

**Resumo:**

O webjornalismo utiliza quase sempre formas tradicionais da imprensa. Este artigo parte da constatação de que os recursos de hipermídia ainda são pouco utilizados nos webjornais nacionais e estrangeiros. Aponta como exceção o jornal argentino Clarín, na web e descreve em especial o produto "Borges en Clarín", da seção Multimedia, onde a imagem é trabalhada de modo complexo. A imagem abre possibilidades de navegação que inclui textos, imagens, performances, sons.

Palavras-chave: webjornalismo – multimídia - hipermídia.

Abstract:

The webjournalism uses almost ever traditional press forms. This article starts with the hypothesis that hypermedia is subtilized by national and foreign webdiaries. There is one exception, the Clarín of Argentina. The text describes especially its multimedia product: «Borges en Clarín», in wich the image is produced in a complex mode. The image opens many possibilities of navigation that includes textes, images, performance, sounds.

Key words: webjournalism - multimedia – hypermedia.

Resumen:

El webjornalismo se utiliza casi siempre con las formas tradicionales de la prensa. Este artículo parte de la constatación de que los recursos de hipermedia aún son poco utilizados en webdiarios nacionales y extranjeros. Apunta la excepción de Clarín, de Argentina y describe en especial el producto "Borges en Clarín", de la sección Multimedia, en que la imagen és trabajada de modo complejo. La imagen abre posibilidades de navegación que incluye textos, imágenes, performances, sonidos.

Palabras clave: webperiodismo - multimedia – hipermedia.

Dulcília H. S. Buitoni é formada em Jornalismo pela ECA-USP, doutora em 1981, livre-docente em 1986 e professora titular de Jornalismo da ECA em 1991. Professora de graduação da ECA desde 1972 e de pós-graduação desde 1981. Atualmente é professora do Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero e coordena o Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura Visual. e.mail: dbuitoni@uol.com.br

Introdução

Palavras, sons e imagens configuram caminhos jornalísticos na Internet. Material jornalístico é multiplicado, replicado e reciclado em jornais on-line e sites. Notas de última hora, frases-resumo noticiam o recém-acontecido, fotos mostram a celebridade que se descasou, janelas publicitárias saltam à vista. O jornal on-line é uma tela em que as linhas de texto se sucedem, imagens se substituem rapidamente; às vezes, nem conseguimos ler a respectiva legenda. Mesmo com tanto movimento, a maioria dos periódicos ou portais jornalísticos ainda não descolou dos padrões impressos. Foram incorporados alguns recursos fáceis, como exibição de slides, inserção de chamadas, indicação de links – mas a grande maioria dos jornais digitais ainda segue a lógica discursiva dos diários impressos. Quase sempre as fotos editadas em contextos jornalísticos mostram enquadramentos convencionais, servindo mais para identificação da cena ou dos personagens: finalidades meramente ilustrativas.

A convergência das mídias parece implicar um mundo de multilinguagens: códigos e processos interagem, misturando sentidos receptores. Será que o jornalismo na Internet utiliza multilinguagens? Como a imagem fotográfica é trabalhada nos produtos do webjornalismo? Se considerarmos a utilização de recursos de linguagem do meio: hiper-textualidade, interatividade, multimidialidade, ainda estamos numa fase muito inicial, principalmente nos produtos relacionados à grande imprensa. Os padrões impressos passaram de maneira quase automática para a mídia digital sem que houvesse tempo para reflexões ou demorados estudos de design da informação jornalística. Talvez a continuidade seja mais forte que a ruptura – até porque os leitores virtuais já ha-

¹ Texto da aula inaugural do Mestrado de Comunicação da UFSM, proferida em Santa Maria, Rio Grande do Sul, em 22.5.2006

viam sido “alfabetizados” pela página im-pressa e estavam familiarizados com títulos, fotos, legendas, colunas. Reportagens em vídeo seguem um padrão básico de edição: um repórter segurando um microfone e discorrendo sobre o acontecimento. Ou então são reproduções de pequenas matérias dos canais abertos. É o telejornalismo nos seus primórdios.

A pergunta que nos move vai mais além: existem formatos minimamente inovadores no jornalismo on-line? As potencialidades do visual, as potencialidades de diferentes níveis de leitura e de interatividade têm presença nas telas da Internet? Ou ainda o material está bastante com-formado: o que prevalece é o modelo do texto linear – o livro como primeira matriz -, seguido pelo jornal impresso da grande imprensa. A visualidade das revistas, geralmente um pouco mais expressiva, parece não ter tido muita influência.

De qualquer modo, o substrato do figurativo jornalístico sempre deu preferência à imagem mimética. Assim, o enquadramento óbvio, a identificação imediata, a mera ilustração, a redundância, a permanente substituição, nada memorável ou duradouro, tudo podendo ser rapidamente descartado – ou deletado. Tais características fazem parte da economia da informação; afinal, o jornalismo persegue eficácia: informar mais, em menos tempo; por isso, a necessidade de compreensão fácil. Para refletir sobre o jornalismo praticado na Internet, recorreremos ao conceito de imagem complexa de Josep M. Català (CATALÀ, 2006), pesquisador e professor da Universidad Autònoma de Barcelona. Lembrando o trabalho pioneiro de Edgar Morin sobre pensamento complexo, Català defende uma mirada complexa sobre a imagem, o que significa ultrapassar de muito a visão epidérmica predominante na mídia. Ele pro-

põe que investiguemos não só o caminho através do qual se pode obter conhecimento por meio das imagens, mas também a forma em que se possa refletir visualmente sobre esse saber. Nessa linha, procura ampliar o alcance para terrenos como o da subjetividade e das emoções, que até o momento eram patrimônio da arte e tinham sido desprezados pela ciência:

Esta alternativa solo és posible com la incorporación de mecanismos visuales conscientes (no tan solo em estado de latencia como hasta ahora) a la metodología racional: una imagen que no sea simplemente ilustración de um conocimiento expresado mediante el lenguaje, sino que se convierta em cogestora com este del conocimiento. (CATALÀ, 2006, p. 85)

A análise de formas midiáticas que se apresentam aos nossos sentidos não linearmente pede uma abordagem multidimensional. Como diz Morin: *Complexus* significa originariamente o que se tece junto. O pensamento complexo, portanto, busca distinguir (mas não separar) e ligar. (MORIN, 2003, p.25-26). As observações deste trabalho pretendem seguir um fio condutor visual. O jornalismo on-line é um objeto não estático, sempre em processo. Para capturar algumas características desse produto em constante movimento, necessitamos recorrer a vários campos do conhecimento, conjugando-os.

Desde o começo do webjornalismo, muitos autores constatarem a cópia dos padrões veiculados pela mídia impressa. A visão corrente era de que os jornais digitais reproduziam as páginas impressas: mera transposição, inclusive na diagramação. Os principais jornais on-line e portais brasileiros tentam se desvincular dos modelos dos jornais impressos, mas exploram pouco as potencialidades oferecidas pelo meio digital. Por exemplo, as fotos são muito parecidas – quando não iguais – às publicadas no

veículo impresso. A edição dos vídeos quase sempre é muito simples, com câmera parada: a imagem não acrescenta informação, serve apenas de suporte às emissões sonoras. Poderia ser apenas rádio uma vez que o visual é praticamente desnecessário.

Alguns levantamentos têm mostrado que os recursos digitais não são explorados como poderiam. “A grande maioria dos sites têm uma apreensão frágil do hipertexto e da relevância e significado do link como elemento de ‘costura’ do ciberespaço”, diz Sérgio Corrêa Vaz (VAZ, 2006, p.218), em dissertação, por mim orientada. Vaz analisou 737 sites jornalísticos brasileiros, verificando que há pequena presença de multimídia e de interatividade. Na constituição do corpus, o pesquisador incluiu sites que tinham missão jornalística primária ou secundária – os que incorporavam material jornalístico para maior penetração. O critério era a disponibilização de noticiário geral e regular, ainda que não vinculado a empresa de cunho principalmente editorial, como os provedores de acesso ou de e-mail.

No caminho da multimídia

Numa observação panorâmica que incluiu a versão digital de órgãos importantes como o norte-americano New York Times, o espanhol El País e os sites dos grandes jornais brasileiros, o jornal Clarín.com da Argentina vem se destacando pela utilização criativa de recursos da linguagem da Internet. Fotos, animações de imagem em pequenas entrevistas, infografias, reportagens especiais, espaços para fotojornalismo, links, uso de hipertexto fazem desse webjornal um “caso” de discurso jornalístico inteligente e participativo. O Clarín impresso nasceu em 1945, em formato tablóide, fundado por Roberto Noble e vem seguindo uma trajetória de grande in-

fluência na imprensa argentina, sendo hoje o principal diário do país. A Argentina tem conseguido produzir periódicos que trazem inovações no ambiente jornalístico, como foi o caso do Jornal Página 12, criado em 1987, com importante atuação no debate democrático.

Carlos A. Scolari, em artigo (SCOLARI, 2004) sobre o processo do Clarín, diário argentino, mostra que o jornal inicialmente repetia formas muito próximas às da versão impressa. O Clarín.com nasceu em 1986 e apresentava uma reprodução da página que parecia ser do jornal impresso, localizada no centro da tela. Na verdade, era uma reprodução on-line do jornal. À sua volta, aparecia uma série de conteúdos satélites como noticiários da Rádio Mitre, (emissora do Grupo Clarín) salas de chats, câmeras ao vivo etc. Scolari classifica esses links como paratextuais: eles oferecem a possibilidade de acessar serviços que não pertencem à esfera do discurso informativo do periódico. Esses elementos paratextuais permitem atualizar as informações que trazem durante todo o dia os mesmos conteúdos do jornal impresso ou participar de comunidades onde o fluxo comunicativo acontece em tempo real. Nesse período, a localização das informações obedecia a uma hierarquia, em que a matéria mais importante geralmente tinha mais destaque visual ou incluía imagens.

Em 1998, Clarín.com eliminou essa dupla home page, integrando num mesmo espaço conteúdos e serviços. Segundo Scolari:

Esta redistribución y rejerarquización de los contenidos prefigura un nuevo tipo de gestión temporal caracterizado por una mayor rapidez de acceso a la información y una mejor economía de la lectura [...] una serie de cambios estructurales que alejan cada vez más el producto digital de la versión impresa y lo autonomizan del soporte analógico (SCOLARI, 2004, p.138).

O acompanhamento da evolução do Clarín em 2001 e 2003 chega à apresentação de três espaços verticais claramente definidos: a primeira coluna à esquerda contém os dispositivos de navegação; as duas colunas centrais atualizam conteúdos informativos ao longo do dia e a direita a terceira coluna relaciona os serviços complementares (busca, pesquisas de opinião, links com outros meios). Scolari continua:

el diario nacido originalmente como versión digital de una publicación impresa ha alcanzado un grado elevado de madurez y autonomía comunicativa. Hasta podría decirse que los roles se han invertido: la publicación que el lector encuentra a la mañana en los kioscos puede ahora ser vista como versión impresa de un servicio informativo digital que se edita sin solución de continuidad a lo largo del día (SCOLARI, 2004, p. 141;143).

Hoje, Clarín.com traz apenas duas colunas: uma com notícias que se sucedem, com indicação do respectivo horário, sendo que a primeira é a mais recente; outra com links, intitulada Conexiones, remetendo a falas com vídeo do diretor de redação e a uma grande variedade de vídeos, ensaios fotográficos, matérias especiais, que permanecem numa espécie de arquivo, podendo ser acessados durante alguns meses. Há inclusive matérias “históricas”, como uma entrevista exclusiva de quase duas horas de Fidel Castro em que se ouve a gravação sonora, ilustrada por fotos que deslizam pela tela.

O Clarín on-line apresenta algumas seções que exploram possibilidades da linguagem digital, especialmente em relação a trabalhar visualidades. Assim, além de pequenos vídeos semelhantes a matérias televisivas, podemos notar algumas formatações que agregam informação visual interagindo com palavra sonora e impressa. No dia-a-dia podemos encontrar, sob o rótulo “videoentrevista” uma janela onde vemos fotos da personagem e do encontro ouvimos

sua fala reproduzida em legendas embaixo da foto.

A novidade está no movimento adicionado à foto por meio de zoom. Não é vídeo, a imagem estática parece se movimentar porque ora se focaliza o olhar, ou as mãos do entrevistado e mais rapidamente o jornalista. Focalizar o detalhe, como os sapatos do entrevistado, ou a medalha no pescoço, acrescenta informação – conhecemos um pouco mais quem está falando – e vivacidade à matéria jornalística. A partir de imagens estáticas, sem usar a imagem em movimento do vídeo (apesar de o jornal chamar de videoentrevista) o trabalho com a imagem fotográfica constrói um formato híbrido que interage com a fala.

São recursos muito simples que trazem grande expressividade. Tais entrevistas são usadas frequentemente no Clarín.com, em assuntos de cultura ou cotidiano, de média importância: não são reservadas para os grandes temas. O diário digital reserva um espaço privilegiado para o fotojornalismo, publicando ensaios fotográficos de autores conhecidos ou produzidos em oficinas fotográficas, algumas com trabalhos produzidos por jovens de periferia. A diversidade está muito bem representada nessa seção denominada “foto reportaje”, que traz link para um arquivo de ensaios já publicados no Clarín.com. Imigrantes, vida noturna, cachorros abandonados, bairros pobres, problemas sociais, paisagens, tudo é tema dos ensaios fotográficos, alguns acompanhados de texto, outros não. O fotojornalismo tem grande espaço no Clarín digital.

Visualidades semoventes e sonoras

Apesar da estruturação bastante linear dos jornais impressos, a experiência de sua leitura já era descontínua. Com as mídias digitais e eletrônicas, a

não linearidade está presente em todas as partes de nossa cultura; tais formas modificam nossa percepção da realidade. O Clarín.com utiliza recursos da mídia impressa e audiovisual para criar produtos de certa complexidade que, no entanto, cumprem a missão informativa e acrescentam fruição estética.

A seção “Multimedia” traz reportagens especiais; escolhemos uma que é emblemática na utilização de visualidades com movimento, colagens de imagens e falas, com possibilidades de pausas para ler textos indicados ou ouvir declamação de poemas. Trata-se de “Borges en Clarín” (Fig. 1) um produto que viabiliza uma série de promessas anunciadas pelos analistas das mídias digitais. Fotografias comuns, retratos 3x4 e fotos de arquivo ganham relevância, articulam-se em narrativas, sugerem poesia, decorências, comparações, memórias. Fotos dos entrevistados servem para identificar quem está falando, sem que haja uma frase ou legenda específica. Hipertexto, interatividade, leitura personalizada em tempo e maneira, fruição estética estão nessa reportagem/ensaio visual animado/colagem de entrevistas orais.

Essa produção nos fala – literalmente – sobre os textos de Jorge Luis Borges publicados no Suplemento Cultura y Nación do Clarín impresso, de 1980 a 1986. Borges escreveu contos, poemas, comentários literários e reflexões sobre a Argentina de então. A primeira fala é da escritora Beatriz Sarlo. Escritores, jornalistas, críticos literários (Fig.2), biógrafos e amigos vão aparecendo numa tira desenhada, entremeadada de fotos de diferentes momentos de Borges, caricaturas, imagens de seus textos, fotos jornalísticas como as mãos da Plaza de Mayo, prisões, fotos de objetos pessoais de Borges. Ao fundo, uma música suave e as falas dos que opinam sobre o grande escritor: a identificação é feita auditivamente (voz de

homem para a voz de mulher, por exemplo), complementada pelo aparecimento da foto com o nome do entrevistado. A foto serve como porta que abre para o hipertexto. Há links (Fig.3) para se ler os textos (em forma de fac-símile) que foram publicados no diário impresso ou para ouvir declamações feitas por uma atriz. É possível também clicar na barra de menu inferior e ler todos os textos do período. A emissão é feita em dois blocos de seis minutos, mais ou menos, cada um, se não forem abertos os links.

Figura 1 – Página Inicial de “Borges en Clarín”



Fonte – Clarín.com, Seção Multimedia, 2006 (www.clarin.com)

“Borges en Clarín” possibilita para o receptor/leitor apenas uma direção; mas essa linha pode ser interrompida e passada a outras séries, sonoras ou de leitura verbal. A leitura segue na horizontal, sentido pouco explorado nas telas da internet. O receptor não é exatamente um co-produtor como em algumas outras produções digitais contemporâneas; porém tem uma liberdade muito grande de construir

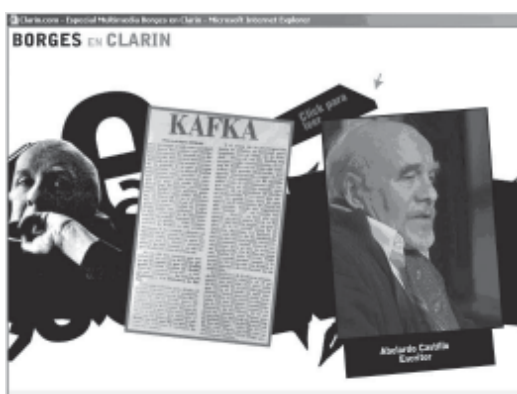
sua própria seqüência e seu próprio fluxo. Nessa linha, a informação distancia-se da noção de mensagem. Ao analisar o ciberespaço, Geane Alzamora acentua que é realçada “a dimensão de fluxo semiótico heterogêneo, intercambiável e processual” (ALZAMORA, 2004, p.108), ao invés da mensagem como produto a ser transmitido. No exemplo que estamos analisando, realmente o receptor pode controlar o fluxo e o processo.

Figura 2 – Trechos iniciais do produto multimídia “Borges en Clarín”



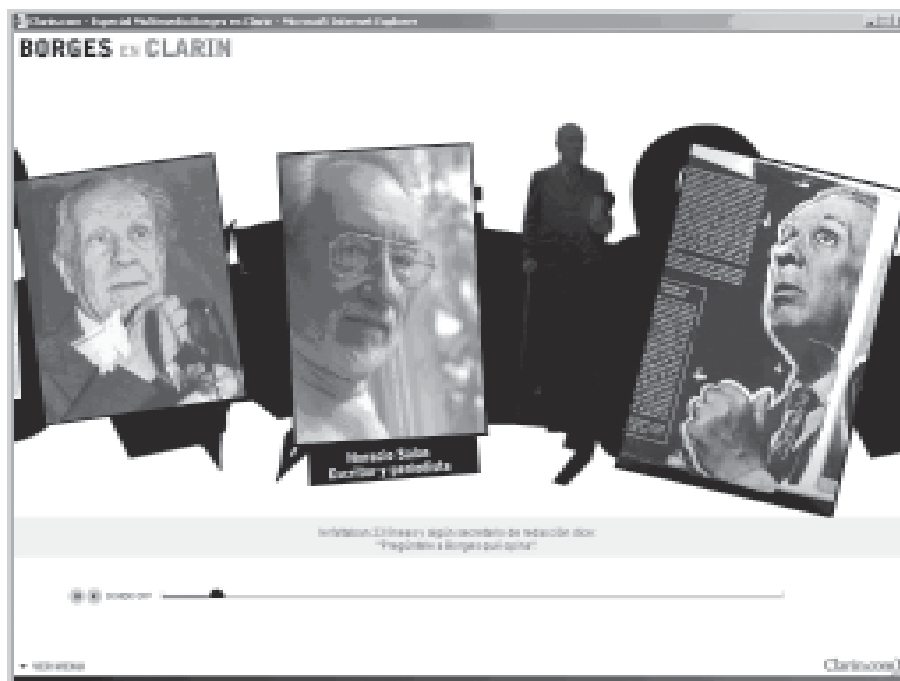
Fonte - Clarín.com, Seção Multimedia, 2006 (www.clarin.com)

Figura 3 – Trecho de “Borges en Clarín” com link para leitura



Fonte - Clarín.com, Seção Multimedia, 2006
(www.clarin.com)

Figura 4 – Trecho com fotos de Borges e “quadro” com o jornalista que está dando depoimento sonoro.



FONTE - Clarín.com, Seção Multimedia, 2006 (www.clarin.com)

Unindo séries literárias, históricas, jornalísticas, possibilitando ao leitor-ouvinte diferentes fruções, muitas vezes simultâneas – ouvir a música ao fundo; a voz de cada um dos entrevistados, reconhecendo auditivamente a passagem de um para outro; ler a reprodução das falas; ver as fotos de Jorge Luis Borges (Fig. 4) de várias épocas; ver e reconhecer fotos de personagens citados, como Cortazar; interromper o fluxo para ouvir a declamação de um poema ou para ler este ou aquele texto do grande escritor – essa matéria (matéria?) do Clarín.com traz

uma construção que se afasta muito dos conteúdos jornalísticos convencionais transmitidos pela Internet. Estamos diante de imagens complexas. As fotos não são apenas ilustrações de um conhecimento expressado mediante a linguagem verbal; a imagem visual é co-gestora do conhecimento, junto com a palavra. É difícil classificar “Borges em Clarín”. Seria um videoclip, um ensaio, uma reportagem, um artigo? Há apuração jornalística, há fotos referenciais, há design... No entanto, não foi usada a tela inteira, como geralmente acontece na Internet. Temos a barra de menu, mas há muito branco e a imagem corre apenas no meio da tela, num movimento horizontal, e não vertical, direção mais frequente de aparecimento de imagem e texto temporalmente seqüenciados na web.

A complexidade dessa apresentação se traduz também nos créditos de “Borges en Clarín”, que discriminam: edição e produção jornalística, desenvolvimento de multimídia, edição de multimídia, fotografia (Ary Kaplan Nakamura, fotógrafo que tem outros ensaios nesse jornal), direção de multimídia, gerente de conteúdo Clarín Global e o editor geral do Clarín. Esse grupo escapou da imagem plana, chapada, superficial. A imagem se move, tem um fluxo que não é o do plano-sequência ou da montagem videográfica ou cinematográfica. A imagem que aparece faz com que o receptor perceba o laço imaginário e identifique o dono da voz que está percorrendo sobre o grande escritor. É um mosaico orquestrado que provoca associações sígnicas transformadas e enriquecidas a cada visita ao “ensaio digital”.

Geane Alzamora considera que devemos desvendar semioticamente a natureza móvel, volátil e complexa das informações hipermidiáticas para

podermos compreender em que medida se aproximam e se afastam do paradigma massivo. E distingue: “nesse sentido, pode-se visualizar dois tipos de predomínio semiótico de informação na rede: a informação moldada pelo movimento de determinação sígnica, característica da transmissão, e a informação moldada pelo processo de associação sígnica, característica da representação” (ALZAMORA, 2004, p.117). A tira imagética animada sobre Borges trabalha em processo de associação sígnica.

Continuamos a procurar esperançosamente complexidade no webjornalismo. O discurso jornalístico digital precisa se alimentar de multilinguagens. Fotografias estáticas ganham movimento e muitos sentidos a mais. Fotografias fazem com que identifiquemos a pessoa dona da voz que está sendo ouvida. Reproduções fac-similares adquirem nova vida. A possibilidade de ouvir entrevistas feitas há trinta anos atrás, tecidas com falas gravadas no mês passado; a possibilidade de explorar a fotografia documental e estética – não há limites para o uso de imagens como no meio impresso -; a possibilidade de interação e de participação fazem da Internet um campo de germinação de diferentes formas jornalísticas. Ainda não é o jornalismo colaborativo com produções de vários emissores; mas o espectador pode criar seu próprio caminho de leitura. E pode ler outras vezes, cada vez de um jeito diferente. O unidimensional dá espaço ao pluridimensional.

As imagens de “Borges en Clarín” são semoventes e co-moventes, e seu movimento acrescenta significados que se relacionam com a série verbal escrita ou ouvida e com o contexto histórico, cultural e político da época. A fotografia não é só ilustração; ela é letra e chave para hipertextos. O visual chama

o verbal, que pede novamente o visual. Essa produção faz com que a imagem fale com seus próprios argumentos; para isso elementos espaço-temporais manifestos constituem o tecido que se desenrola frente a nossos olhos, tecido feito de indícios referenciais que, no entanto, permitem multidimensionalidade de interpretações. A complexidade permitiu um fluir. Ouvimos, vemos, lemos, conhecemos.

Acompanhamos esse fluir, interrompemos uma seqüência, lemos ou ouvimos um atalho, voltamos ao curso do rio. Mergulhamos nas palavras de Borges e voltamos para ouvir uma amiga contar uma cena pessoal. Borges, que já não enxergava, poderia ouvir esse fluxo e reconhecer na paisagem sonora a voz de cada um dos personagens.¹

Nota

1 Uma versão inicial deste texto foi apresentada no NP-Fotografia Comunicação e Cultura - XXX Congresso de Ciências da Comunicação – Intercom

Referências bibliográficas

- ALZAMORA, Geane. **A semiose da informação webjornalística**. In: BRASIL, André(org.). **Cultura em fluxo: novas mediações em rede**. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2004 p.100-125.
- CATALÁ, Josep M. **La imagen compleja: la fenomenologia de la imágenes en la era de la cultura visual**. Ballaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Servei de Publicacions, 2005.
- SCOLARI, Carlos S. Diários on-line: el tiempo del hiperlector. In: BRASIL, André(org.). **Cultura em fluxo: novas mediações em rede**. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2004 p.100-125.
- MORIN, Edgar. Da necessidade de um pensamento complexo. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. **Para navegar no século XXI tecnologias do imaginário e cibercultura**. Porto Alegre: Edipucrs, 2003 p.13-36
- ROUILLÉ, André. **La photographie: entre document et art contemporain**. Paris: Gallimard, 2005
- VAZ, Sérgio Corrêa. **Painel do webjornalismo no Brasil: uma análise de 737 sites**. São Paulo: ECA, 2006. Dissertação de mestrado defendida na Escola de Comunicações e Artes sob orientação da Profª Drª Dulcília S. Buitoni.