



6º SIMPÓSIO
INTERNACIONAL DE
CIBERJORNALISMO

Performance em Ciberjornalismo:
tecnologia, inovação e eficiência

Performance in cyberjournalism: technology, innovation and efficiency

1 a 3 de junho/2015 na UFMS
em Campo Grande-MS - Brasil

AS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E SUAS IMPLICAÇÕES NO JORNALISMO¹

Greicy Mara França²
Ricardo Campos Júnior³

Resumo: O presente trabalho busca descrever, através de uma pesquisa bibliográfica, de observação direta e estudo de caso em dois sites de Mato Grosso do Sul - G1 MS e Campo Grande News - a influência das novas tecnologias da informação e comunicação (NTIC) no jornalismo com ênfase na multimídia. Dão suporte teórico para essa pesquisa Lev Manovich, Pierre Lévy, Henry Jenkins, Marcos Palácios e vários outros teóricos apontando que as revoluções relacionadas à comunicação proporcionaram meios para significativas mudanças na organização, desenvolvendo novas linguagens e fazendo com que as relações humanas dependam da metamorfose dos dispositivos informacionais. Manovich, Santaella, entre outros autores, descrevem que o computador tornou possível incorporar várias mídias em uma única, potencializando a iteratividade do internauta. As NTIC fizeram com que os meios tradicionais buscassem novas estratégias para a produção de conteúdo e interação com o público, o que exigiu um novo perfil de jornalista apto a acompanhar essa enxurrada de inovações tecnológicas. Há uma discussão de como os meios on-line devem se portar frente às atualidades midiáticas, pois o jornalismo está num processo contínuo de evolução tentando incorporar as inovações do amanhã.

Palavras-chave: Novas tecnologias da informação e comunicação. Multimídia. Meios de comunicação. Jornalismo.

¹Artigo enviado na modalidade Rotinas produtivas em tempos de convergência.

²Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professora do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Coordenadora do Núcleo de Jornalismo Científico e do Núcleo de Comunicação em Saúde e Meio Ambiente da UFMS. E-mail: greicymara@hotmail.com.

³ Mestrando do Curso Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Jornalista do Site de notícias Campo Grande News. E-mail: ricardojr.campos@gmail.com

1 LINGUAGENS DOS NOVOS MEIOS

Revoluções relacionadas à comunicação proporcionaram meios para significativas mudanças na organização social e acumulação de cultura (DEFLEUR, 1993). O formato e a abrangência das mídias dominantes nos diversos períodos da história determinaram as transformações espaço-temporais que levaram à modernidade a partir do momento em que a mensagem deixa de ser o único ponto crucial e o surgimento de tecnologias, como o telégrafo, abre espaço ao acúmulo de inovações que mais tarde levaria aos meios de comunicação de massa (GIDDENS 2002). De todos esses avanços, nenhum foi tão significativo quanto o surgimento dos dispositivos informáticos, uma vez que tiveram efeitos tanto na captação como na manipulação, no armazenamento e na distribuição de dados e informações (MANOVICH, 2001).

O mundo das telecomunicações e dos computadores cria novas maneiras de pensar e conviver, de forma que as relações humanas, diante dessa revolução, dependem da metamorfose dos dispositivos informacionais de todos os tipos, tendo em vista que essas mudanças abarcam as velhas formas de produção de conteúdo e percepção (LÉVY, 1993). Diferentes dos meios tradicionais, os computadores permitiram que o público ou o usuário não apenas consumisse as informações e o conteúdo criado ou produzido por um determinado grupo de pessoas, mas também contribuísse com esse processo e se relacionasse com outros indivíduos por meio de softwares e aplicativos (MANOVICH, 2013). Lévy (2007) leva essa discussão sob uma ótica antropológica e descreve da seguinte forma essas novas maneiras de relacionamento proporcionadas por essas tecnologias.

“Graças às redes digitais, as pessoas trocam todo tipo de mensagens entre indivíduos ou no interior de grupos, participam de conferências eletrônicas sobre milhares de temas diferentes, têm acesso às informações públicas contidas nos computadores que participam da rede, dispõem de força de cálculo das máquinas situadas a milhares de quilômetros, constroem juntos mundos virtuais puramente lúdicos – ou mais sérios -, constituem uns para os outros uma imensa enciclopédia viva, desenvolvem projetos políticos, amizades, cooperações..., mas dedicam-se também ao ódio e à enganação” (LÉVY, 2007, p.12).

Tal opinião é compartilhada por Santaella (2008)

“De qualquer maneira, a natureza dessa cultura, hoje chamada de cibercultura, é essencialmente heterogênea. Usuários acessam o sistema de todas as partes do mundo, e, dentro dos limites da compatibilidade linguística, interagem com pessoas de culturas sobre as quais, para muitos, não haverá provavelmente outro meio direto de conhecimento” (SANTAELLA, 2008, p.20).

Para Manovich (2013), entre as possibilidades geradas por esses meios, a facilidade de acesso é uma das mais importantes.

“Os desenvolvimentos da década de 1990 foram disseminados a centenas de milhões de pessoas que estão escrevendo blogs, carregando fotos e vídeos em sites de compartilhamento e usando mídias grátis para criar e editar ferramentas de programas que dez anos antes deveriam custar milhares de dólares” (MANOVICH, 2013, p.1 tradução livre).

No Brasil, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, evidencia essa popularização em seu estudo mais recente, referente a 2012 e divulgada no ano seguinte, ao revelar que havia aproximadamente 83 milhões de internautas no país, número que corresponde a um aumento de 6,8% com relação ao ano anterior (IBGE, 2013). Outro estudo referente ao mesmo ano, coordenado pelo Comitê Gestor de Internet no Brasil, mostra que 49% dos domicílios brasileiros tinham computador, sendo que 43% tinham acesso à internet.

O computador tornou possível transformar imagens, sons, textos e diversos tipos de conteúdos em códigos e, uma vez reduzidos a números, esses elementos podem ser facilmente armazenados em banco de dados, de onde podem ser acessados à vontade do usuário (MANOVICH, 2005). Conforme o autor, a transposição de suportes tradicionais ou criação de novos recursos por meio do computador é um marco na evolução dos meios de comunicação e o uso da máquina com essa finalidade dá origem ao que ele denomina novas mídias, classificadas como “objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição” (MANOVICH, 2005, p.25). O mesmo teórico propõe a atribuição de cinco características principais às mídias contemporâneas, que serviriam para diferenciá-las entre àquelas consideradas tradicionais.

A primeira delas é a questão da própria representação numérica, ou seja, a descrição informatizada de um objeto por meio de funções matemáticas armazenadas nos computadores (MANOVICH, 2001). Para que elementos como vídeos, sons e fotos sejam

acessíveis, eles possuem estruturas fragmentadas que “se agrupam em objetos de maior escala, mas que seguem mantendo suas identidades separadamente” (MANOVICH, 2005, p.51, tradução livre) e essa programação permite ao usuário, ainda que não de forma ilimitada, acessar as partes dos arquivos, modificá-los ou substituí-los sem que a composição seja afetada, atributo denominado modularidade. Para o autor, no fim do século XX, o problema já não era criar um objeto dos novos meios, como uma imagem, mas encontrar esse em alguma parte, o levou ao surgimento de tecnologias para armazenar, organizar e acessar os arquivos de maneira eficaz para que possam ser reutilizados de várias formas, assim como alterar suas características com apenas um clique por meio de softwares. Para Manovich, trata-se da terceira característica dos novos meios: a automação. Dessa maneira, segundo ele, um mesmo objeto pode ser apresentado em diferentes formatos ou versões, como, por exemplo, uma página da internet que se apresenta com mais recursos multimidiáticos a usuários com conexões mais velozes, enquanto instantaneamente torna-se restrita a máquinas mais lentas, ou seja, os novos meios se caracterizam por sua variabilidade (MANOVICH, 2000). O teórico acrescenta que os produtos, uma vez transcritos com uma linguagem informática, necessitam de um último processo para que possam tornar-se legíveis e compreensíveis diante da linguagem humana. Para ele, isso é possível graças ao quinto princípio, o da transcodificação “ao meu modo de ver, a consequência mais importante da informatização dos meios” (MANOVICH, 2001, p. 63, tradução livre).

Ainda em Manovich (2001) é possível compreender que esses cinco itens tornaram possível não somente transformar uma fotografia, um áudio ou texto em novos meios, mas também combiná-los em um único arquivo, criando objetos multimídia. Para o autor, isso implica no surgimento de uma nova forma de linguagem, que enfatiza a cultura do visual e a forma como elementos se agrupam diante de uma tela são organizados de forma a produzir sentido e estruturam a experiência do espectador, sem contar as maneiras pelas quais o computador é utilizado por meio de suas estruturas de interfaces, tornando possíveis as experiências do usuário das tecnologias diante de um mundo criado por meio de ícones, símbolos e infinitas possibilidades de contemplação, criação e modificação das formas midiáticas que compõem essa realidade digital e virtual. Essa influência dos meios informáticos também afeta o jornalismo (DEUZE, 2007). Para o autor, a profissão, como ela

foi concebida, está chegando ao fim, pois as fronteiras com outras formas de comunicação pública, como por exemplo, os artigos publicitários e blogs, estão sumindo e a internet tem deixado todos os outros tipos de meios de informação noticiosos obsoletos, principalmente para as gerações mais novas. Na realidade, o que está em xeque são as atuais condições de trabalho desses profissionais, tendo em vista a convergência tecnológica e cultural, que força o surgimento de um novo perfil de jornalista, diante de novas ferramentas e possibilidades.

Diante desse contexto, esta pesquisa tem como objetivo verificar qual o impacto da inserção de tecnologias multimidiáticas na imprensa local em Campo Grande. Para tanto, inicialmente, buscou-se um conceito de multimídia que esteja relacionado com as ideias de Manovich e que seja aplicável à comunicação social. Em seguida, foram analisadas as opiniões de diversos autores sobre o tema, buscando-se compreender, diante de novos recursos tecnológicos possíveis graças às novas mídias, as implicações desses aparatos na profissão e como esses aparatos podem ser utilizados no trabalho e na rotina das redações. Por fim, todos os conceitos foram aplicados diante de observação direta em dois sites com diferentes abrangências na capital sul-mato-grossense. Primeiramente, o G1 MS, site de notícias da TV Morena, afiliada da Rede Globo no estado, que possui suporte nacional por estar ancorado no Portal G1, da mesma emissora. Em segundo lugar, o Campo Grande News, primeiro jornal feito exclusivamente para a web em Mato Grosso do Sul que se tornou referência no ciberjornalismo na cidade. O objetivo foi verificar como as possibilidades multimidiáticas levantadas pelos autores são inseridas dentro desses dois veículos e até que ponto elas ensejam a formação de um novo profissional apto a lidar com as variações tecnológicas dentro dos portais noticiosos.

2. PENSANDO A MULTIMÍDIA

Bueno (2000) classifica como mídia o conjunto dos veículos de comunicação que têm como objetivo alcançar grande número de pessoas. Na literatura acadêmica, Silverstone (2002) entende que se trata de um processo de mediação que envolve os emissores e

receptores em atividades de engajamento e desengajamento com significados que têm sua fonte e seu foco nos textos mediados, mas que, por outro lado, são recebidos de vários modos diferentes pelo público. Manovich (2001) entende que é possível a junção de vários suportes em um. Usando o cinema como exemplo, o autor afirma que os cineastas já vinham combinando imagens em movimento, sons e texto, classificando o meio como um moderno multimídia original. Deuze (2004) segue essa mesma linha ao tentar classificar o tema dentro do jornalismo. Ele apresenta dois entendimentos para o termo nessa área, sendo a apresentação de notícias utilizando dois ou mais formatos de mídia ou a apresentação integrada, não necessariamente simultânea, de notícias dentro de diferentes mídias.

Paula Filho (2000) propõe um conceito mais completo.

“Por multimídia entenderemos todos os programas e sistemas em que a comunicação entre homem e computador se dá através de múltiplos meios de representação de informação, como som e imagem animada, além da imagem estática já usada nos aplicativos gráficos. A multimídia requer, especificamente, o computador como meio de apresentação [...]” (PAULA FILHO, 2000, p.3).

Observa-se que essa definição se encaixa dentro do que foi proposto por Manovich (2005) sobre o tema, ao afirmar que “as novas mídias são objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição (p.27)”. Paula Filho (2000) vai além e propõe três características específicas para que haja a multimídia. Uma delas é a integração com programas aplicativos, ou seja, “dependendo do caso, o computador pode executar cálculos, pesquisas em bases de dados e outras tarefas formais de qualquer programa aplicativo” (p.3).

Outra é o acesso não linear, ou seja, “o usuário não fica preso a uma sequência de tempo, como o leitor de um livro, o ouvinte de uma palestra ou o espectador de um filme” (p. 3). Lévy (1993) denomina essa característica de hipertexto.

“[...] um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira” (PAULA FILHO, 2000, p.33).

Para Nocchi (2006), essa não linearidade faz com que haja uma superação do texto tradicional. Kerckhove (2003) entende que o hipertexto está inserido dentro de um contexto da história humana em que as tecnologias formataram a linguagem e a transformaram e a mente tornou-se, de certa forma, hipertextual ao reconhecer, processar e fazer com que o ser humano navegue por entre as variadas informações disponíveis em cadeia por meio das interfaces do computador, tal como se a mente fosse uma extensão da máquina.

A interatividade é a segunda característica dos suportes multimidiáticos, sendo, segundo Paula Filho (2000), a situação do usuário diante do computador, que não necessariamente é a de espectador passivo, mas de participante de uma atividade. Manovich (2001) entende que existem interatividades físicas e psicológicas, sendo injusto atribuir essa característica como sendo exclusiva dos novos meios, visto que uma obra de arte, por exemplo, ao forçar a atenção do indivíduo em diversos detalhes para que seja feita uma interpretação, está sendo interativa. Para o autor, o que os objetos das novas mídias fazem é exteriorizar e objetivar as operações da mente. Jorge (2013) concorda que a interatividade não é necessariamente um atributo possibilitado pelos meios informáticos, mas sim potencializado por eles, pois “a escolha do trajeto pelo internauta é uma forma de adquirir protagonismo que propicia as condições para uma personalização das informações” (p.67).

Sádaba Chalezquer (2000) entende que a interatividade sustenta os sistemas tecnológicos, que de certa forma se converteram em um espaço apto para as relações humanas. O conceito, para ela, está ligado à instantaneidade, a eficácia da comunicação e a personalização das mensagens. Primo (2008) acredita que a interatividade exista em vários níveis conforme os agentes que nela estejam envolvidos, como por exemplo, face a face entre humanos, relação entre humanos mediada por um meio de comunicação ou entre um ser humano e o meio por meio da máquina, sendo perfeitamente possível que estas formas de contato apareçam em conjunto. Para Manovich (2001), essa conversação entre o humano e a máquina é possível por meio da interface, que tem relação com a maneira com a qual o usuário concebe a máquina e determina ainda como ele pensa qualquer objeto midiático que acessa, impondo a própria lógica. Historicamente falando, segundo o autor, a interface e

suas possibilidades multimídia foram sendo aperfeiçoadas principalmente entre o final dos anos 80 e na década de 1990 e cita o programa Hypercard, da Apple, como precursor desse recurso, tendo em vista que permitia aos usuários incluir elementos como imagem, texto e som dentro das páginas, bem como relacioná-las e anos mais tarde, a web já ancorava diversos tipos de suporte gráficos, fotografias, vídeo digital, sons e mundos tridimensionais eram inseridos dentro de superfícies retangulares que continham textos. O teórico afirma ainda que o usuário já não tem apenas a opção de assistir e interagir com os novos meios, mas pode modificá-los por meio da interface, no entanto, lembra que a prática de montar um objeto midiático a partir de elementos pré-existentes e distribuídos comercialmente já existia nos velhos meios e os novos só ampliaram, potencializaram e tornaram essa característica mais fácil de ser executada graças às características citadas anteriormente, principalmente a automação.

3.Multimídia e jornalismo: um mundo de possibilidades

Se considerarmos as ideias de Manovich (2001) sobre o cinema, o surgimento da própria televisão, por combinar imagem e som, já pode ser considerado uma revolução multimídia. Esse recurso, no entanto, é potencializado dentro da comunicação a partir do surgimento dos meios informáticos e a internet, que para Jorge (2013), valendo-se das ideias de Pierre Levy, é comparável a uma mutação genética, tendo em vista que a sociedade vivencia mudanças próximas ao que ocorreram no passado com as tecnologias primitivas, porém em uma velocidade superior. Para Tavares e Mascarenhas (2013), essas transformações estão colocando em xeque vários preceitos do jornalismo, como por exemplo, as grandes redações, os conglomerados de comunicação, a uniformidade de produtos e a concentração de informações.

É inegável que esse suporte de veiculação de notícias desencadeou mudanças nos meios tradicionais de informação (AMADORI E MARQUES, 2009). Para as autoras, a chegada dos jornais na internet não chegou a confirmar as prerrogativas sobre a extinção de outros veículos, como foi previsto, por exemplo, que o rádio acabaria após a chegada da televisão,

ou que o jornal acabaria com o livro, mas isso não significa que os “velhos suportes” mantiveram-se incólumes diante da chegada de tamanha tecnologia.

“As modificações na atividade jornalística se fazem sentir não só no âmbito da rotina da produção, como na apresentação final da notícia. E essa transformação também teve repercussão no formato utilizado pelos outros meios já instituídos, obrigando-os a uma adaptação”(AMADORI e MARQUES, 2009, p.1).

Ainda não há um consenso entre a nomenclatura do jornalismo feito para a web, sendo chamado de jornalismo on-line, jornalismo digital, jornalismo eletrônico, sendo o termo ciberjornalismo o que vem cada vez mais sendo utilizado (JORGE, 2013). A multimídia aparece como uma das características citadas por Palacios (2003) para definir essa modalidade de produção de notícias. Para ele, trata-se da convergência dos formatos midiáticos tradicionais na narração do fato jornalístico, permitida pelo “processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade” (p.18).

Jorge e Pereira (2009) entendem que, uma vez inseridos dentro desses ambientes repletos de possibilidades tecnológicas, os profissionais da comunicação adquirem novas características, questionamentos, inquietações e inseguranças relacionadas à própria identidade e papel, “não só no ambiente e trabalho, mas também diante da sociedade” (p.58). A mesma opinião é compartilhada por Ferrari (2009), que entende ter havido a necessidade da criação de um novo perfil profissional do jornalista que está inserido dentro desse universo, tendo em vista que ele precisou adaptar-se para conseguir dominar a produção para a internet, um campo relativamente novo. As transformações causadas pela multimídia dentro das empresas jornalísticas não têm efeitos apenas nos profissionais, mas também nas empresas, que demanda um modelo gráfico adaptado a essas plataformas digitais e a qualidade da informação (LEMOS E PEREIRA, 2011). Para Jorge e Pereira (2009),

“As organizações estão preocupadas em “não perder o bonde da história”, ou seja, não serem ultrapassadas pela onda tecnológica. Isso foi o que as fez partir em direção à internet nos anos 1990, atendendo a um movimento mundial, mesma atitude que levou muitos empresários a aderir à bolha da internet, em 2000, e a gerar iniciativas pontocom. O questionamento das instituições midiáticas no processo de absorção da multimedialidade teria dúvidas como: como tirar partido das inovações para se expandir e não perder leitores? Como explorar os recursos

humanos e tecnológicos e obter retorno dos investimentos?" (JORGE E PEREIRA, 2009, p.58).

Os autores fazem uma analogia entre esse fenômeno com a mutação, tendo em vista as alterações que a inserção de múltiplos suportes dentro do jornalismo provocou. Para eles, tal fato incide diretamente na notícia, no mecanismo de produção, nos agentes e nas empresas informativas. Para Silva (2008), as discussões sobre qualidade da produção em velocidade marcada por uma atualização contínua dos jornais on-line, outra característica intrínseca a esses meios, inicialmente foi centrada na publicação de notícias. Porém, segundo o autor, tecnologias que foram além da internet levaram esse debate ao nível da natureza do periodismo contemporâneo.

“[...] hoje verifica-se uma expansão das possibilidades completando-se com o fluxo informacional de vídeos, áudio e fotos graças às redes de alta velocidade como Wi-Fi e da tecnologia de terceira geração dos celulares (o 3G) que permitem o upload e download de arquivos pesados, além da navegação na web. O celular, como um dispositivo híbrido, emerge como o disseminador principal da prática do imediatismo por concentrar uma série de funções e oferecer mobilidade ao portador para registrar situações em vários formatos e enviar de qualquer lugar através de SMS, MMS ou pela própria web móvel” (SILVA, 2008, p.2)

Para o teórico, novas possibilidades técnicas proporcionadas pela tecnologia permitem mobilidade física e informacional maior da produção e potencializa a capacidade de geração de conteúdo em situação de instantaneidade (APUD LEMOS, 2008). Um desses meios é o live stream, entendido por Silva (2008) como “a condição técnica de transmissão de vídeo ou áudio em tempo real e de forma contínua cuja possibilidade até então era exclusividade dos broadcasting como emissoras de rádio e TV” (p.2), ou seja, os conteúdos multimídia carregam-se on-line e rodam sem a necessidade de um download prévio. O teórico afirma ainda que o jornalismo caminha para outras dimensões quando esse tipo de tecnologia é combinado com um ambiente móvel de produção “formatado por ferramentas portáteis online como smartphones para processar as informações (áudio, vídeo, texto, imagem) de forma digital e transmitir em caráter instantâneo” (p.2).

Existem várias plataformas disponíveis para o armazenamento e compartilhamento de vídeos em streaming, mas para Alves (2012), o que mais se destaca é o YouTube, porque desde o início de sua história não estabeleceu limites para o número de vídeos que cada

usuário poderia postar, além de permitir que os internautas se conectem e interajam com amigos e gera códigos URL possibilitando que o material possa ser divulgado em outros sites, blogs, etc. Para Crucianelli (2010), essas características conferem ao portal status de rede social. A autora entende que estamos diante de uma interessante ferramenta para o jornalismo contemporâneo servindo, do ponto de vista dos profissionais ou veículos, para a postagem de conteúdo e utilização dos códigos de inserção para veicular os mesmos materiais nos portais, o que aumenta a possibilidade do uso da multimídia em ciberjornalismo.

Rodrigues (2008) também enxerga vantagens no emprego desse recurso do ponto de vista do público, pois “sem a exigência de grandes conhecimentos técnicos, o público têm à sua disposição um leque de possibilidades que permite a participação no espaço público, a partilha de ideias ou o simples entretenimento” (p. 2851). Olivatti (2008) entende que o público tem a chance não só de assumir o papel do produtor de conteúdo, mas também de fazer parte do processo de produção de imagens, “sendo que uma parcela deles é consciente de que está inserida nesse processo em que a comunicação parece ser um pouco mais democrática do que na televisão” (p. 258).

“Neste sentido, o fenômeno do YouTube provoca ainda dois tipos de reflexão: uma sobre o papel do jornalista nesta nova era em que perde espaço e se torna cada vez mais impotente para moldar a apresentação dos fatos levados ao conhecimento do público (visto que o site é oferecido para qualquer usuário, sem necessitar da figura do mediador na veiculação de vídeos); outra sobre a forma como as pessoas vão lidar com esta informação em estado bruto, capaz de induzir a equívocos e destruir aspectos positivos que envolvem o meio” (OLIVATTI, 2008, p. 258).

Diante disso, Alves (2014) entende que essa plataforma é um meio de o cidadão contribuir para o que anteriormente os autores chamavam de jornalismo colaborativo ou cidadão. A partir desse novo modelo de imprensa participativa, o expectador não se preocupa em enviar para os jornais vídeos amadores nos quais enxerga potenciais notícias nacionais, ao invés disso posta na plataforma e a usa como mecanismo que vai guiar o trabalho da imprensa, tendo em vista que a comoção e a audiência popular nas redes sociais e a conseqüente “corrida” do jornalista atrás da informação (ALVES, 2012).

A internet também tornou possível o surgimento de avanços e mudanças na linguagem radiofônica jornalística (VAISBIH, 2006). Para o autor, o principal deles é o podcast, definido como um programa de rádio que pode ser ouvido diretamente no computador ou baixado com o formato de mp3, que pode ser transmitido via internet e são arquivos que ocupam menos espaço nas memórias das máquinas. Segundo ele, como o arquivo é comprimido, pode armazenar mais informações sem perder a qualidade. Esse processo de mutação do rádio acentuou-se principalmente a partir dos anos 90, quando os sites de emissoras convencionais e virtuais começaram a se multiplicar na internet, tornando possível a sintonia de emissoras convencionais e virtuais nos computadores e outros dispositivos informáticos, fixos e móveis (ALMEIDA E MAGNONI, 2009). O sistema de podcast abre novos caminhos no que se refere aos meios de comunicação modernos, principalmente o rádio, tendo em vista que com esse recurso é possível a criação de rádios personalizadas e divulgadas na internet (MELECH E GODOY, 2007).

Semelhante ao que acontece com a veiculação de vídeos em streaming, entre as vantagens do podcasting estão a facilidade de acesso e a não exigência de grandes aparatos tecnológicos para a produção e difusão, “como qualquer pessoa com um microfone e softwares adequados instalados em seu computador pode gravar um programa de rádio, existem podcasts sobre os mais variados temas, muitas vezes se caracterizando como um diário falado de alguns internautas” (VAISBIH, 2006, p. 21). Segundo o autor, não somente pessoas anônimas ou celebridades utilizam e postam conteúdos com esse tipo de veiculação, mas agências de publicidades e grandes grupos de comunicação também.

“Nesta última categoria, estão os programas de rádio, não apenas das emissoras tradicionais, mas programas jornalísticos, com notícias atualizadas periodicamente, produzidos pelos principais portais de informação na internet, jornais impressos, emissoras de televisão e editoras de revistas. Com isso, tornaram-se muito mais amplas as opções para o ouvinte que busca informação sobre os fatos que se destacam no noticiário. A segmentação é a marca dos podcasts jornalísticos, uma vez que o ouvinte pode escolher qual tipo de informação vai baixar para seu aparelho: política nacional, política internacional, macroeconomia, agronegócios, basquete, vôlei, futebol, cinema, teatro, música clássica, dança, violência urbana ou o que mais estiver ao alcance da imaginação dos responsáveis pela produção de conteúdo” (VAISBIH, 2006, p.21-22).

A conclusão a qual o autor chega diante dessa reflexão é que esse recurso recupera a portabilidade, característica permitida às rádios após a criação dos transmissores portáteis, mas que fora perdida com o surgimento das rádios na internet, tendo em vista que o usuário pode carregar consigo o programa e ouvi-lo quando quiser.

4. BONS EXEMPLOS

O G1 MS surgiu a partir do antigo site da Rede Mato-Grossense de Televisão, o RMT Online, em maio de 2011. Ainda que esteja vinculado administrativamente à TV Morena, o veículo está em constante contato com a central nacional do portal, sediada em São Paulo. Hoje existem portais locais do G1 em todos os estados brasileiros. Alguns, como Paraná e São Paulo, possuem praças espalhadas tanto nas capitais quanto em municípios do interior. É possível notar que por vezes as notícias locais, quando atingem certo grau de relevância, são veiculadas também na página nacional, fazendo com que o estado seja visto em todo o país.

Localmente, o site funciona em concomitância com a produção televisiva. A página do G1 MS comporta tanto reportagens em texto, como em vídeos. O uso desse recurso, conforme é possível notar, é praticamente restrito aos VTs⁴ dos telejornais locais. Essa convergência dos veículos corrobora o que foi postulado por Amadori e Marques (2009), pois trata-se de uma forma de levar o jornal televisivo para a internet ao invés de extinguir e migrar de vez a antiga plataforma para a rede (figura 1). Nesses casos, como é possível concluir por meio da leitura do texto e observação do vídeo, as informações são praticamente as mesmas, porém, não se trata de uma mera cópia do conteúdo, mas uma retextualização. Outro elemento que identifica a presença da transcrição é a assinatura, que aparece como “Do G1 MS com informações da TV Morena”.

⁴ Sigla para Vídeo Tape, expressão usada para se referir às reportagens televisivas

Figura 1: matéria com informações do VT



Com relação à veiculação dos materiais audiovisuais, nota-se que o site possui um banco de dados e sistema próprios para rodar esse material em streaming, não sendo necessário usar sistemas prontos disponibilizados online, como YouTube. A veiculação de vídeos também não é feita de forma isolada. Os materiais são combinados com textos jornalísticos. Nem sempre essa união é feita de forma a complementar as informações. Algumas vezes apenas transcreve-se o material veiculado na televisão colocando junto ao texto o vídeo. São raras as produções audiovisuais próprias.

Conteúdos exclusivos em relação à televisão restringem-se a materiais divulgados pela polícia, como por exemplo imagens de câmeras de segurança relacionadas a reportagens sobre crimes. Também são raras as inserções de áudio. Quando isso ocorre, não é utilizado o podcast, mas um vídeo com uma imagem fixa tendo como som o conteúdo que interessa ao veículo, como mostra a figura 2.

Figura 2: uso de áudio no G1 MS



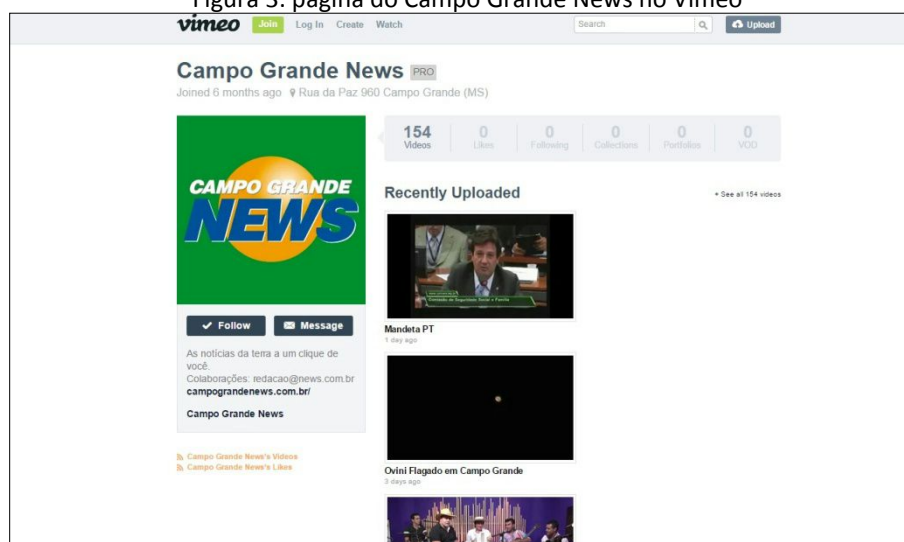
Independentemente da forma como são utilizados os materiais, é de responsabilidade da equipe de repórteres do site coloca-los na rede mundial de computadores, reforçando a opinião dos autores com relação ao novo perfil profissional exigido para se lidar com o ciberjornalismo. Entretanto, para avaliar o grau de expertise necessária para atuar no site, é preciso um estudo mais aprofundado que revele quais são os recursos internos disponíveis e como os jornalistas lidam com eles.

Com relação ao Campo Grande News, o site foi criado em 1999, sendo considerado o mais antigo webjornal de Mato Grosso do Sul, ou seja, criado especificamente para a web (REINO, 2006). Segundo o autor, foi idealizado por Lucimar Couto em parceria com o empresário Miro Ceolim. Lima (2010) afirma que o jornal tem um perfil regionalizado com notícias produzidas pela equipe de repórteres atuantes no veículo. Inicialmente, apenas o diretor atuava no veículo, postando uma média de dez a doze matérias por dia (REINO, 2006). O mesmo autor aponta que em abril de 2006 havia 20 funcionários, sendo um editor-diretor, duas chefes de redação, dez repórteres, duas pessoas responsáveis pelo setor comercial, um fotógrafo, dois webmasters, um motorista e uma secretária. Consulta à sessão de expediente do veículo em 21 de setembro de 2014 mostra que houve um crescimento da equipe, que atualmente é composta por um diretor-editor, um gerente administrativo, um

chefe de redação, duas pessoas responsáveis pelo setor comercial, um webmaster, três estagiários, três fotógrafos e 22 repórteres, mais que o dobro do registrado há oito anos e maior que o principal concorrente do veículo, o Midiamaxnews, que atualmente conta com 17 repórteres, segundo informa a sessão de expediente do respectivo veículo.

O uso de recursos multimidiáticos no site vai ao encontro do que foi postulado pelos autores com relação às plataformas disponíveis na internet. Ao contrário do G1 MS, vale-se de plataformas como YouTube e Vimeo para divulgar vídeos e conteúdos correlatos (figura 3).

Figura 3: página do Campo Grande News no Vimeo



Isso incentiva o envio de materiais por leitores, uma vez que os próprios internautas já podem subir⁵ o material na web e enviar apenas o link. Outro recurso interessante é o emprego de um canal via aplicativo WhattsApp para a colaboração com os leitores, o que facilita ainda a produção de conteúdos com envio simultâneo ao jornal.

⁵ Jargão jornalístico sinônimo de publicar

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora o conceito de multimídia enquanto combinação de mais de um suporte de veiculação de dados e informações possa ser aplicado aos meios audiovisuais (Manovich, 2001), é por meio da informática que ganha vida. Enquanto códigos numéricos armazenados em um banco de dados, recursos como vídeos, fotos, textos, sons, etc. podem ser facilmente manipulados, reordenados e combinados por meio de programas cujos usuários não necessariamente precisam ter conhecimento técnico para tal. Por meio das interfaces, criam-se vínculos entre os indivíduos e os objetos midiáticos, além de proporcionar novas formas de relacionamento dentre seres humanos.

As características dos multimídia segundo Paula Filho (2000), que são integração com programas aplicativos, acesso não linear e interatividade, têm relação íntima com o hipertexto, que é considerado um dos pilares do ciberjornalismo. Uma vez que esse recurso se vale de um nível de interatividade que vai além do contato físico, faz com que cada usuário possa ter acesso, de certo modo, a um produto diferente a cada acesso dependendo do caminho que escolher ao navegar por entre os textos, imagens e os demais recursos disponíveis, propondo uma nova forma de linguagem digital potencializada pela máquina. Melhor que as possibilidades inauguradas por esses meios para a população em geral, o seu uso dentro do jornalismo fazem com que um novo modo de produção de notícias comece a ser pensado. Isso exige um aperfeiçoamento do profissional da área, que não somente entenda o funcionamento dos sistemas para criação de novos produtos jornalísticos, mas que também deve estar apto a acompanhar uma enxurrada constante de inovações que causam revoluções dentro das redações e afetam seus *modus operandi*. Entre os principais recursos empregados atualmente, as plataformas para exibição de conteúdo audiovisual em stream ou até mesmo podcasts, no caso específico do som, facilitam a manutenção de uma imprensa multimidiática sem a necessidade de grandes investimentos com banco de dados e sistemas de armazenamento de informações. O próprio repórter, na rua, utilizando um celular, pode fotografar, fazer vídeos e subir* o material fora da redação.

A internet, nesse contexto, também tornou mais fácil o acesso dos leigos ao jornalismo. Até então a participação dos internautas era restrita a fale-conosco e sessões colaborativas. Por meio dos recursos, alguns deles grátis, disponíveis na rede mundial de computadores, o processo se inverteu. O leitor produz e posta conteúdo diretamente na rede conforme presença e se indigna com os fatos que acompanha em seu cotidiano e o jornalista, utilizando-se das mesmas ferramentas, faz a seleção entre o que já está no ar. Nesse sentido, os recursos multimidiáticos antes restritos aos profissionais, incentivam um novo modelo de imprensa colaborativa.

Com relação aos veículos analisados, nota-se que eles, ainda que de formas diferentes, confirmam as teorias expostas e fornecem pistas para investigações futuras mais específicas sobre o emprego de recursos multimidiáticos na imprensa local. Essa breve observação, no entanto, torna possível algumas constatações interessantes. Primeiramente, nota-se que a inserção das tecnologias está relacionada com a abrangência dos veículos. O G1 MS, com suporte nacional, possui sistemas próprios que conferem um grau de exclusividade aos materiais, enquanto o Campo Grande News é mais aberto à rede mundial de computadores tendo em vista a publicação direta em sites de compartilhamento na web. Em um segundo momento, também é possível notar que o site local possui maior proximidade com o público tendo em vista seu perfil de jornalismo colaborativo com diversas opções de interatividade.

REFERÊNCIAS

ALVES, Marcelli. Do YouTube para o telejornal: a presença do fait divers no modelo das postagens que ganharam espaço no Jornal Nacional. Revista Cambiassu, ano XIX, n. 11, São Luiz, 2012, p. 56-67.

_____. A influência do fait divers nas postagens colaborativas do YouTube que migram para o 'ciclo do jornalismo integrado'. Revista Cambiassu, ano XIX, n. 14, São Luiz, 2014, p. 188-203.

ALMEIDA, Ana Carolina; MAGNONI, Antônio Francisco. Rádio e Internet: recursos proporcionados pela web, ao radiojornalismo. XXXII. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Paraná, 2009.

AMADORI, Rosane; MARQUES, Márcia Gomes. A instantaneidade e a construção da notícia no jornalismo online. In: Congresso de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste, 11., 2009, Brasília. Anais.

BUENO, Silveira. Minidicionário da língua portuguesa. Ed. rev. e atual. São Paulo: FTD, 2000.

COMITÊ GESTOR DE INTERNET NO BRASIL. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil: TIC domicílios e empresas 2012. São Paulo: 2013.

CRUCIANELLI, Sandra. Ferramentas digitais para jornalistas. Tradução, Marcelo Soares. Knight Center for Journalism, 2010. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/ebook/ferramentas-digitais-para-jornalistas-pt-br>>. Acessado em 19 de setembro de 2014.

DE FLEUR, Melvin L.; BALL-ROCEACH, Sandra. Teorias da Comunicação de Massa. Tradução da 5. Ed. Norte-americana, Octávio Alves Velho. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1993. Cap.1, p.15-42.

DEUZE, Mark. What is multimídia journalism? Journalism Studies, Volume 5, Number 2, 2004, pp. 139–152.

_____ Media work: digital media and society series. Cambridge: Polity Press, 2007.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo digital. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009. 120p.

GIDDENS, Anthony. Modernidade e identidade. Tradução, Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2002.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: síntese de indicadores. Rio de Janeiro, 2013.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e os novos meios de comunicação. Tradução, Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

JORGE, Thaís de Mendonça. Mutação no jornalismo: como a notícia chega à internet. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

JORGE, Thaís de Mendonça; PEREIRA, Fábio Henrique. Jornalismo on-line no Brasil: reflexões sobre o perfil do profissional multimídia. Revista Famecos, Porto Alegre, n. 40, 2009.

KERCKHOVE, Derik de. Texto, contexto e hipertexto: três condições da linguagem, três condições da mente. Revista Famecos, Porto Alegre, n. 22, 2008.

LE MOS, Cândida Emília; PEREIRA, Reginaldo Maximiano. Jornalismo hiperlocal no contexto multimídia: um relato da experiência do jornal-laboratório Contramão Online. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, São Paulo, mai. 2011.

LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Tradução, Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

_____ A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. 7 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

LIMA, Renato. A qualidade da informação do jornalismo online. 2010. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=1816

MANOVICH, Lev. The language of new media. Cambridge: Mit Press, 2001.

_____ “Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições”. In: LEÃO, Lucia (org). O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Ed. Senac, 2005.

_____ Software takes command: extending the language of new media. New York: Ed. Norte-Americana Bloomsbury, 2013.

MELECH, Ana Maria de Souza; GODOY, Elisangela Ribas. Rádio Web UTP como portal de podcasts. Cadernos da escola de comunicação, Curitiba, 2007.

NOCCI, Javier Díaz. Hipertexto y redacción periodística ¿un nuevo campo de investigación? Razón y palabra, España, ano 11, n. 48, 2006.

OLIVATTI, Tânia Ferrarin. Youtube: novas práticas dos usuários em uma nova cultura digital. 1º Simpósio do laboratório de estudos em comunicação, tecnologia e educação cidadã, ago., 2008. p. 256-267.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: Palacios, Marcos; Machado, Elias (org). Modelos de Jornalismo digital. Salvador: Edições GJOL, 2003.

PAULA FILHO, Wilson de Pádua. Multimídia: conceitos e aplicações. Rio de Janeiro, LTC, 2000.

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

REINO, Lucas Santiago Arraes. Relacionamento entre o webjornal Campo Grande News e os seus usuários. 2006. 102 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília.

RODRIGUES, Catarina. A presença do YouTube nos media: razões e consequências. In: Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Portugal, 2008, 5., 2008, Portugal. Anais... Portugal, 2008.

SADABA CHALEZQUER, Maria Rosario. Interactividad y comunidades virtuales em el entorno de la world wide web. Comunicación y sociedade, Navarra, v. 13, n. 1, 2000, p. 139-166.

SANTAELLA, Lúcia. O impacto das novas mídias sobre a cultura. In: In: VILLARES (org.) Novas mídias digitais (audiovisual, games e música): impactos políticos, econômicos e sociais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

SILVA, Fernando Firmino. Jornalismo live streaming: tempo real, mobilidade e espaço urbano. VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, nov. 2008.

SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? Trad.: Milton Camargo Mota. São Paulo: Loyola, 2002.

TAVARES, Olga; MASCARENHAS, Alan. Jornalismo e convergência: possibilidades transmidiáticas no jornalismo pós-massivo. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 20, n.1, p. 193-210.

VAISBIH, Renato. Ganhos e perdas de uma renovada linguagem radiofônica jornalística, via podcast. Cenários da Comunicação, v. 5, 2006, São Paulo, p. 13-25.

VILLARES, Fábio. Novas mídias digitais: impactos econômicos, sociais e políticos. In: VILLARES (org.) Novas mídias digitais (audiovisual, games e música): impactos políticos, econômicos e sociais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.