

Ciberjornalismo e Narrativa Hipermédia

Helder Bastos
Universidade do Porto

Índice

1 Ciberjornalismo: enquadramento	1
2 Narrativa hipermédia: uma transformação fundamental	3
3 Nova proficiência	5
4 Conclusão	6
5 Bibliografia	7

Resumo

A proliferação de publicações *online* conduziu paulatinamente à emergência de um novo género de jornalismo, o jornalismo digital ou ciberjornalismo, distinguível do tradicional por características essenciais como a multimedialidade, a hipertextualidade e a interactividade. As qualidades distintas desta nova forma de jornalismo incluem actualização noticiosa contínua, acesso global à informação, reportagem instantânea e personalização de conteúdos. Mas será porventura a vertente da narrativa hipermédia a representar uma das rupturas mais significativas, aos níveis conceptual e prático, entre velhos e novos modelos.

Palavras-chave: ciberjornalismo, hipermédia, informação, Web.

1 Ciberjornalismo: enquadramento

Não obstante a dificuldade na parametrização do ciberjornalismo, vários autores têm procurado chegar a formulações concretas e, tanto quanto possível, geradoras de consenso. Em termos genéricos, por ciberjornalismo deve entender-se, basicamente, o jornalismo produzido para publicações na Web por profissionais destacados para trabalhar, em exclusivo, nessas mesmas publicações. O ciberjornalismo é ainda definido como sendo produzido mais ou menos exclusivamente para a World Wide Web e pode ser funcionalmente diferenciado de outros géneros de jornalismo pela sua componente tecnológica enquanto factor determinante em termos de uma definição operacional.

Os ciberjornalistas diferem de outros seus colegas de profissão no sentido em que usam as características particulares da Internet no seu trabalho diário: multimédia, interactividade e hipertexto. O ciberjornalista tem, conseqüentemente, de tomar decisões sobre qual o formato ou formatos de *media* que melhor se adaptam a uma determinada estória (multimédia), de considerar opções que permitam ao público responder, interagir ou mesmo personalizar certas estórias

(interactividade), e pensar nas maneiras de relacionar a estória com outras estórias, arquivos, e outros recursos através de hiperligações (hipertexto). Esta é a ‘ideal-típica’ forma de jornalismo *online*, tal como professada por um número crescente de profissionais e académicos de todo o mundo. Ao fazê-lo, ambos usam o discurso das características únicas da Internet de modo a definir o ciberjornalismo como algo de diferente de outros jornalismo, como um ‘quarto’ género de jornalismo, próximo da imprensa, rádio e televisão (Deuze, 2003).

Para Kawamoto, jornalismo digital é o «uso de tecnologias digitais para pesquisar, produzir e distribuir (ou tornar acessível) notícias e informação a uma audiência crescentemente versada em computadores. Esta definição capta a histórica e importante função do jornalismo numa democracia, que é informar e esclarecer o público, e também têm em conta o desenvolvimento das ferramentas da profissão e as capacidades de literacia da audiência. Estas ferramentas podem ter impacto na forma como os jornalistas e as suas empresas jornalísticas procuram novos acontecimentos, movimentam informação de um lugar para outro, constroem e organizam estórias, desenvolvem interfaces, e envolvem as suas audiências.» (Kawamoto, 2003: 4). A hipertextualidade, a não-linearidade, o multimédia, a convergência e a personalização são características que o autor encara como sendo típicas do jornalismo digital, mas Kawamoto vê a definição de jornalismo digital como um «alvo em movimento», considerando que, à medida que a tecnologia e o conceito de jornalismo forem mudando, também a definição de jornalismo digital irá mudar.

O ciberjornalista é, antes de mais, um

jornalista, «o que significa que qualquer definição deste comunicador deve seguir as *guidelines* escolhidas para a profissão como um todo.» (Deuze, 1999: 376). Aqui, o jornalista é entendido como um profissional dos *media*, auferindo pelo menos metade do seu ordenado mensal como jornalista, trabalhando no contexto de uma redacção ou quadro redactorial no seio de uma empresa de *media* e concretizando pelo menos uma das quatro seguintes actividades centrais: recolha de notícias/investigação, selecção, escrita/processamento, edição. O jornalista *online* é, portanto, um profissional que concretiza tarefas jornalísticas dentro de e para uma publicação *online*. Seguindo esta definição, os mesmos *standards* de qualidade aplicam-se tanto a jornalistas *online* quanto a jornalistas tradicionais o que, para Deuze, significa que também no ambiente *online* se verifica a impossibilidade de se determinarem *standards* de qualidade ‘objectivos’.

Eric Meyer, citado por Hall (2001: 89), sugere que as dimensões-chave do ciberjornalismo são «profundidade, alcance e interacção» e que estes três aspectos aplicados em qualquer reportagem «servirão os leitores de forma mais significativa que quaisquer aspectos formais da apresentação das notícias.» O princípio que emerge deste entendimento é que a forma não deve determinar o conteúdo, mas sim o contrário.

2 Narrativa hipermedia: uma transformação fundamental

A Internet, espaço privilegiado para a afirmação do ciberjornalismo, não abarca apenas todas as capacidades dos *media* tradicionais (texto, imagens, gráficos, animação, áudio, vídeo, distribuição em tempo real), como oferece novas capacidades, incluindo interactividade, acesso *on-demand*, controlo por parte do utilizador e personalização. Utilizando estas potencialidades, os ciberjornalistas podem construir narrativas utilizando as modalidades e formas de comunicação que mais se adequem a cada estória em particular (Pavlik, 2001).

Para Pavlik, estas novas possibilidades representam uma transformação fundamental da natureza da narrativa no jornalismo num ambiente electrónico *online*, transformação na qual o autor vê o emergir de uma nova forma de notícias, consubstanciada na expressão «jornalismo contextualizado», a partir da qual distingue cinco dimensões básicas: alcance de modalidades comunicacionais; hipermedia; potenciação do envolvimento das audiências; conteúdo dinâmico; personalização.

Na perspectiva do autor, a produção de notícias no contexto dos novos *media* pode tirar proveito da totalidade das modalidades comunicacionais (texto, áudio, vídeo, gráficos, animação), incluindo modalidades emergentes, como o vídeo a 360 graus. Estas possibilidades multimédia permitem ao jornalista adequar as diversas modalidades a cada estória em particular, sem os constrangimentos existentes nos *media* tradicionais. «Não mais as notícias estão constrangidas pelas limitações técnicas dos mé-

dia tradicionais, seja imprensa, televisão ou rádio. Em vez disso, todas as modalidades da comunicação humana estão disponíveis para contar as estórias da maneira mais interessante, interactiva, *on-demand* e personalizada possível. Alguns constrangimentos, é certo, ainda se aplicam, incluindo as tradições e a formação das redacções, bem como a gestão financeira das redacções, e estas podem em última análise determinar se os jornalistas utilizam em pleno as possibilidades *online* para criarem melhores, mais completas e contextualizadas reportagens. Não obstante, a tecnologia torna possível o conteúdo noticioso melhorado.» (ibid., p. 17) Infelizmente, nota o autor, o ciberjornalismo só lentamente começou a incorporar muitas destas capacidades multimédia, o que vem na linha do sublinhado num passado recente: apesar da adesão generalizada e maciça à Internet, poucos *sites* produzidos por empresas jornalísticas tradicionais souberam tirar partido das qualidades imediatas, interactivas e multimédia do novo meio (Garcia, 1997; Pavlik, 1996).

Neste contexto, James Stovall acrescenta que «nenhum web site noticioso está ainda perto de utilizar todo o potencial da Web. A capacidade, imediatez, flexibilidade, permanência e interactividade da Web ainda não foram completamente exploradas por nenhuma empresa jornalística. Jornais, revistas, estações de rádio e estações de televisão, cuja história e investimentos têm sido feitos noutros produtos, têm sido tímidos na aproximação à Web. No entanto, a força da sua aceitação pelo público como fontes credíveis de notícias e o seu compromisso financeiro com a produção de notícias tornam os primeiros e mais relevantes protago-

nistas neste novo campo do jornalismo da web.» (Stovall, 2004: 16).

O recurso ao hipermédia representa «uma nova forma de jornalismo que coloca as estórias num contexto histórico, político e cultural muito mais rico» (Pavlik, 2001:16). Fredin e David (1998), por seu lado, sublinham que o facto de repositórios maciços de informação estarem a apenas uns cliques no rato do computador oferece uma riqueza ao hipermédia que a coloca à parte dos *media* tradicionais, possibilitando à audiência uma participação mais activa.

O envolvimento da audiência, aspecto do jornalismo contextualizado de que fala Pavlik, é, segundo o autor, potencialmente muito maior *online*, dado a Internet ser um *médium* activo, em vez de passivo. O envolvimento passa pelo recurso a «reportagem imersiva», uma forma de apresentar e interagir com as estórias num ambiente tridimensional.

O quarto aspecto do jornalismo contextualizado, o conteúdo dinâmico - sinónimo de actualização noticiosa contínua - é visto por Pavlik como uma faca de dois gumes para os jornalistas, pois estes não apenas podem como devem providenciar actualizações permanentes de notícias para uma audiência acostumada a ter acesso aos mais recentes desenvolvimentos da actualidade. O ciberjornalista vê-se assim confrontado com o imperativo de escrever, ou produzir, mais rápido e melhor. O problema, nota o autor, é que poucos jornalistas têm tempo para análises aprofundadas antes de publicarem as suas estórias.

Finalmente, num ambiente electrónico, digital, as notícias podem ser personalizadas de formas dificilmente igualável noutros *media*. Segundo Pavlik, conjugada com as

outras dimensões do jornalismo contextualizado, a natureza personalizável do ciberjornalismo oferece às audiências uma visão do mundo que é mais contextualizada e multidimensional do que a das estórias apresentadas nos *media* tradicionais.

Tomadas no seu conjunto, estes desenvolvimentos estão a transformar a própria natureza do conteúdo das notícias e da narrativa. «O que está a começar a emergir é um novo tipo de narrativa que ultrapassa o romântico mas inalcançável objectivo da pura objectividade no jornalismo. Este novo estilo oferecerá à audiência uma complexa mistura de perspectivas nas estórias e acontecimentos que será muito mais completa do que qualquer único ponto de vista poderia alcançar.» (Pavlik, 2001: 24).

O ciberjornalismo expande, pois, alguns limites do jornalismo dos *media* tradicionais. Mais do que a recolha de notícias, análise e reportagem, trata-se de aqui ir para além das notícias, incluindo ideias, estórias e os diálogos através dos quais os leitores podem aprender uns com os outros. «Olhar para o jornalismo na Internet através do conceito estreito daquilo que é tradicionalmente considerado como notícias, como meramente outro meio de distribuir informação recolhida algures, é imaginá-la muito estreitamente.» (Hall, 2001: 4). O ciberjornalismo, acrescenta Hall, não se limita a disponibilizar notícias e comentários na Internet; orienta os consumidores na imensidão de informação *online* proveniente de diversas fontes, de agências governamentais a grupos empresariais, fornecendo ainda «mapas de navegação».

3 Nova proficiência

Ao jornalista que trabalha numa redacção digital não basta, pois, o domínio de aptidões fundamentais e tradicionais no jornalismo, como redacção, reportagem ou edição. O ciberjornalista deve ser capaz de perceber as capacidades e a estética dos novos *media*, o que inclui o entendimento da natureza interactiva dos *media* digitais em rede e a aprendizagem de novas maneiras, não lineares ou multilíneas, de narrativa jornalística. O domínio da prática de pesquisa na Web, da transferência electrónica de ficheiros, o saber construir e manter *sites* próprios com recurso a programas específicos, conhecimentos sobre grafismo na Web e utilização de *streaming media* (áudio e vídeo), manipulação de bases de dados e gestão de fóruns *online* são outras aptidões encaradas como vantajosas para um jornalista que queira afirmar-se no ciberespaço.

Para Hall, os atributos que produzem o jornalismo impresso ou audiovisual permanecem a fundação a partir da qual se constrói o ciberjornalismo, mas a mudança para a narrativa não-linear requer algumas adaptações e acréscimos àqueles atributos. No entanto, frisa o autor, por muito que os jornalistas entendam bem os princípios do áudio e vídeo, fotografia e *software* específico, de modo a saberem qual o mais apropriado para apresentar a estória, é pouco provável que sejam chamados a usá-los na prática: a efectiva produção da estória demoraria de tal modo que se tornaria redundante quando chegasse a altura de a apresentar. «O que é importante para o jornalista é a capacidade de conceptualizar uma peça de jornalismo em termos multimédia e interactivos. (...)

A questão da organização da informação em contextos formais apropriados é central no efectivo jornalismo *online*» (Hall, 2001: 91).

Em ciberjornalismo, escrever não se resume a redigir texto, mas antes a explorar todos os formatos possíveis a ser utilizados numa estória de modo a permitir a exploração da característica-chave do novo *medium*: a convergência. As possibilidades narrativas permitidas pela convergência multimédia requerem, por isso, o planeamento das estórias através da elaboração de um guião (*storyboard*), encarado como essencial no processo de escrita não-linear. A aplicação do *storyboarding* no planeamento de uma estória *online* poderá, dependendo das práticas e exigências de cada *media online*, caber ao próprio jornalista (Deuze, 1999).

Os jornalistas mais inteligentes apoiarão novas formas de jornalismo, incluindo narrativa multimédia, excertos de vídeo, enfoque nas notícias de última hora na Web e terão novas funções, como facilitar conversações *online*, organizar recursos de arquivo, e agregar e refazer informação proveniente de diversas fontes (Fulton, 2000).

Uma grande mudança que a Web trouxe ao jornalismo foi a capacidade de se lidar com muito mais informação do que em qualquer um dos *media* tradicionais: «Os jornalistas da Web estão a aprender a pensar ‘lateralmente’ sobre as suas estórias. Em vez de apenas recolher informação suficiente para escrever uma só estória em pirâmide invertida, um jornalista da web tem de considerar vários tipos de informação que podem ser incluídos como partes de um pacote da estória.» (Stovall, 2004: 39).

Dan Froomkin, por seu lado, considera que mesmo os jornalistas tradicionais devem, rotineiramente, criar versões alternati-

vas para as suas estórias, utilizando imagens, ensaios fotográficos, apresentações gráficas, som e vídeo, hipertexto: «É tempo de toda uma nova ronda de sérias conversações entre editores *online* e tradicionais para levar as redacções para um novo patamar e tornar a exploração das possibilidades tecnológicas e jornalísticas da Internet - e não apenas o seu ciclo noticioso - parte da cultura da redacção.» (Froomkin, 2004).

No mínimo, os jornalistas terão de desenvolver um entendimento básico das capacidades únicas dos diferentes *media*, pois os seus empregadores tenderão cada vez mais a distribuir conteúdos através de várias plataformas ou a colaborar com outras empresas para o fazer. «Não mais podem os jornalistas pensar que só porque trabalham num *médium* (por exemplo, um jornal) não precisam de se preocupar acerca da forma como a sua estória deveria ser apresentada noutra (na TV ou na Web). Não mais as escolas de jornalismo podem pensar que podem formar alunos que percebem apenas um conjunto de ferramentas de comunicação. Por outro lado, não estamos necessariamente a caminhar para uma era em que um só jornalista necessita de fazer tudo - reportar, escrever, tirar fotografias, filmar e editar vídeo e apresentar as suas estórias na Web. Haverá sempre necessidade de especialistas que fazem uma coisa particularmente bem. Mas nas empresas de *media* convergentes do futuro, os jornalistas que melhor entenderem as capacidades únicas dos *media* múltiplos serão aqueles que obterão mais sucesso, conduzirão às maiores inovações e tornar-se-ão os líderes de amanhã.» (Rich Gordon *in* Kawamoto, 2003: p. 72).

4 Conclusão

Os jornalistas dos *media* tradicionais escrevem normalmente de uma forma simples, acessível e linear, de modo a que um leitor, ouvinte ou telespectador “típicos” consigam, sem grandes dificuldades, apreender a mensagem. Os ciberjornalistas, embora tenham também que se preocupar com este tipo de escrita, terão de ter em conta, ao elaborarem uma estória, que na Web estão leitores com perfis e exigências muito específicas e distintas, tendo de satisfazer uma grande variedade de audiências de variadas maneiras.

A evolução no sentido da narrativa jornalística hipermédia advém das exigências da própria natureza das linguagens possíveis na Web, ao mesmo tempo que vai de encontro a modos de leitura, de navegação e de interacção que parecem estar a consolidar-se com o tempo no seio das comunidades virtuais. Donde, não será difícil antever o risco de redundância e *deslocação* que representa para *sites* noticiosos a manutenção dos atributos lineares e tendencialmente monomédia do jornalismo tradicional num espaço estrutural e marcadamente hipertextual como é a Web.

A narrativa jornalística hipermédia - que não resulta apenas da disponibilização de matéria-prima multimédia num conjunto de páginas Web mas exige, para além disso, uma conjugação integrada e não redundante dos elementos com base numa gramática própria - constitui, ainda hoje, a excepção no panorama jornalístico digital. Dito de outro modo, a gradual *consolidação* conceptual deste género narrativo não tem sido acompanhada, em dimensão significativa, pela sua *corporização* nos *media* noticiosos *on-*

line, uma realidade a que não serão alheios factores como o investimento insuficiente e meios técnicos e humanos nas redacções digitais e a escassa formação específica em ciberjornalismo avançado.

No campo estrito da narrativa jornalística hipermédia, mais do que a uma readaptação de modelos narrativos tradicionais, assiste-se ao lançamento das fundações de um novo género jornalístico, assente em paradigmas sobremaneira diversos, e nalguns aspectos dissidentes, daqueles que marcam o texto noticioso dos *media* tradicionais. A nova narrativa introduz simultaneamente factores de complexidade e abrangência, que passam pela escolha alargada de elementos, delineamento e estruturação, hipertextualização e consideração de opções de interactividade. Convidado a concentrar em si o máximo de proficiência técnica no domínio do multimédia, o ciberjornalista vê-se na contingência de pensar cada vez menos em termos de redacção linear para se aproximar progressivamente do conceito de *produção* jornalística.

5 Bibliografia

- Deuze, Mark. (2003). 'The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online', *New Media & Society*, Volume 5, Number 2 pp. 203-230.
- Deuze, Mark. (1999). 'Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment', *Gazette*, 61(5): 373-90.
- Fredin, Eric S, David, Prabu. (1998). 'Browsing and the Hypermedia Interaction Cycle: a Model of Self-Efficacy and Goal Dynamics', *Journalism and Mass Communication Quarterly* 75, n.º. 1: 35.
- Froomkin, Dan. (2004). 'Ideas for Online Publications: Lessons From Blogs, Other Signposts', *Online Journalism Review*, <<http://ojr.org/ojr/workplace/1085603014.php>> (05.07.2005).
- Fulton, Katherine. (2000). 'News isn't Always Journalism', *Columbia Journalism Review*, Julho/Agosto, <<http://www.cjr.org/archives.asp?url=/00/2/fulton.asp>>, (05.07.2005).
- Garcia, Flora J. (1997). 'The Web and the Paradigm of the Front Page', *Computer-Mediated Communication Magazine*, Vol. 4, N.º 7, 1 de Julho, <<http://www.december.com/cmcmag/1997/jul/garcia.html>> (05.07.05).
- Hall, Jim. (2001). *Online Journalism: A Critical Primer*. London: Pluto Press.
- Kawamoto, Kevin (Ed.). (2003). *Digital Journalism: Emerging Media and Changing Horizons of Journalism*. Lanham. MD: Rowman & Littlefield.
- Pavlik, John. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Pavlik, John. (1996). *New Media Technologies and the Information Highway*. Allyn & Bacon.
- Stovall, James Glen. (2004). *Web Journalism: Practice and Promise of a New*

Medium. Boston: Allyn and Bacon,
2004.