não deve

ser entendida como simples sistema de sinalização mas como matriz do comportamento e do pensamento humanos – tem por objetivo a formulação de um modelo de descrição desse instrumento através do qual o homem enforma seus atos, vontades, sentimentos, emoções e projetos. Apresentando-se assim a linguagem como um dos fundamentos das sociedades humanas, não era difícil prever que a teoria lingüística acabaria por ser solicitada a prestar conta do que ocorria em outros campos gerados e sustentados por aquela matriz fundamental: o campo da arte, da arquitetura, do cinema e do teatro, da psicanálise, da sociologia e outras áreas. E mesmo sem convite ela acabaria, simplesmente, invadindo esses domínios”. (TEIXEIRA COELHO, 2001: 15-16)

Numa revisão mais ampla entre os diferentes pesquisadores do tema, a exemplo de SANTAELLA, 2001; CRYSTAL, 2002; MURRAY, 1997; CHAPARRO, 2001; PAVLIK, 2001; BOUGNOUX, 1995; COSTA, 2000 e CHOMKY, 1998, pudemos restringir um pouco mais as relações existentes entre linguagens e novas mídias e, mais adiante neste texto, o jornalismo inserido nesse contexto.

A grande maioria dos autores localiza a linguagem num sistema de eixos ou ainda de matrizes de pensamento. Todas estas formas de conceituação inserem a linguagem em relações intrínsecas com a própria língua, com mensagens e conteúdos e, alguns outros, com as formas e os meios de recepção, os contextos culturais e as variáveis tecnológicas.

HJELMSLEV (apud TEIXEIRA COELHO, 2001: 35 a 40) apresenta cinco traços sem os quais não se pode falar na existência de uma linguagem: os dois eixos – o texto e a língua; os dois planos – de expressão e de conteúdo; as relações entre expressão e conteúdo; as relações entre unidades lingüísticas e a não-conformidade.

Já a professora Lúcia Santaella, numa vertente peirceana, desenvolve a hipótese de que apenas três tipos de linguagem – visual,

verbal e sonora – constituem-se nas três matrizes de linguagem e pensamento:

“a partir das quais se originam todos os tipos de linguagens e processos sógnicos que os seres humanos ao longo de toda sua história, foram capazes de produzir. A grande variedade e a multiplicidade crescente de todas as formas de linguagem (literatura, música, teatro, desenho, pintura, gravura, escultura, arquitetura, etc.) estão alicerçadas em não mais que três matrizes. Não obstante a variedade de suportes, meios, canais (foto, cinema, televisão, vídeo, jornal, rádio, etc.) em que as linguagens se materializam e são veiculadas, não obstante as diferenças específicas que elas adquirem em cada um dos diferentes meios, subjacentes a essa variedade e a essas diferenças estão tão-só e apenas em três matrizes”. (SANTAELLA, 2001: 20)

Já nos focando mais diretamente no jornalismo, seus signos no campo da linguagem pertencem predominantemente à linguagem verbal, aonde inserem-se o texto e a escrita. Os sistemas sógnicos imagéticos e sonoros, apesar de não predominantes, passam a ganhar espaço quando recursos tecnológicos funcionam como facilitadores da linguagem.

Através de CHAPARRO podemos situar um pouco melhor o jornalismo no campo das ciências da linguagem:

“mais no jornalismo do que em outros campos da linguagem escrita, a clareza vai além das questões de estilo e das capacidades do talento individual de quem escreve. Jornalismo é texto de consumo rápido, imediato, nos circuitos sociais. E carrega consigo as subjetividades e complexidades de um processo interlocutório muito amplo e complicado. Uma notícia, mais ainda uma reportagem, é produto da interveniência interessada de múltiplos sujeitos, alguns deles partícipes dos fatos, outros, intérpretes dos fatos. Nos próprios

limites das redações, vários jornalistas atuam no percurso da notícia – nem sempre harmoniosamente. A questão da clareza está, pois, condicionada pela complicação das interações”. (CHAPARRO, 2001: 195)

As referências aqui citadas nos interpõem dois condicionantes na relação linguagem e jornalismo: 1) a *complexidade* decorrente do processo interlocutório, aonde uma sucessão de variáveis e variantes vai ocorrendo ao longo da construção da informação jornalística; 2) a utilização de recursos de estrutura narrativa que são próprios do jornalismo, como a recorrência a algumas *estratégias narrativas* para seu discurso referencial⁴.

Caminhando para as chamadas linguagens digitais vemos que a maioria dos conceitos em literatura apresentam a linguagem a uma relação interdependente entre informação, computador e redes de transmissão de dados. Surgem a partir disto os termos multimídia, hipertexto e hipermídia, que se incorporam e, muitas vezes se misturam, ao que pretendemos conceituar como linguagem digital.

Sabemos que ainda não existe consenso sobre estes três termos – multimídia, hipertexto e hipermídia. É neste momento que surgem misturas, redundâncias e/ou novos conceitos entre mídia e suporte, entre informação e comunicação, entre autoria e interação, entre outras possibilidades. Santaella destaca que *“pós digitalização, a transmissão da informação digital é independente do meio de transporte (fio do telefone, onda de rádio, satélite de televisão, cabo)”* (SANTAELLA, 2001:24). Assim, o termo *hiper* incorpora-se à construção da linguagem digital, uma vez que se reporta a estruturas complexas lineares da informação. Finalizando esta breve revisão dos aspectos de linguagem apresentamos a visão de CRYSTAL que defende, com a disseminação da internet, o conceito de *language variety*:

“é um sistema de expressão lingüística cujo uso é regido por fatores situacionais. [...] à medida em que se desenvolve uma lingüística para a internet, serão necessários modelos cada vez mais sofisticados para abarcar todas os elementos das va-

riações encontradas. [...] Neste livro, optei por uma ‘aproximação inicial’, utilizando o termo variety sem quaisquer outras correlações situacionais vinculadas à linguagem. Algumas vezes, irei utilizar gêneros inseridos na variedade. Na literatura internet essa terminologia modifica-se bastante conforme as diferentes situações de internet, com por exemplo, ambiente, espaços interativos e espaços virtuais”. (CRYSTAL, 2001: 6)

2.2. Expressividade informativa nos meios digitais

O segundo recorte refere-se ao campo da informação jornalística disponibilizado nos meios digitais e, especialmente, na web. Apesar das recentes e importantes pesquisas sobre o uso da web como espaço para narrativas ficcionais e também visuais, que nos fornecem interessantes *insights* sobre a configuração de uma linguagem digital, a informação jornalística é nosso foco acadêmico primordial.

Desde os primórdios e também num processo de similaridade e repetição do ocorrido com as demais mídias – especialmente a exemplo do rádio para a televisão – se pergunta como as informações deveriam se expressar no meio digital, mantendo suas características de base conceitual e, ao mesmo tempo, aproveitando os diferenciais exclusivos das NIC – Novas Tecnologias de Informação e Comunicação⁵.

Como destacamos no item anterior, o jornalismo nos meios digitais defronta-se com os condicionantes de complexidade dos agentes de interlocução e a caracterização de um novo estilo narrativo. Novamente, estamos diante de duas temáticas extensas e que ultrapassam os propósitos deste trabalho. Apenas destacamos a condicionante narrativa estamos nos referenciando à construção de um estilo de linguagem verbal, sonora ou visual. Se pensarmos na linguagem digital, podemos pressupor que seu estilo narrativo deveria integrar as três matrizes de linguagem através da utilização dos recursos tecnológicos chamados por Santaella de “hiper” – o hipertexto e a hipermídia. Segundo exposição da professora Cristina Costa,

“as narrativas são maneiras de expressar e realizar nossa temporalidade, tornando-a tão objetiva quanto a certeza de nossa finitude e transitoriedade. São metáforas constitutivas de ordenação, de ritmos e seqüências seriais e causais. E se não são capazes de criar realmente uma duração, criam ao menos uma ‘ilusão de duração’. Assim, as estruturas narrativas são formas de estabelecer modulações e durações, arquitetando a temporalidade humana”. (COSTA, Cristina, 2000: 41)

Verificamos, portanto, que o aspecto temporalidade é elemento constituinte fundamental para a estruturação de narrativas que se utilizam da linguagem digital. Em assim sendo, ao pensarmos na informação jornalística expressada em linguagem nos meios digitais, há que se considerar as variáveis tempo e também lugar (ou espaço) como integrantes diferenciais.

Em extensa pesquisa realizada por Cristina Costa na ECA-USP (2002), embora focada nas narrativas ficcionais na web e suas possibilidades de interlocução e intervenção dos usuários, a professora identifica duas variáveis importantes: a primeira é o tempo narrativo vinculado ao fato/tema, geralmente preservado na interlocução e interação com o usuário como forma de orientação e preservação do discurso; a segunda variável é o espaço/cenário narrativos que proporcionam um sentido de lugar e localização dos protagonistas dos fatos.

Tais resultados de pesquisa, acrescidos de autores que também tratam extensivamente do tema, a exemplo de Manuel Castells (sociólogo), Milton Santos (geógrafo), William Mitchell (arquiteto) – humanistas que têm em comum a preocupação com o homem numa sociedade em mutação – nos colocam uma segunda pressuposição para a sistematização de uma linguagem digital voltada às informações jornalísticas: as variáveis de tempo e espaço como qualitativas neste processo de sistematização.

Mundo digital e sociedade da informação vêm atrelados à percepção coletiva de um mundo onde tudo muda muito rápido, uma sociedade em que as relações se estabelecem sem a necessidade da presença física, em que a eliminação das distâncias parece ser nor-

ma. Em outra pesquisa desenvolvida por esta autora verificamos que:

“Tempo e espaço perdem seus parâmetros físicos de medição e passam a funcionar no tempo e no lugar de cada um de das respectivas interfaces conectadas por uma rede de sinais elétricos. Compreender estas diferenças pode parecer abstrato para estrategistas e publishers de mídias digitais preocupados com sua rentabilidade, mas dá sentido à noção de ‘levar a informação na hora certa, no lugar apropriado e do modo que o usuário quer’. [...] O sistema técnico atual é dominado pelo transporte de informações entre computadores que, por sua vez, possuem a capacidade de controlar tempo e uniformizar as mensagens. O estado da técnica atual permite não só a unicidades dos tempos, mas principalmente a convergência dos momentos, não importando o estado físico e concreto de pessoas e lugares. A possibilidade de deslocamento sem sair do lugar, de estar no fato, opinar sobre ele e trocar experiências sem sequer sair diante da tela de um computador reposiciona a informação digital. Estaríamos diante de um novo espaço?” (SAAD, 2003: 234-236)

Resumindo, a estruturação de estilos narrativos para o jornalismo, utilizando-se da linguagem digital (embora ainda não totalmente conceituada e configurada), passa pelos aspectos da complexidade, da utilização dos recursos “hiper” e de uma adequação de temporalidades e especialidades. Tudo isso, sem deixar de lado os preceitos fundamentais dos valores-notícia e da ética jornalística. Fechando com mais outras variáveis, a exemplo das vinculadas aos aspectos de viabilização econômico-financeira e comercial da narrativa jornalística na web: sustentabilidade, lucratividade e oportunidade.

3. A práxis da narrativa jornalística na web

Se considerarmos os primeiros sites informativos na World Wide Web, no Brasil

e também no exterior, vimos surgir, desaparecer e ressurgir uma série de propostas narrativas nos meios digitais de comunicação que, se olhadas em conjunto ou também como um processo evolutivo, ainda não se constituem numa práxis consolidada para a informação digital.

Tomando por base o ambiente das redações jornalísticas brasileiras que possuem/possuem produtos ou serviços na web, poderíamos descrever um processo de “ondas sucessivas”:

a) a disputa inter-sites sobre a prioridade de veiculação da informação, às vezes por diferença de segundos: “qual site deu primeiro?”; b) a “normatização” de notícia em textos curtos e sucessivos como forma de criar para os usuários sensações de “atualidade e tempo real”; c) o conseqüente empilhamento da sucessão do fluxo noticioso; d) a transposição pura e simples da informação construída para narrativas em meios impressos para o meio digital; a utilização do recurso “enquetes” como ferramenta de “interatividade” na relação usuário – site; e) um processo de repetição das narrativas verbais nas propostas de inclusão de links sonoros e/ou de imagens (fotos, vídeos), na intenção de incrementar a narrativa com recursos multimídia; f) a febre do “linkalism”⁶ criando hiperlinks vinculados à publicidade e não ao conteúdo editorial; o atual predomínio dos sistemas-robôs de inserção de notícias compradas em fluxos ou pacotes das grandes agências noticiosas globais; g) uma perigosa tendência em substituir narrativas não lineares e navegacionais por versões em formato PDF de conteúdos de suportes tradicionais.

Destacamos, primeiramente, o aspecto dos ritmos de publicação de informações noticiosas. Adriana Garcia Martinez, em sua dissertação de mestrado, na qual descreve o processo de constituição da narrativa jornalística no Portal IG, afirma:

“como vimos, dos ritmos possíveis de publicação pela internet, o que parece ter sido mais utilizado pelos portais brasileiros é o do tempo urgente. Muito rapidamente percebeu-se no Brasil que atualização constante é sinônimo de audiência. Ao defi-

nirem seus projetos editoriais, esses portais criaram um compromisso com a atualização permanente, uma abordagem conectada a uma idéia que define o meio como difusor de informação, mais do que formador de opinião. [...] em redações que funcionam 24 horas, 7 dias por semana, a periodicidade passou a se confundir com instantaneidade”. (MARTINEZ, 2003: 99)

Um segundo aspecto a ser discutido como práxis narrativa do jornalismo na internet brasileiro é o **surgimento do “jornalista empacotador”**, e aqui a pesquisa desenvolvida pela professora Pollyana Ferrari Teixeira, que avaliou os portais UOL, Globo.com e Terra, constatou que,

“o caminho percorrido pela notícia, desde o seu surgimento na reunião de pauta, ou mesmo no momento em que o repórter ou o editor acessamos os sites das agências de notícias, até a sua publicação na internet demora, muitas vezes dez minutos. Por isso, no jargão jornalístico ‘empacotar a notícia’ significa editar um material que já está praticamente pronto”. (TEIXEIRA, 2002: 92)

O **predomínio dos softwares ou sistemas publicadores** também surge como uma práxis já bastante comum. Tais sistemas ultrapassam a condição de publicadores de fluxos. Eles permitem uma pré-programação para a publicação de conteúdos, automatizando rotinas em horários de menor audiência, madrugadas e finais de semana; além de algumas versões possuírem características de agentes buscadores para rastrear os fluxos das agências noticiosas através de palavras-chave.

Ainda nesta etapa de levantamento de questões, a professora Maria Regina Cardeal desenvolveu para sua tese de doutoramento uma metodologia que combina aspectos qualitativos e quantitativos para **verificar a presença (em termos de importância editorial) e a frequência do fluxo noticioso nos portais brasileiros**, levando-se em consideração as dificuldades de acesso ao

texto noticioso que, por conta da arquitetura de multiplicação de links adotada por todos os portais, acaba fixando o usuário na leitura das manchetes da lista atualizada minuto a minuto (ver Quadro 1, página seguinte).

Referindo-nos aos aspectos qualitativos desse quadro, a pesquisadora definiu as seguintes **variáveis, com base na análise do discurso: globalização da notícia**, cujo critério foi o foco territorial de abrangência temática – global ou local; características do noticiário – valor do conteúdo, predominância temática, design do portal; e a relação notícia-tecnologia, critério voltado para a exploração da hipermídia (ver Quadro 2, página seguinte).

Mais um recorte de análise foi desenvolvido na mesma pesquisa conduzida pela professora Pollyana: a prática da usabilidade⁷ como forma de estimular o acesso a notícias nos portais por ela selecionados. Tenta-se, aqui, estabelecer **a relação entre conteúdo e usabilidade** através do cruzamento das seguintes variáveis: acesso às homepages nos horários de maior audiência; público-tipo; oferta de conteúdos informativos.

A pesquisadora levantou uma amostragem de 75 telas das homepages dos portais Terra, UOL e Globo.com, na proporção de 25 telas por marca, avaliando os espaços reservados à cobertura jornalística, ao comércio eletrônico, bate-papo, comunidades, etc. Algumas de suas conclusões foram bastante significativas:

a) a grade de atualização das primeiras páginas dos portais assemelha-se muito com as grades de programação de televisão; b) os portais analisados apresentam um conjunto de “conteúdos-âncora”: ferramenta de busca, bate-papo, canais de conteúdos temáticos, comércio eletrônico, comunidades, discos virtuais, e-mail, esportes, hospedagem de páginas pessoais, jogos, tempo e notícias; c) a informação textual preencheu quase a totalidade das telas com resolução 800x600 *pixels*; quase sempre as chamadas noticiosas e as fotos nas primeiras páginas dos três portais são as mesmas ao longo dos diferentes picos de audiência; d) de forma fixa ou intermitente portais apresentam atrações multimídia na homepage; as ofertas de informação ficam expostas numa espécie de metáfora do hipermercado: o que é exposto na altura dos olhos pelas gôndolas são as marcas

que “interessam” ser vendidas mais rapidamente. Não é o caso das notícias nos portais.

Segundo as conclusões das pesquisas de TEIXEIRA, as informações temáticas e a prestação de serviços são as molas propulsoras dos três portais analisados. Quantitativamente, através das páginas acessadas e registradas, foi possível constatar que 99% do dia-a-dia destas redações concentra-se em informações e prestação de serviços, e apenas 1% para o tradicional fazer jornalístico.

Esta breve amostragem de resultados já nos aponta para um cenário de não sistematização das atividades de uma redação estruturada para os meios digitais que, em última instância, é o *locus* do desenvolvimento da narrativa digital. Tal cenário nos dá sustentação para apontar dois pontos-chave: a necessidade de transformação do perfil profissional; e os aspectos de estratégia de empreendimentos informativos que, por conta de decisões de investimento e modelo de negócios.

Pelo lado da transformação do perfil profissional, a pesquisa de MARTINEZ sugere como possíveis reposicionamentos: a absorção do conceito de *media literacy*⁸, cunhado por KELLNER (2001); uma conseqüente transição do papel de filtrador da realidade para um novo e desconhecido papel de agregador.

Pelo lado do custo-benefício do determinismo tecnológico que a pesquisa recentemente publicada desta autora propõe à empresa informativa e seus profissionais ainda estão em gestação as tarefas de criação de fortes vínculos com os usuários do mundo digital. É um processo de re-aprender a reutilizar sua própria produção de informação, aproveitar todo os materiais de captação, a armazenar o que antes era jogado fora se não publicado, a potencializar com recursos tecnológicos o que antes era estático, a compreender a informação como um conjunto reorganizável de dados, imagens e sons que pode ser estruturado (através de narrativas específicas) adequadamente para qualquer mídia, incluindo as tradicionais. (SAAD, 2003: 78)

4. Reflexões e algumas propostas

Podemos sugerir, a partir destas primeiras pesquisas que os caminhos para reformular o

Quadro 1
Sumário quantitativo da cobertura de um dia nos portais UOL,
Estadão.com e Globo.com (Setembro 2000)

	UOL	ESTADÃO	GLOBO.COM
Total de notícias publicadas	582 – cerca de 60/hora	155 – cerca de 6,46/hora	190
Notícias identificadas como exclusivamente de fontes de agências internacionais	163, com AFP e Reuters na liderança	O veículo não identifica no título a procedência da notícia	O veículo não identifica no título a procedência da notícia
Notícias identificáveis como de fontes externas sem a publicação do crédito	199	19	57
Foco em notícias de esportes (1)	166	21	6
Foco em notícias sobre o Brasil (1)	212	08	129
Foco em notícias globais (1)	204	26	55
Foco em Economia (2)	180	35	78
Foco em Política	—	63	51

Fonte: CARDEAL, 2003: 199; 203; 205

(1) Notícias provenientes tanto de fontes externas identificadas ou não como também de produção própria, com cruzamentos temáticos entre as categorias (duplicidade na contagem)

(2) Notícias provenientes tanto de fontes externas identificadas ou não como também de produção própria, com foco exclusivo

Quadro 2
Sumário da análise do noticiário nos portais UOL, Estadão.com, Globo.com
Período – Agosto a Setembro 2000

Aspecto qualitativo	Primeiras conclusões
Globalização da notícia	UOL: predomínio das notícias "globalizadas" Globo: predomínio das notícias locais Estadão: aparente preponderância das notícias locais Uso intensivo de traduções das agências internacionais
Características do noticiário	Tendência à homogeneização Primazia para notícias com valor de mercado Economia predomina a política editorial e em design Maior espaço de cobertura a eventos globais Aparente equilíbrio entre global-padronizado e local-segmentado para notícias de caráter trágico-espetacular Estrutura gráfica e editorial interlia, nessa ordem de importância, aos seguintes esforços: a) atrair público; b) fixar uma marca; c) obter receita e, d) oferecer conteúdo.
Tecnologia	Profusão de repetições de notícias por problemas técnico-editoriais Lista de temas múltiplos e sucessivos confere peso semelhante a informações de temas e importância diversos Pouca informação visível para o uso do hipertexto ou da interatividade Nova mídia não dá origem a um novo gênero jornalístico.

Fonte: CARDEAL, 2003: 280

atual status da narrativa jornalística na web brasileira se entrecruzam obrigatoriamente na busca de uma narrativa adequada à linguagem proposta pelas mídias digitais. Para isso, há que se assumir como linha de pensamento e valores que hoje a World Wide Web é a mais recente mídia que se incorpora aos demais meios de comunicação. Com tal status, entramos no campo da linguagem: um meio que possibilita a produção de sentidos e significados para o individual e também para o coletivo. Sentidos e significados só são traduzidos através de especificidades narrativas que tipificam o meio.

A vertente que expusemos desemboca na emergência de formas narrativas para a web que contemplem a informação jornalística em seus diferentes gêneros e expressões. Tema centro de atenções constantes de pesquisadores como MURRAY, PAVLIK, CRYSTAL, SALAVERRÍA, COSTA, CHAPARRO, FULLER, entre muitos outros, dos quais destacamos:

O jornalista Manel Carlos Chaparro, aponta para o **desaparecimento da periodicidade** e pela **“mutação genética”** do jornalismo no meio digital, tornando-se elementos desestruturante das rotinas narrativas:

“Tocamos, assim, numa das variáveis mais interessantes e instigantes da crise que a tecnologia criou no jornalismo diário: o desaparecimento daquele histórico intervalo chamado periodicidade, que organizava a atualidade e que poderíamos explicar assim: as coisas aconteciam, eram observadas, apreendidas e compreendidas, para o relato jornalístico do dia seguinte. E assim era a vida, organizada em ciclos de 24 horas.” (CHAPARRO, 2001: 76)

John Pavlik, professor do Center of New Media, na Universidade de Colúmbia, NY propõe que o uso das técnicas oferecidas pelas NIC abre espaço para novos formatos narrativos que buscam envolver o usuário na navegação por conteúdos mais contextualizados. Para ele, tais inovações provocam uma narrativa mais fluida. O professor também chama atenção para algumas condições para a mudança: uma reciclagem na práxis, mudanças compulsó-

rias nas estruturas das redações e também da cadeia de valor da indústria da informação e, por fim um realinhamento das relações inter e intra empresas informativas, jornalistas, os diferentes públicos: leitores, fontes, concorrentes, anunciantes e governo. (PAVLIK, 2001: xii)

Ramón Salaverría, Diretor do MMLab (Mídia Lab) da Universidade de Navarra, na Espanha, propõe uma matriz de construção narrativa baseada em células informativas:

“...se os tipos de narrativa jornalística funcionam de fato como unidades estruturais de sentido dentro dos gêneros jornalísticos tradicionais, salta aos olhos sua utilidade como critério para decompor os mesmos textos em conjuntos orgânicos interligados pelo hipertexto. [...] a mesma informação poderia se decompor em unidades textuais e infográficas de sentido pleno, distribuídas em diversas matérias correlacionadas em função de seus conteúdos. [...] tal estrutura não pode ser considerada como fechada, mas sim como um conjunto de elementos conectados pelo hipertexto cujas partes seria ditas de rolar dos acontecimentos a cada caso. (SALAVERRÍA, 1999)

Já enveredando por formatos para esta narrativa integradora de recursos temos as contribuições de David Crystal que coloca aquilo que ele chama de “linguagem digital” numa relação de interdependência às seguintes variáveis: as características físicas (tamanho, tela, modo de conexão, etc) dos dispositivos de recepção e leitura dos conteúdos; a construção de uma pedagogia para o uso da linguagem Internet, sugerindo inclusive a sistematização dos termos usados em salas de bate-papos e fóruns de discussão; o ensino do uso de ferramentas de busca e a criação de toda uma nova pedagogia que abrigue tantas transformações. (CRYSTAL, 2001:227-242).

Crystal também afirma que uma das mais significativas contribuições sociais da Internet é o contínuo enriquecimento da linguagem, chegando a posicioná-la como uma quarta matriz de linguagem – a *Netspeaking*:

“A linguagem é o coração da Internet e o motor que aciona a característica de interatividade na rede. A Internet não é apenas um fato tecnológico; é um fato social, com ressalta Tim Berners-Lee; e a sua principal moeda de troca é a linguagem”. (CRYSTAL, 2001: 227-242)

Diante das colocações, podemos já inferir que qualquer delineamento acerca da linguagem digital passa pela **tipologia da não-linearidade**, ou também pelo que LUNENFELD (2000: 10) chama de **estética da infinitude**¹⁰, tópicos determinantes pela tecnologia dos ambientes digitais.

Também nos parece necessária a discussão sobre as transformações nos processos de aprendizagem e cognição. Nossos processos cognitivos e a grande maioria das metodologias pedagógicas de aprendizagem baseiam-se, ainda, em concepções positivistas e cartesianas, portanto lineares. Ainda vemos uma infinitude de processos onde nosso pensamento é levado a racionar numa linha lógica de começo, meio e fim. À exceção da pedagogia construtivista.

Não por acaso, vemos cada vez mais a aproximação entre o construtivismo e os desenvolvimentos tecnológicos que possibilitarão a constituição da linguagem digital. Autores como Simon Pappert, Marvin Minsky e Walter Bender exploram essa vertente.

Assim, antes da constituição de uma quarta matriz, é fundamental a transição para modelos pedagógicos e processos cognitivos que possibilitem a concepção de uma linguagem integrada onde, verbal, sonoro e visual se concretizem em narrativas e formas discursivas naturalmente assim concebidas. Evidentemente, falamos de um processo lento e longo, onde as futuras gerações, sempre as mais envolvidas em ambientes digitais terão a capacidade inerente de concepção de conteúdos integrados.

Por ora, ainda temos de nos concentrar em propor melhorias e adequações para promover o uso da não-linearidade, cuja cognição ocorrerá conforme processo associativo de signos de cada indivíduo. Portanto, encerramos estas reflexões destacando alguns aspectos, procedimentos e atitudes que, no contexto ambiental do meio informativo brasileiro, possam contribuir para

uma narrativa jornalística no meio digital que aproveite eficazmente os recursos tecnológicos já disponíveis. Assim:

- a narrativa jornalística digital deve **preservar os mesmos valores éticos** e editoriais da organização que a suporta;

- a necessidade de um **planejamento da rotina redacional**, incluindo preocupação com usabilidade, usos de recursos avançados das ferramentas de busca ou de bases de dados proprietárias; estruturar as camadas informacionais cabíveis ao texto (ou as células informativas no dizer de Salaverría);

- a clareza de que a informação jornalística **na web assume completamente a estética da infinitude** proposta por Lunenfeld, pois, ao longo do tempo cronológico, uma determinada notícia vai “crescendo” e/ou se reconstruindo conforme os acontecimentos;

- a transição da própria função do jornalista que, no dizer de Martinez, (2003: 137) *“a maior parte do tempo, o jornalista faz é praticar um processo de tomada de decisões que é excludente – a ‘angústia do filtro’”*. Tal transição, na web exige do profissional **um papel de “produtor de correlações”**, oferecendo aos usuários opções de construções de sentidos através da aplicação adequada dos recursos como links, linhas do tempo, recuperação de arquivos, etc.;

- como consequência, o produtor de correlações teria um perfil de formação mais generalista, amplitude intelectual e cultura e experiência na profissão. Decorre disso, uma **revalorização dos profissionais de idade mais madura**;

- por fim, a narrativa jornalística digital deve também incorporar as características de multilinguagem, discutidas ainda nos anos 1990 pelo professor Júlio Plaza, onde o texto passa a incorporar a iconização do verbal-escrito, automações parciais de inclusão de textos, e a crescente utilização de expressões pictóricas como grafites, logotipos e emoticons, por exemplo.

As conclusões das pesquisas de campo apresentadas ao longo deste texto, acrescidas das reflexões finais nos leva a considerar que ainda o campo de pesquisas e experimentações em construções narrativas para o jornalismo nos meios digitais ainda tem um longo caminho a percorrer. Mas, de fato, suas bases já estão alicerçadas.

Bibliografia

Bougnoux, Daniel. *La communication contre l'information*. Paris: Hachette, 1995.

Cardeal, Maria Regina. *Do jornal ao portal: estudo sobre a iniciativa de globalização do jornalismo brasileiro*. Tese de doutoramento. São Paulo: ECA-USP, 2003.

Chaparro, Manuel Carlos *Linguagem dos conflitos*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2001.

Chomsky, Noam. *Linguagem e mente: pensamentos atuais sobre antigos problemas*. Brasília: Editora UnB, 1998.

Columbia Journalism Review acessada em <http://www.cjr.org/year002/mcnamara2.asp>, apud SAAD, Beth. *Estratégias para a mídia digital: internet, informação e comunicação*. São Paulo: Senac, 2003.

Costa, Cristina. *A milésima segunda noite: da narrativa mítica à telenovela – análise estética e sociológica*. São Paulo: Anablume/Fapesp, 2000.

Costa, Maria Cristina Castilho Costa. *Relatório Científico: As formas narrativas em mídias eletrônicas*. São Paulo: ECA-USP, 2002.

Costa, Maria Cristina Castilho. *Primeiros resultados: as formas narrativas em mídias eletrônica*. Acessado em <http://www.eca.usp.br/narrativas>, em março 2003.

Crystal, David. *Language and Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

Fuller, Jack. *News Values: ideas for an information age*. Chicago: University of Chicago Press, 1996.

Kellner, Douglas. *A cultura da mídia*. São Paulo: Edusc, 2001.

Lunefeld, Peter. *Unfinished Business in, LUNENFELD, Peter (editor) – The Digital Dialectic*. Massachusetts: The Mit Press, 2000.

Manovitch, Lev. *New Media from Borges to HTML*, in WARDRIP-FRUIIN, Noah e MONTFORT, Nick. *The New Media Reader*. Cambridge: The MIT Press, 2003.

Martinez, Adriana Garcia. *Perdidos no ciberespaço? Reflexões sobre o jornalismo e jornalistas na internet*. Dissertação de mestrado. São Paulo: ECA-USP, 2003.

Murray, Janet. *Hamlet on the holodeck: the future of narrative in cyberspace*. Cambridge, Mss.: The MIP Press, 1997.

Pavlik, John V. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.

Saad, Beth. *Estratégias para a mídia digital: internet, informação e comunicação*. São Paulo: Senac, 2003.

Salaverría, Ramón. *Da pirâmide invertida ao hipertexto*. Revista de la Asociación de Técnicos de Informática, vol. 142, novembro de 1999, pp. 12-15.

Santaella, Lucia. *Matrizes da linguagem pensamento: sonora, visual, verbal*. São Paulo: Iluminuras/Fapesp, 2001.

Teixeira Colelho, José. *Semiótica, informação e comunicação*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2001, 5ª edição.

Teixeira, Pollyana Ferrari. *Usabilidade e exercício de jornalismo dentro do formato portal no Brasil*. Dissertação de mestrado. São Paulo: ECA-USP, 2002.

¹ Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP.

² Ver em CORREA, Elizabeth Saad. *Tecnologia, Jornalismo e Competitividade: o caso da Agência Estado*. São Paulo: ECA-USP, 1994. Tese de doutoramento.

³ Ver em CORRÊA, Elizabeth Saad. *As estratégias da desconstrução: sobre o uso de estratégias diferenciadas por empresas informativas na Internet*. São Paulo: ECA-USP, 2001. Tese de Livre docência.

⁴ Importante vincular o aspecto de discurso referencial do jornalismo ao campo do discurso histórico, com suas convergências e divergências.

⁵ Genericamente, poderíamos listar como características básicas das NIC: interatividade, flexibilidade, hipertextualidade e atualidade. Já para Lev Manovitch, seriam princípios da new media: representação numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação. (MANOVITCH, 2003: 17). Por outro lado, a pesquisadora do MIT, Janet Murray, amplia ainda mais os espaços possíveis para as NIC, denominando este de “ambiente digitais”. A autora categoriza tais ambientes como procedurais, participativos (características relacionadas à interatividade), espaciais e enciclopédicos (relacionadas à imersão do usuário). (MURRAY, 1997: 71). Todo este conjunto de conceitos embasa nossas reflexões, especialmente quando nos referirmos aos termos “NIC”, meios digitais e novas mídias.

⁶ A idéia do *linkalism* foi divulgada num artigo da Columbia Journalism Review que discutia o forte desafio de se criar uma narrativa digital diante do embate entre os valores-notícia e sua vinculação a hiperlinks comerciais em nome da almejada sustentação financeira dos empreendimentos.

⁷ Usabilidade endereça a relação entre uma ferramenta ou uma interface digital e seu usuário. Para uma ferramenta ser útil, ela tem de permitir aos clientes completar suas tarefas da melhor forma possível. (TEIXEIRA, 2002: 114).

⁸ O autor afirma que a alfabetização informática genuína inclui não somente conhecimentos e habilidades técnicas, mas também uma leitura refinada, escrita, pesquisa e capacidade de comunicar-se com capacidades intensas de criti-

camente acessar, analisar, interpretar, processar e armazenar tanto material impresso quanto material multimídia. (MARTINEZ, 2003, 154).

⁹ Tal mutação refere-se à possibilidade de expressão dos próprios atores dos fatos através da internet: hoje não é a atualidade que faz parte do jornalismo, mas o inverso”, segundo Chaparro. Assim, os sujeitos produtores de notícias que controlam os *media*, assistem à mutação genética dos sujeitos produtores de acontecimentos com atributos jornalísticos.

¹⁰ O autor afirma que o processo de navegação por entre links, banco de dados, e troca de mensagens é um processo contínuo e também ao mesmo tempo renovável, ilimitado em termos de transformação.