

Jornalismo Cultural On line: uma análise comparada Brasil-Canadá

Nísio Teixeira e Mariana Mól*

Resumo

A partir de uma revisão teórica sobre as características do jornalismo cultural e, neste, as peculiaridades de sua versão *on line* na internet, o presente artigo desenvolve um estudo comparativo do uso de suas potencialidades em dois cadernos de cultura existentes em periódicos diários: o canadense **Arts & Life**, do jornal **The Gazette - Montreal**, da província de Quebec e o brasileiro **Cultura**, do jornal **Hoje em Dia**, do estado de

Minas Gerais. Apesar de algumas diferenças mínimas verificadas na versão impressa para a versão on line destes cadernos, a pesquisa revela que, em ambos, há pouco aproveitamento das possibilidades, especialmente as multimidiáticas, do ambiente on line para notícias relacionadas à área cultural.

Abstract

From a theoretic review about some characteristics of the cultural journalism and, in it, some peculiarities of its on line version on the internet, the present research develops a comparative study about the use of its potentialities in two cultural sections in daily periodics: the Canadian **Arts & Life**, from **The Gazette - Montreal** newspaper, from Québec Province and the Brazilian **Cultura**, from **Hoje em Dia** newspaper, from the state of Minas Gerais. Despite some minimal differences verified in the press version and its on line version in those sections, this research reveals that, in both, there is a few utilization of the possibilities, specially the multimediatic ones, for the on line environment to the news related to cultural issue.

*Nísio Teixeira, graduado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), é professor do Departamento de Jornalismo do Centro Universitário Belo Horizonte (UNI-BH) e doutorando em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). No UNI-BH foi um dos coordenadores do grupo de pesquisa *Jornalismo Cultural On line* e atualmente leciona a disciplina Fundamentos de Cinema. Mestre em Ciência da Informação também pela UFMG, foi jornalista na área cultural, tendo atuado como repórter e editor adjunto do jornal Hoje em Dia (Belo Horizonte-MG). E-mail: nisiotei@hotmail.com

Mariana Mól, graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH), onde participou como pesquisadora no grupo de pesquisa *Jornalismo Cultural On line*. Tem atuado como jornalista na área cultural, como na cobertura de Festivais de Inverno e Fórum das Artes (Ouro Preto-MG). É mestranda na Escola de Belas Artes da UFMG. E-mail: mariana.mol@hotmail.com

1 Introdução

Gênero jornalístico cuja origem remonta a períodos antes do Iluminismo, o jornalismo cultural atual vive uma série de dilemas. Desafios que, como se já não bastassem aqueles existentes ao exercício diário dos cadernos impressos, tornam-se ainda maiores com o surgimento da internet: uma plataforma que contém, a um só tempo, a capacidade de pesquisa e publicação e, ainda, traz a possibilidade da convergência de mídias diversas, como o texto, o áudio e o vídeo.

Caracterizar os dilemas do jornalismo cultural, em especial aqueles reservados para o seu desafio *on line* nos hipertextos da internet é um dos objetivos deste artigo. Diante desse quadro, procuramos em seguida observar o desempenho de dois cadernos culturais diários diante da potencialidade oferecida pela internet. Essa análise comparada tomou como objetos de trabalho as versões impressas e *on line* do caderno canadense **Arts & Life**, do jornal **The Gazette – Montreal**, da província de Quebec e o brasileiro **Cultura**, do jornal **Hoje em Dia**, do estado de Minas Gerais.

Apesar de algumas diferenças mínimas e da distância geográfica ou mesmo econômica que separam as publicações, observa-se uma constante no que diz respeito ao jornalismo cultural praticado em ambos, bem como do uso extremamente restrito das potencialidades do ambiente *on line* oferecido pela internet.

Cabe ressaltar ainda que o presente artigo é mais um desdobramento do grupo de pesquisa *Jornalismo Cultural on line*, desenvolvido entre os anos de 2000 e 2003 pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH).

2 Jornalismo Cultural

Segundo Daniel Piza (2003), as bases do jornalismo cultural foram estabelecidas em 1711, ano em que foi lançada, na Inglaterra, a revista *The Spectator*, dirigida pelos ensaístas Richard Steele (1672-1719) e Joseph Addison (1672-1719). De acordo com Piza, os dois decidiram lançar a publicação para tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembléias, casas de chá e cafés, falando sobre assuntos diversos, tais como óperas, costumes, livros, festivais de teatro e música, além da política, mantendo um tom de conversaçãõ espírituosa, culta sem ser formal, reflexiva sem ser inacessível, apostando num fraseado charmoso e irônico. (PIZA, 2003).

Com a revolução industrial, a imprensa alcançou o avanço técnico que lhe faltava para fincar as bases de sua disseminação. Os princípios da liberdade de expressão e imprensa, consolidados nas revoluções Americana e Francesa do século XVIII, encontravam-se, assim, com o aparato operacional jornalístico propiciado pelos progressos da eletricidade, do telégrafo, da telefonia e da fotografia. Por essa época, também, a imprensa se torna efetivamente *empresa* jornalística e passa a vender espaços de suas páginas para os anunciantes.

A progressiva industrialização, o avanço burocrático, a departamentalização do conhecimento também afetou os jornais diários, que consolidam a estrutura por cadernos e/ou editorias (esporte, cultura, economia) em meados do século XX. O jornalista também se departamentaliza: torna-se repórter, redator, editor, diagramador etc. E, a própria cultura se industrializa, perfazendo aquilo que Adorno e Horkheimer vão

caracterizar como indústria cultural – que faz com que produções culturais sigam os mesmos moldes e procedimentos da produção em série de bens não culturais, transformando as manifestações artísticas em mercadoria e em entretenimento acrítico, desvinculadas de seu potencial de emancipação. (ADORNO, 1971).

Conforme salientamos em outra oportunidade, um primeiro dilema do jornalismo cultural surge quando se percebe que ele sofre uma dupla influência do caráter industrial da cultura:

Primeiro, pelo próprio fato de ser resultado de um processo industrial, com as imposições e limites próprios desse processo. Assim, por um lado as exigências produtivas e técnicas da padronização (organização burocrática, divisão do trabalho, padrões de tempo e espaço, copidescagem, reescritura) levam a uma despersonalização da criação e da invenção. Por outro lado, o jornalismo é movido por acontecimentos, por novidades, o que garante uma diferenciação constante entre seus produtos. (MORIN, 1997 apud CUNHA et al, 2003: p. 77)

A segunda influência diz respeito ao próprio campo de cobertura do JC – a produção cultural – que também sofre o impacto da industrialização e, conseqüentemente, da mercantilização.

A agenda do jornalismo cultural muitas vezes segue a agenda do próprio produto cultural, seja ele um livro, um disco, um espetáculo. Mas muitas vezes a pauta recai sobre o produto cultural e não problematiza os processos que levaram o produto até sua configuração final. Aliás, esse é um ponto que não se configura nem mesmo na entrevista com os autores do produto: percebe-se uma certa condescendência, a busca de um certo *glamour*, a

confusão entre reportagem e tietagem em algumas matérias da área. (TEIXEIRA, 2002: p. 04)

A própria idéia do furo no jornalismo cultural subverte o conceito clássico de notícia. Se a tradição afirma que a notícia tem que ser um fato inédito e imprevisível, muitas vezes, as pautas são previsíveis, apesar de inéditas: pensemos na capa que todo caderno de cultura irá publicar por ocasião de um show de David Bowie ou de uma estréia hollywoodiana.

Além desse, outro desafio surge do caráter híbrido do jornalismo cultural. O caderno de cultura deve incluir textos informativos, opinativos, serviços (roteiros de espetáculos que ocupam páginas e páginas, mas que têm que estar presentes), colunas sociais, horóscopo, passatempos etc. Espécie de discurso sobre a produção estética, mas também veículo dessa produção (caso dos quadrinhos, crônicas, poesias, fotografias), o jornalismo cultural vive, portanto, uma seqüência de dilemas. Cabe agora verificar como eles se comportam no ambiente *on line* (TEIXEIRA, 2002).

3 Jornalismo On Line

Em outra oportunidade, também enumeramos alguns aspectos centrais do impacto da internet no jornalismo

O que poderíamos chamar do jornalismo *on line* - pode ser resumido em seis pontos principais apresentados por Marcus Palacios (2001) durante palestra: 1) *hipertextual*; 2) *multimidiático/convergente*; 3) *passível de atualização contínua*; 4) *personalizável*; 5) *interativo* e 6) *passível de incorporar memória*. A eles agregamos os seguintes comentários.

Ponto 1: o caráter de hipertexto, embora não seja uma novidade apresentada pelo suporte eletrônico-digital, foi certamente potencializado por ele: chegamos ao ponto, por exemplo, de não contarmos apenas com conexões para outros textos, mas também outros suportes de linguagem, como trechos de áudio e vídeo (hipermídias).

Ponto 2: uma das razões que possibilita essa convergência multimidiática é justamente o suporte digital. Ele transforma a internet e, por conseqüência, o jornalismo *on line*, em uma plataforma não só de publicação, mas também de distribuição. Ou seja, há uma convergência não somente de linguagens, como também de funções.

Ponto 3: outro impacto estaria na periodicidade: ao contrário dos suportes tradicionais jornalísticos, o jornalismo *on line* oferece um conteúdo que pode ser atualizado continuamente. É a primeira vez na história da comunicação que o texto impresso informativo alcança uma velocidade para o relato de situações e fatos antes só possível via rádio e TV (*hard news*). Ao mesmo tempo, porém, pode manter o caráter de interpretação e análise que marcou o conteúdo do jornalismo impresso (*soft news*). Um projeto editorial para a internet pode optar por qualquer um desses caminhos ou mesmo buscar uma combinação dos dois (*periodicidade híbrida*).

Ponto 4: sabemos que o leitor de jornal é um sujeito seletivo. Não lê tudo aquilo que o jornal publica, mas navega pelas páginas impressas em busca de um título ou foto interessante, ou mesmo vai diretamente à sua seção preferida. O leitor de jornalismo *on line* pode programar seu conteúdo para só receber aquelas notícias que lhe interessam - sem mencionar aqui na programação de sites que lhe interessam (a bendita pasta "Favoritos")

Ponto 5: O usuário pode interagir com o emissário da notícia, enviando *e-mails* e con-

tribuindo para a fomentação do debate e da crítica. Esse é um dos pontos mais sensíveis ao debate, uma vez que, para muitos, o conceito de interatividade torna-se mais pleno à medida em que descreve uma relação dada em tempo *real*.

Ponto 6: O suporte digital pode também apresentar outra característica: sua convergência de mídias permite não só a publicação, a distribuição, mas também a pesquisa. *O poder de compactação dos dados possibilita um acesso mais amplo às informações passadas, a um arquivo de textos, sons e imagens que também pode ser incorporado ao projeto editorial em jornalismo on line.* (TEIXEIRA, 2002: p. 05-06. Grifo nosso)

Considerando os pontos acima, podemos concordar com a doutoranda em Comunicação na FACOM-UFBA, Luciana Mielniczuck (2001) que, em seu artigo *Características e implicações do jornalismo na Web*, até mesmo questiona se a internet traz realmente novas características pelo meio digital ou se apenas estende características já existentes no jornal impresso, no rádio e na televisão. Assim, para guiar nossa análise comparativa, recorremos a algumas dessas características apresentadas pela autora e que estão em consonância e sintetizam ainda mais os pontos anteriormente descritos:

1) Interatividade: a notícia *on line* possui a capacidade de fazer o leitor/usuário sentir-se parte do processo. Isto pode acontecer de diversas maneiras, entre elas, pela troca de emails entre leitores e jornalistas; através de fóruns de discussões, chats e mesmo disponibilização de opinião do leitor. Outra forma de interatividade é apresentada por Arlindo Machado (1997), em seu texto *Hipermídia: o labirinto como metáfora*

– trata-se da navegação feita pelo hipertexto, que acontece dentro da própria notícia.

2) Hipertextualidade: esta característica, apontada como específica da natureza do jornalismo *on line*, traz a possibilidade de interconectar textos através de links. A partir do texto, pode-se apontar para outros textos, outros sites, arquivos e mesmos textos que sejam a favor ou contra o que se está divulgando. A navegação adaptada da internet, feita através dos *links*, quebra com a estrutura linear do texto, criando-se assim um novo costume de ler na tela do computador. A seqüência das informações não é mais uma imposição.

3) Multimídia: é a convergência dos formatos das mídias tradicionais na narração do fato.

4) Memória: o acúmulo de informações é mais viável (técnica e economicamente) através do uso deste meio.

5) Atualização: De acordo com a doutoranda Luciana Mielniczuck, na rede, a atualização das notícias pode ocorrer ininterruptamente: “em qualquer momento é possível acessar um webjornal e ler as notícias de interesse atualizadas”. Além disso, lembramos aqui da proposta de periodicidade híbrida apresentada no ponto 3.

4 Jornalismo Cultural On Line

Dos dilemas às possibilidades: antes de apresentarmos a análise da pesquisa e considerando o que foi disposto até aqui, cabe ainda apontar algumas características desse encon-

tro do Jornalismo Cultural com o Jornalismo *On line*.

Afinal, a convergência de mídias e articulação de linguagens possibilita, por exemplo, que trechos de uma entrevista possam ser disponibilizados em áudio, bem como do CD que foi objeto de crítica. Da mesma forma pode-se incluir o vídeo para ilustrar ou reforçar determinadas passagens de um texto informativo e/ou interpretativo sobre algum material audiovisual. Um projeto editorial (...) pode, além de contemplar o caráter híbrido de linguagens, abrigar o caráter híbrido da periodicidade. O serviço de roteiro cultural pode respeitar a atualização, diária ou não, de seus mais diversos setores, como peças de teatro, filmes em cartaz, shows, pode ocupar quantas "páginas" quiser, sem prejuízo para o espaço destinado às matérias ou sem sofrer riscos de redução. Ao mesmo tempo, permite que a crítica produzida no dia da estreia do espetáculo possa permanecer disponível durante toda a temporada do mesmo. (TEIXEIRA, 2002: p. 07)

Outro ponto híbrido - o abrigo não só de discursos sobre a produção cultural, mas também de produtos culturais como crônicas, fotos e tirinhas - ganha novas possibilidades:

Além do texto, da foto e do quadrinho, podem ser incorporadas aí animações, vídeos (pensemos, por exemplo, em uma 'Seção do Minuto'), sem falar em outras formas de passatempos (*videogames*). O projeto editorial pode também incorporar a exploração de sua base de dados (arquivo) e funcionar como centro de referência para alguns assuntos (*links* interessantes). Tudo isso só vale, é claro, se houver a exploração adequada e comedida dos recursos de hipertexto, hipermídia, navegação, design etc. (TEIXEIRA, 2002: p. 08)

5 Análise comparada Arts & Life e Cultura

Em busca de mapear características, semelhanças e adaptações do jornalismo cultural *on line*, pesquisamos a versão impressa e na internet do caderno cultural de dois jornais diários: um brasileiro, o **Cultura** do Hoje em Dia –de Belo Horizonte, Minas Gerais, e um canadense, o **Arts & Life** do The Gazette Montreal –de Montreal, Quebec. A análise foi realizada durante um período de dez dias, entre 13 a 22 de outubro de 2003.

A partir de um roteiro construído do quadro teórico exposto anteriormente, questões foram estudadas e estão presentes nas comparações. Esta análise está dividida em três partes: I) descrição da versão impressa; II) descrição da versão *on line*; III) comparação das características adotadas na internet pelos periódicos e, por fim, a conclusão.

Dados gerais

Hoje em Dia

Caderno de cultura: Cultura
 Editor: Roberto Mendonça:
 rvinius@hojeemdia.com.br
 Fone: 0xx31-3236-8014/8092
 Versão *on line*: www.hojeemdia.com.br

The Gazette - Montreal

Caderno de cultura: Arts & Life;
 section D
 Editor: Mark Tremblay:
 mtremblay@thegazette.canwest.ca
 Fone: (514) 987 25 60
 Versão *on line*:
www.canada.com/montreal/montrealgazette
 Portal: www.canada.com

I) Descrição da versão impressa

Hoje em Dia

O caderno **Cultura** é publicado de segunda a sábado, com uma média de oito páginas. Não há um tema específico nos dias da semana a ser abordado pelo caderno, embora se verifique uma tendência em destinar a segunda-feira às artes plásticas e ao lançamento de discos, a quinta ao teatro, a sexta ao cinema e, aos domingos, tem-se um espaço de literatura no caderno **Plural** (ver a seguir). A pauta é baseada na agenda cultural da capital Belo Horizonte, lançamento de produtos artísticos, assim como críticas, crônicas, colunas especiais e entrevistas com personalidades da área.

No domingo, o caderno cultural se chama **Plural**, com uma média de 12 páginas. E somente neste dia há o conteúdo “Moda & Estilo”, com matérias sobre tendências da moda, dicas de beleza e comportamento. O caderno ainda mantém a estrutura de matérias culturais como nos outros dias. Um destaque é para a lista completa de filmes que passarão no fim de semana na televisão aberta. O **Plural** é editado por outra jornalista, Beth Barra.

Diariamente, o **Cultura** apresenta o roteiro de espetáculos, com diversos eventos da cidade, resumo das novelas, a programação dos canais de televisão e uma sinopse de todos os filmes programados para esses dias. Os quadrinhos, “Tirinhas”, estão no mesmo espaço desse roteiro, junto a uma charge diária, ao horóscopo e às palavras cruzadas. Toda essa informação ocupa uma média de três páginas, especificamente metade da página 3 e a totalidade das páginas 4, 5 e 6. Conforme indicado no quadro teórico, muitas vezes, o roteiro e esses passatempos ocu-

pam mais espaço que o conteúdo jornalístico do caderno.

A diagramação do caderno é limpa, destacando-se a capa, que sempre traz apenas uma matéria, que recebe cores diferentes e tratamento nas imagens e na formatação de títulos e textos. As imagens são bem estruturadas nas páginas, e a publicidade não chega a ocupar mais de $\frac{1}{4}$ de página. Geralmente a publicidade aparece na parte inferior nas páginas 2, à direita, e 7, à esquerda – as quais, aliás, junto com a capa, a contracapa (página 8) e a metade da 3 são as páginas destinadas a receber o material jornalístico propriamente dito, já que, as demais, como vimos, são ocupadas pelo serviço ao leitor (roteiros e passatempos).

A cor característica da versão impressa, durante o tempo pesquisado, é o azul. No domingo, o nome do caderno recebe uma tonalidade de azul mais clara. Os títulos e todo o formato das matérias é padronizado, em preto. Títulos em negrito, e mesmo tipo de fonte. Todas as matérias são assinadas, os colunistas e cronistas têm uma pequena foto, em cor, junto à sua assinatura. Durante o tempo pesquisado, houve uma predominância temática de música. Mas todas as manifestações artísticas foram abordadas: artes cênicas, literatura, artes visuais, televisão, cinema, dentre outras.

The Gazette - Montreal

O caderno **Arts & Life** é publicado de segunda à sexta. A média é de oito páginas, de segunda à quinta; 14 na sexta; 10 no sábado e domingo. Cada dia da semana tem um assunto em destaque, com diferentes gêneros de texto (reportagens, artigos, críticas, comentários, entrevistas e notas) e ainda espe-

ciais. Para cada tema em destaque, o jornal dedica geralmente duas páginas do caderno.

Na segunda, o destaque é para *Life*: o caderno traz mais reportagens de cunho comportamental, vida urbana, e pessoas conhecidas. Na terça, o destaque é para novidades e matérias de moda de todo o mundo. Na quarta, o caderno destaca a culinária e também traz receitas. Na quinta o tema é a música. Uma página inteira traz releases de lançamentos, e mais entrevistas, críticas, destaques e novidades.

Um detalhe diferente dos jornais brasileiros é a exploração da interatividade que o **Gazette** realiza nas quartas-feiras: o caderno divulga uma lista de próximos lançamentos de discos que os leitores podem escolher por e-mail. Os lançamentos selecionados serão publicados na semana seguinte. Interessante observar que, curiosamente, isso não acontece na versão *on line* do jornal.

Na sexta, o destaque é cinema. Ao nome do caderno, no alto da página, se aplica *Preview* e, além das matérias, o caderno traz os lançamentos do cinema e a lista de eventos do fim de semana. No sábado, o caderno é dividido em dois: *Pop Culture*, que traz a lista completa de filmes em cartaz, horários e locais de exibição. São dedicadas duas páginas de matérias e comentários de todos os filmes em cartaz na cidade e nas outras cidades em torno da ilha de Montreal. O editor, Mark Tremblay, é o responsável pelo caderno. O outro caderno é o *Books & Arts*, e, com uma média de 8 páginas, tem outro editor, Edie Austin, só para *Books*. O caderno traz resenhas de livros e os lançamentos editoriais, além de matérias das outras artes. Na última página, o caderno traz matérias sobre religião e informações de serviços religiosos, como horários de igreja e encon-

tros do gênero. Assim, enquanto no Brasil observamos o aumento das páginas dos diários no domingo, o *The Gazette - Montreal* realiza essas mudanças no sábado. O jornal aumenta de tamanho e inclui outros cadernos especiais, como os de turismo e de ensaios.

Domingo, o caderno cultural se chama *Sunday*, com uma média de 10 páginas. Tem uma característica mais reflexiva, embora traga notícias culturais, páginas de passatempos, mas não um guia de TV.

Todos os dias, o **Arts & Life** apresenta uma agenda cultural, com os eventos do dia na cidade, além de um guia do que estará na televisão à noite. Interessante observar que os quadrinhos (*comics*) ficam em outro caderno, nos Classificados, na última página.

A diagramação do caderno é limpa, e não apresenta muitas imagens, mas traz publicidade. Estas não ocupam mais de um quarto de página, mas se verificam em quase todas as páginas.

As cores da versão impressa, durante o tempo pesquisado, foram azul e verde. Os títulos e todo o conteúdo das matérias são padronizados, em preto. Os títulos, reforçados, ainda, em negrito. A maioria das matérias também traz uma foto pequena de quem as assina. Durante o tempo pesquisado, houve uma predominância temática de cinema. Mas todas manifestações artísticas foram publicadas: teatro, música, literatura, dentre outras.

II) Descrição da versão on line

Hoje em Dia

O *Hoje em Dia*, em sua versão *on line*, é um site exclusivo. Não pertence a nenhum por-

tal. Assim como na versão impressa, **Cultura** é uma das seções do site.

Existe uma diferença no domingo: a versão *on line* traz a seção **Cultura** junto com o **Plural**. Sendo que o último traz uma média de 8 matérias, sendo 4 relacionadas a comportamento e moda, e mais 4 de roteiro de serviços culturais, assim como no resto da semana, que se repete na seção **Cultura**.

A versão *on line* do *Hoje em Dia* tem acesso restrito àqueles cadastrados via internet. O acesso à primeira página é livre, mas a disponibilização do conteúdo das matérias e mesmo a navegação pelo site só é possível mediante o cadastro. Assim que se acessa qualquer link, aparece uma janela para o cadastro, que é gratuito.

No caso brasileiro, o link **Cultura** aparece com o mesmo azul do impresso e as manchetes são disponibilizadas logo abaixo para o acesso direto a cada matéria. A estrutura das páginas é a mesma em qualquer seção, a ordem de leitura é vertical, as matérias usam as mesmas cores e as fontes tem mesmo tamanho e forma. O layout escolhido também não utiliza nenhuma das potencialidades oferecidas pela internet.

Um exemplo do caso brasileiro, a diagramação diferenciada da capa na versão impressa não acontece na versão *on line*. O único item diferencial da matéria de destaque *on line* das outras notícias é a presença de uma foto. Nenhuma das outras apresentam imagens, e mesmo a imagem da matéria de destaque é a mesma foto publicada no impresso.

The Gazette - Montreal

O *The Gazette - Montreal* é um dos sites disponíveis no portal **canada.com**. O por-

tal é operado pela CanWest Interactive, junto ao canal de televisão The Global e trinta publicações da CanWest Newspaper Publications, todos gerenciados pela CanWest Global Communications Corporation.

Além de notícias, o portal fornece vários links para outros sites. Os assuntos são diversos, como serviços, viagens, compras, carros, entretenimento, profissões, email grátis, pesquisa, esportes, negócios, entre outros.

As informações são separadas por províncias e cidades canadenses. Cada uma com suas publicações e serviços. As principais cidades que estão “cobertas” pelo portal são Victoria, Vancouver, Calgary, Edmonton, Regina, Saskatoon, Winnipeg, Hamilton, Toronto, Ottawa, Montreal, Maritimes, e ainda algumas das principais cidades do Estados Unidos da América. Por exemplo, se acessar canada.com/Montreal, na página estarão as informações específicas da cidade, com seus serviços e mídias.

O **Arts & Life** aparece com uma das seções do site e está presente com todas as outras na página principal do jornal *on line*.

A página do **The Gazette - Montreal** não traz nenhum material exclusivo na versão *on line*. Todo o acesso ao site e ao portal **canada.com** é gratuito. Incluem-se aí todos os serviços oferecidos.

O site canadense apresenta o mesmo layout do portal canada.com. A estrutura das páginas, a ordem de leitura (vertical), as cores (vermelho, preto e branco) e fontes (tamanho e forma). O layout escolhido não utiliza nenhuma das potencialidades oferecidas pela internet.

III) Comparação das características adotadas na internet pelos periódicos

A partir do quadro teórico anteriormente exposto, e nele, em especial, das cinco características enumeradas, segue-se uma análise comparada dos dois jornais *on line*.

1) Interatividade: tanto o **Cultura** quanto o **Arts & Life** se restringem aos recursos de texto e foto. A leitura, as informações que se têm da versão *on line* são as mesmas que se encontram na versão impressa. O conteúdo parece ser somente transposto para a internet. A navegação se apresenta diferente nas versões canadense e brasileira. Mas nenhum dos dois inova na estrutura das matérias publicadas.

No **The Gazette - Montreal**, as âncoras são de fácil visualização: as frases estão grifadas e/ou em negrito. Os únicos ícones de navegação apresentados pelo site estão no fim de cada matéria: uma impressora *print story* – para impressão simplificada, e um envelope *send to a friend* – para reenvio da matéria por email.

O esqueleto do site canadense tem clara visualização. A estrutura é a mesma sempre. Ao lado esquerdo está o *City site guide*, com os diferentes serviços fornecidos para Montreal, com a opção de mudança de linguagem para o francês; abaixo, as diferentes seções do **The Gazette - Montreal**; em seguida, os serviços de classificados do portal; os outros jornais do portal e ainda outros parceiros do site e outros serviços. Na coluna central, estão as manchetes do dia, algumas com fotos (essas são sempre o destaque de matéria de capa dos cadernos, na versão impressa), e links para os colunistas. Na coluna da direita

estão matérias especiais - *Spotlights* - e todas as publicidades. Ao se acessar as matérias, a coluna da esquerda permanece, a coluna do centro se ocupa com o texto e a coluna da direita fica para publicidade. A leitura é organizada verticalmente, uma semelhança nas duas versões.

O *Hoje em Dia* não diferencia as âncoras de navegação. As manchetes não estão nem negritadas ou sublinhadas. Não existem opções de impressão, reenvio ou comentário de matérias.

O esqueleto do site brasileiro também é de claro entendimento, e a estrutura também se repete sempre. Na coluna da esquerda ficam os links dos 16 colunistas, em seguida os 7 semanários (como o caderno dominical **Plural**), os serviços como Medicina e Saúde, Obituário, Por Dentro da Lei, Prof. Helinho, Roteiro Cultural e Lazer (esses dois últimos, na versão impressa, estão dentro do **Cultura**), e também os indicadores econômicos, como dólar e bolsa de valores. No centro, estão as informações diárias, com somente uma foto (que foi publicada na primeira página do Jornal) e também as seções e suas chamadas. À direita, estão as listas de Mais Notícias, a lista dos outros cadernos, Opinião do veículo e também Cartas, espaço destinado à leitura e envio de opinião dos leitores. As duas colunas laterais são inalteradas durante a leitura das matérias. O item de pesquisa, que fica na página principal, não ocorre no interior do site.

2) **Hipertextualidade**: dentro de todo o site *The Gazette - Montreal*, os links das seções são feitos por meio de palavras, e os títulos das matérias são sublinhados. Mas, quando na página principal do site tem-se

uma matéria de destaque com título e subtítulo, o link para continuação da leitura se dá através da frase *full story*, que aparece negritada logo abaixo do subtítulo. No *Hoje em Dia*, a forma de navegação também é realizada pelas palavras. Exatamente através das seções do jornal e, nelas, pelo título das matérias. Ao contrário do que ocorre no site canadense, elas não recebem destaque negritado ou sublinhado para seu reconhecimento como link para o texto da notícia.

Em nenhum dos dois jornais há link nas imagens. Não há, também, links externos na matéria ou da editoria para outros sites de toda a web (em uma notícia sobre cinema, por exemplo, não há, quaisquer referências do site oficial do filme em questão ou da sala de exibição). Nos dois diários, verifica-se a ausência de links internos de uma notícia com outros temas e matérias afins. Todo o conteúdo textual está na mesma página. Para se ler outra matéria, no *The Gazette - Montreal*, o internauta necessita voltar à página principal do jornal. No *Hoje em Dia*, existe uma seção chamada *Mais Notícias* que traz links dispostos no alto da direita com os títulos das outras matérias da mesma editoria que está sendo lida. Abaixo desta seção estão todas as outras editorias.

A criação dos dois sites é muito simples e sem detalhes (ausência de legendas ou ícones, por exemplo). A leitura é direta, sem interrupções de links, flashes e/ou *pop-ups* e, como veremos a seguir, sem nenhuma utilização de recursos multimídia.

Em cada matéria do *The Gazette - Montreal* existe uma publicidade, abaixo do título e do bigode, à direita. A propaganda é uma imagem em movimento e são os únicos links existentes do site. Mas nenhum deles apresenta áudio. No *Hoje em Dia* também

verifica-se a presença de *banner* publicitário, que se localiza no alto da página, à direita, junto ao nome do jornal. Essa propaganda manter-se-á inalterada, independente de qual notícia for acessada.

3) Multimídia: a estrutura *on line* dos dois jornais é a mesma da versão impressa: o texto e a imagem são estáticos. Detalhe verificado nos dois diários é que as imagens *on line* são as mesmas publicadas nos jornais impressos. Como os recursos multimídia não existem, as páginas dos diários são rápidas. Não existe espera para abrir nenhum arquivo. É somente leitura.

Talvez por ser um site exclusivo do jornal e por não pertencer a um portal maior, o **Hoje em Dia** não oferece serviços ao internauta como e-mail, chat, dentre outros. Esses serviços ocorrem, na versão canadense, mas também somente dentro do portal **canada.com**.

Nos dois veículos *on line* analisados, nenhum conteúdo noticioso é auxiliado e/ou complementado por outro recurso multimidiático, como, por exemplo, áudio para matérias de música, janelas de vídeo para críticas de cinema ou animações diversas.

4) Memória: nas duas versões *on line*, a distinção entre informação nova e a de arquivo é de fácil percepção. No centro da página estão as notícias do dia.

Na versão canadense, existem diferentes links de busca. Na parte superior da página, está o link *search word*, que pode ser acessado em todo o portal. Ao final de cada matéria existem outras duas opções: a primeira é a *search the web* - que fornece respostas fora do conteúdo do portal, e a outra, *search*

stories, que possibilita busca em todo o conteúdo do portal.

Na versão brasileira, matérias antigas estão disponibilizadas apenas por meio da busca por data. O link deste serviço está na página principal do site e apresenta como resultado toda a publicação do dia escolhido. Não há nenhum outro tipo de busca de informações no site, como por meio de títulos ou repórteres. A disponibilidade para pesquisa de conteúdo se estende por quatro anos, do corrente ao ano de 2001.

Tanto o **Arts & Life** quanto o **Cultura** não se utilizam de nenhum recurso multimídia, como áudio, vídeo ou mesmo animações e flashes. A aparência dos sites é totalmente limpa, sem excessos de elementos.

5) Atualização: nesse item, os sites pesquisados são eficientes. Tudo o que foi publicado nos impressos do dia, está presente nas páginas *on line*. Então, as duas versões cumprem o papel de jornais diários.

Tanto no **The Gazette - Montreal** quanto no **Hoje em Dia**, a página principal é o local de todas as manchetes do dia, que ficam em destaque, separadas por editorias, e algumas vezes, apresentam imagens. No caso do **Hoje em Dia**, somente uma manchete recebe imagem como destaque, e durante o período pesquisado não houve nenhum destaque para o **Cultura**. Já na versão canadense, o uso de imagens acontece em mais de uma editoria *on line*. E, durante a pesquisa, houve o destaque para **Arts & Life**.

Em nenhum dos casos há um expediente *on line*. As matérias são assinadas pelos jornalistas do impresso. No site do **The Gazette - Montreal** não há nem mesmo a descrição do expediente da publicação. O **Hoje em Dia** em sua página principal fornece um link para

o expediente (no alto, à direita), com dados como o endereço do veículo e alguns cargos executivos do jornal.

6 Conclusão: proximidades e diferenças

O **Arts & Life** *on line* trouxe sempre quatro matérias. A matéria de capa da versão impressa, mais a mesma imagem publicada na página do jornal, e ainda três matérias.

No **Cultura** *on line*, a média é de 5 matérias. Sendo que o que foi destacado como capa no impresso também é capa da versão *on line*, e somente esta página apresenta imagem.

Nos dois casos, todo o conteúdo é publicado na íntegra, assinado e com o roteiro dos espetáculos ao final da matéria. A linguagem dos sites é a mesma empregada nas versões impressas. Como todos os textos estão na íntegra e sem nenhum acréscimo, ou até mesmo cortes, não há como a linguagem ser diferenciada. Em nenhum dos jornais existe a preocupação da leitura *on line*, ou seja, mais compactada e leve.

Durante o tempo pesquisado, a versão *on line* canadense trouxe somente reportagens. Nenhuma crítica ou artigo estava na seção do caderno. Existe a possibilidade de leitura de outros gêneros de textos em outros links, nas opções dos colunistas ou nos especiais do jornal.

Nem o **Cultura**, nem o **Arts & Life**, em suas versões *on line*, durante o tempo pesquisado, não apresentaram nenhum conteúdo textual ou imagem que não estivesse na versão impressa e, tampouco, quaisquer outros recursos multimídia. Nenhuma matéria das editoriais trazia links para outras matérias, ou

mesmo para conteúdo externo (outros sites). Até mesmo a ordem das matérias *on line* segue a mesma disposição daquela verificada nos impressos.

Dentro dos pontos para análise ficou comprovado que, com exceção da característica **Atualização**, e, no caso do **Arts & Life**, que teve desempenho mediano nas características **Interatividade** e **Memória**, nas outras demais características – **Hipertextualidade** e **Multimídia** - nenhum dos jornais faz uso pleno das ferramentas proporcionadas pela internet.

Post Scriptum: Recentemente, o **The Gazette – Montreal** reformulou seu *layout* e potencializou ainda mais a característica **Interatividade**: agora, na página principal, o internauta pode opinar sobre o site e ainda há um campo para postagem e leitura de comentários ao final de cada matéria. Uma outra novidade é a exclusividade de alguns conteúdos do site: a presença da sigla *S* (= *subscribe*) em algumas matérias ou alguns links de matérias restringe o acesso às mesmas. Somente assinantes do impresso e cadastrados da opção da edição eletrônica do jornal (*eletronic edition*) podem ler a íntegra desses textos. Essa edição eletrônica é simplesmente a cópia digitalizada do impresso feita para visualização na tela do computador.

7 Referências

- ADORNO, Theodor. A Indústria Cultural. In: COHN, Gabriel (Org). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Cia. Editora Nacional/Edusp, 1971. p. 287-295
- ARTS & LIFE. Edições dos dias 13 e 22 de outubro de 2003 – ver-

- são impressa e on line. The Gazette Montréal. Disponível no site www.canada.com/montreal/montrealgazette. Acesso entre 13 e 30 de outubro de 2003.
- CUNHA, Leonardo; MAGALHÃES, Luís H. V.; FERREIRA, Nísio Antônio Teixeira Dilemas do Jornalismo Cultural Brasileiro. *Revista Temas*, UNI-BH: Belo Horizonte, v. 1, n. 1, 2002. p. 73-83.
- CULTURA. Edições dos dias 13 e 22 de outubro de 2003 – versão impressa e *on line*. *Jornal Hoje em Dia*. Disponível no site www.hojeemdia.com.br. Acesso em 28 de outubro de 2004.
- MIELNICZUK, Luciana. *Características e Implicações do jornalismo na WEB*, trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM. Lisboa, 2001. Disponível no site www.facom.ufba.br/jol/producao.htm. Acesso em 30 de outubro de 2003.
- MACHADO, Arlindo. Hipermídia: o labirinto como metáfora. In: DOMINGUES, Diana (Org.). *A arte no século XXI: a humanização das tecnologias*. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1997.
- PALACIOS, Marcus: *O que há de novo no Jornalismo On-line?*. Palestra proferida a 27/06/2001, no Instituto Cultural Itaú, dentro da programação do Núcleo de Novas Tecnologias da PUC-MG.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX - o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense, 1997.
- PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.
- TEIXEIRA, Nísio. *Impacto da Internet sobre a natureza do Jornalismo Cultural*. Textos do Grupo de Jornalismo On Line da PUC-MG: Belo Horizonte, 2002. Disponível no site www.fca.pucminas.br/jornalismocultural. Acesso em 28 de outubro de 2004.