



A Pirâmide Invertida na época do Webjornalismo: tema para debate.¹

*Luciana Mielniczuk**
UFBA

Palavras-chave: webjornalismo, pirâmide invertida e hipertexto

Resumo:

O texto pretende instigar a discussão sobre a possível aplicabilidade ou não, no ambiente Web, do modelo de redação de textos jornalísticos denominado Pirâmide Invertida. Para tanto, são caracterizadas três fases do jornalismo na Web: transposição, metáfora e webjornalismo. A respeito do webjornalismo, são definidas seis características: interatividade, customização de conteúdo/personalização, hipertextualidade, multimídia/convergência, memória, instantaneidade. As implicações que algumas destas características podem exercer sobre o formato do texto jornalístico, embasam e delimitam a discussão proposta. Expeçula-se sobre qual seria o formato final do texto jornalístico na Web.

1 Introdução

O jornalismo desenvolvido para a Web não é uma prática profissional com rotinas efetivamente consolidadas até o presente, um reflexo disso é que os produtos apresentados passam por modificações constantes. Este quadro instável e mutante, em permanente busca pelo aprimoramento, decorre da Web ser um ambiente desenvolvido há pouco mais de uma década e que começou a ser utilizado, em larga escala, para fins jornalísticos, somente a partir da metade da década de 90. O momento ainda é o de reconhecimento das potencialidades da mídia e o da exploração da aplicabilidade destes potenciais aos fins

* Doutoranda em Comunicação e Culturas Contemporânea na FACOM-UFBA, bolsista CNPq. (luti@ufba.br)

¹ Trabalho apresentado no NPO8 – Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.

jornalísticos: estamos diante do embrião daquilo que se tornará um webjornal - produto jornalístico desenvolvido para a Web.

Diante de um cenário ainda indefinido, surge, conseqüentemente, uma série de indagações, sejam elas relacionadas à prática ou à teoria e que abrangem todas as instâncias, desde a produção até a recepção dos webjornais.

A discussão trazida para este texto – que se trata de um trabalho ainda em andamento - integra um conjunto maior que vem sendo trabalhado na tese de doutorado, cujo foco de interesse é o formato do texto jornalístico na Web. Inserida neste contexto, está a questão da Pirâmide Invertida¹: seria este modelo de redação de textos válido também para a narrativa hipertextual na Web? Mais do que encontrar uma resposta (até por que assume-se que o próprio objeto de reflexão ainda não está ele mesmo definido) pretende-se contextualizar o tema e buscar caminhos para a reflexão sobre este assunto. É este o principal objetivo do texto.

É preciso referenciar que, para trazer estas questões relacionadas com a Pirâmide Invertida, trabalha-se com a idéia de uma narrativa jornalística em hipertexto. Um tipo de narrativa que utilizaria as potencialidades oferecidas pela Web na narração do fato jornalístico.

Atualmente, observa-se, nos webjornais, a existência de dois níveis de narrativas. Em primeiro, para atender uma demanda imediatista, encontra-se uma abordagem bastante concisa, constituída por textos muito pequenos. Pode-se dizer que são apenas registros dos acontecimentos. Tais textos caracterizam as editoriais muitas vezes denominadas de ‘últimas notícias’.

Em um segundo nível, há espaço para o tratamento mais aprofundado; muitos webjornais criam sessões especiais onde assuntos selecionados serão tratados com maior profundidade. Seriam, usando uma analogia, ‘as grandes reportagens’ no webjornal. E é, especialmente, este tipo de abordagem que interessa, pois é nele que a narrativa jornalística tem seu espaço de desenvolvimento na Web. Mesmo nestas coberturas mais extensas, não significa que os recursos oferecidos pela Web sejam totalmente explorados. Para fins deste

¹ Para fins deste trabalho a denominação Pirâmide Invertida designa unicamente um modelo de redação de textos.

1 Trabalho apresentado no NPO8 – Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.

texto trabalha-se com a idéia de uma narrativa jornalística que ainda não é corrente - seria um texto do futuro ou um texto ideal - e que, efetivamente, explore as características oferecidas pela Web.

2 Situando o jornalismo na Web

Antes da invenção do World Wide Web (WWW ou Web), a rede já era utilizada para a divulgação de informações, porém, os serviços oferecidos eram direcionados para públicos muito específicos e funcionavam através da distribuição de e-mails, de boletins disponibilizados através do Gopher² ou de recursos semelhantes. A Internet passa a ser utilizada, de forma expressiva, para atender finalidades jornalísticas, a partir de sua utilização comercial, que se dá com o desenvolvimento da Web no início dos anos 90.

Diferentes nomenclaturas têm sido utilizadas para designar este recente tipo de prática jornalística. Por exemplo, alguns dos termos encontrados são ciberjornalismo, jornalismo eletrônico, jornalismo online, jornalismo digital, jornalismo hipertextual. No momento, não será estabelecida a discussão sobre as especificidades e adequações destas nomenclaturas.

O presente texto refere-se aos produtos jornalísticos que são desenvolvidos única e exclusivamente para a Web, descartando outros tipos de produção que possam utilizar-se das redes telemáticas de forma mais genérica. Por este motivo, então, será utilizado o termo webjornalismo. Conforme Canavilhas (2001), a nomenclatura da prática jornalística encontra-se relacionada com o suporte técnico: para designar o jornalismo desenvolvido para a televisão, utilizamos telejornalismo; o jornalismo desenvolvido para o rádio, chamamos de radiojornalismo; e chamamos de jornalismo impresso àquele que é feito para os jornais impressos em papel.

Ao longo desta década de história do jornalismo na Web, é possível identificar três fases distintas³. Num primeiro momento, o qual chama-se de transpositivo, os produtos

² O Gopher é um sistema que possibilita o acesso a informações mantidas em diversos computadores da rede. O acesso é feito através de menus e este sistema comporta apenas textos.

³ Para acompanhar a evolução do jornalismo na Web, uma atividade interessante é visitar os arquivos da versão para a Internet do jornal *O Estado de São Paulo* (www.estado.com.br). Estão disponíveis, na íntegra e gratuitamente, as edições desde meados de 1995.

oferecidos, em sua maioria, eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos, que passavam a ocupar o espaço na Internet. É muito interessante observar as primeiras experiências realizadas: o que era chamado então de jornal online não passava da transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias. Este material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso.

Com o aperfeiçoamento e desenvolvimento da estrutura técnica da Internet, pode-se identificar uma segunda fase – a da metáfora - quando, mesmo ‘atrelado’ ao modelo do jornal impresso, os produtos começam a apresentar experiências na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede.

Nesta fase, mesmo sendo ainda transposições do impresso para a Web, começam a surgir links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates; a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto. A tendência ainda era a existência de produtos vinculados não só ao modelo do jornal impresso, mas também às empresas jornalísticas cuja credibilidade e rentabilidade estavam associadas ao jornalismo impresso.

O cenário começa a modificar-se com o surgimento de iniciativas tanto empresariais quanto editoriais destinadas exclusivamente para a Internet. São sites jornalísticos que extrapolam a idéia de uma versão para a Web de um jornal impresso. Tem-se, então, o webjornalismo. Um dos primeiros e, talvez, principal exemplo desta situação seja a fusão entre a Microsoft e a NBC, uma empresa de informática e uma empresa jornalística de televisão, ocorrido em 1996 (Estado, 1997). O *www.msnbc.com* é um site de jornalismo mas que não surgiu como decorrência da tradição e da experiência do jornalismo impresso.

No webjornal, é possível observar tentativas de efetivamente explorar e aplicar as potencialidades da Web. Neste estágio, entre outras possibilidades, os produtos jornalísticos apresentam recursos em multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; apresentam recursos de interatividade, como chats com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; apresentam opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; apresentam

a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também como uma possibilidade na narrativa jornalística de fatos.

Este terceiro, e atual, momento corresponde a um estágio mais avançado de toda uma estrutura técnica relativa às redes telemáticas, bem como corresponde a um momento de expansão da base instalada e aumento do número de usuários. Ou seja, houve uma evolução técnica que permite a transmissão mais rápida de sons e imagens e houve também o crescimento do número de usuários, justificando investimentos no setor.

Para descrever e entender o momento atual, a seguir são apresentadas seis características a partir das quais pode-se definir este tipo de produto, o webjornal.

3 Características do jornalismo na Web

Ao estudar as características do jornalismo desenvolvido para a Web, Bardoel e Deuze (2000), apontam quatro elementos: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia. Palacios (1999), com a mesma preocupação, estabelece cinco características: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. Acrescenta-se a estas uma sexta característica, a instantaneidade.

As características, que serão brevemente apresentadas, refletem as potencialidades oferecidas pela Internet ao jornalismo desenvolvido para a Web. Tais possibilidades não se traduzem necessariamente em aspectos efetivamente explorados pelos sites jornalísticos, quer por razões técnicas, de conveniência, adequação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor.

Interatividade – Bardoel e Deuze (2000) consideram que a notícia online possui a capacidade de fazer com que o leitor/usuário se sinta parte do processo. Isto pode acontecer de diversas maneiras, entre elas, pela troca de e-mails entre leitores e jornalistas; através da disponibilização da opinião dos leitores, como é feito em sites que abrigam fóruns de discussões; através de chats com jornalistas. Porém, os autores não contemplam a perspectiva da interatividade no âmbito da própria notícia, ou seja, a navegação pelo hipertexto que, conforme Machado (1997), constitui também uma situação interativa.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Conclui-se que, neste contexto, não se pode falar simplesmente em interatividade e sim em uma série de processos interativos. Adota-se o termo multi-interativo para designar o conjunto de processos que envolvem a situação do leitor de um jornal na Web. Diante de um computador conectado à Internet e acessando um produto jornalístico, o usuário estabelece relações: a) com a máquina; b) com a própria publicação, através do hipertexto; e c) com outras pessoas – seja autor ou outros leitores – através da máquina (Lemos, 1997; Mielniczuk, 1998).

Customização do conteúdo/Personalização - Também denominada de personalização ou individualização, consiste na existência de produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais do usuário. Há sites noticiosos, entre eles o da CNN, que permite a pré-seleção dos assuntos de interesse, assim, quando o site é acessado, este já é carregado na máquina do usuário atendendo à demanda solicitada.

Também pode-se considerar como personalização a possibilidade de cada leitor estabelecer um percurso individualizado de leitura a partir da navegação pelo hipertexto. Assim, cada indivíduo construiria um produto individualizado, fruto de sua leitura (suas escolhas individuais) pelos caminhos oferecidos na narrativa hipertextual. Ou seja, dois leitores ao navegar pelo mesmo hipertexto, ao final, terão lido textos distintos.

Hipertextualidade – Esta característica, apontada como específica da natureza do jornalismo online na Web, traz a possibilidade de interconectar blocos de textos (léxias) através de links. Bardoel e Deuze (2000) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar para outros textos como originais de relises, outros sites relacionados ao assunto, material de arquivo dos jornais, textos que possam levantar os ‘prós’ e os ‘contras’ do assunto em questão, entre outros.

Multimedialidade/Convergência – No contexto do jornalismo online, multimedialidade, trata-se da convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico.

Memória – Palacios (1999) aponta para o fato de que o acúmulo das informações é mais viável técnica e economicamente do que em outras mídias. Sendo assim, o volume de informação diretamente disponível ao usuário é consideravelmente maior no jornalismo

online, seja com relação ao tamanho da notícia ou à disponibilização imediata de informações anteriores. Desta forma surge a possibilidade de acessar com maior facilidade material antigo.

Instantaneidade – A instantaneidade é uma característica que, embora exista no rádio e na televisão, ela assume outra dimensão na Web. É por este motivo que, neste texto, resolveu-se acrescentá-la à listagem de características que vinha sendo trabalhada até então.

Nas outras mídias, a instantaneidade dá-se apenas com relação à difusão do material jornalístico. Nestes casos, o texto – o discurso oral – vai sendo construído e difundido ao mesmo tempo. Para cada intervenção ao vivo, o repórter constrói uma espécie de ‘unidade narrativa’. Pequena será a relação entre a última intervenção e a anterior, enquanto uma narrativa única, pois a já transmitida, não existe mais do ponto de vista da cobertura instantânea, ela não está mais disponível ao público, a menos que a emissora decida resgatá-la.

No webjornal, tendo em vista que o material pode ficar disponível, seria como se estas ‘unidades narrativas’ fossem acumulando-se para formar uma única e grande narrativa sobre determinado fato. O último bloco de textos seria somado ao anterior, que ainda pode estar disponibilizado no site. Assim, um conjunto de blocos de textos, que foram sendo acumulados e todos ainda disponíveis, constituem a narrativa uma acerca de determinado acontecimento.

Na Web, o material elaborado e disponibilizado instantaneamente possui um caráter cumulativo, que o diferencia dos outros meios.

4 Implicações

A expectativa é a de que, cada vez mais, as potencialidades oferecidas pela Internet sejam exploradas no desenvolvimento do jornalismo feito para a Web. Surge, então, a indagação sobre se esta prática vai levar a outras transformações. Em outras palavras, o questionamento diz respeito às implicações que as características do webjornalismo poderão/irão acarretar para o ‘fazer’ e o ‘pensar’ o jornalismo.

Na tentativa de elucidar e sistematizar tais questões, foi feito um mapeamento (Mielniczuk, 2001), onde procurou-se identificar quais seriam as implicações no campo da teoria quando da exploração de cada uma das características anteriormente apresentadas.

A seguir, será apresentado um quadro resumo contendo uma visão panorâmica e sintética das possíveis implicações. Porém, neste texto o foco de atenções fica centrado apenas na última questão: o formato de Pirâmide Invertida, largamente utilizado para o jornalismo impresso, permanece nas narrativas hipertextuais?

| Características | Implicações | Esfera |
|---------------------------------------|--|-----------------|
| Memória | A memória está relacionada com o espaço ilimitado para armazenamento e disponibilização de material: questiona-se até que ponto este fator irá influenciar na valoração e hierarquização das notícias no processo de edição, uma vez que o espaço do produto jornalístico não é mais fator decisivo. | <i>produção</i> |
| Instantaneidade | Com relação à possibilidade de noticiar em tempo real e sempre online: 1) até que ponto esta outra situação não interferirá no conceito de atualidade que se tem com relação ao jornalismo? 2) será que há interferência na unicidade da narrativa sobre o mesmo fato, uma vez que este material possui caráter cumulativo? | <i>produto</i> |
| | Relativamente à rotina de produção da notícia: tendo em vista que o intervalo entre o acontecimento e a publicização do mesmo reduz imensamente, seria cabível perguntar no que isto afetaria a qualidade e a rotina do trabalho do jornalista. | <i>produto</i> |
| Interatividade | Num contexto onde qualquer pessoa pode enviar informações para qualquer pessoa, a figura do jornalista, como mediador, seria ainda necessária? (Lévy, 1999) | <i>produção</i> |
| | Armentia (2001) refere-se à possibilidade do surgimento de novos gêneros jornalísticos, através da prática do webjornalismo. Novas práticas, tais como chats realizados com o público e personalidades, poderiam ser considerados um outro gênero de entrevista? Que tipos de soluções serão criadas para melhor aproveitar os recursos oferecidos pela Web? | <i>produto</i> |
| Personalização de conteúdo | Com a possibilidade de cada leitor acessar conteúdos diferenciados, ou construindo o seu jornal individualizado: como pode isto afetar os preceitos das teorias de agendamento? | <i>recepção</i> |
| Hipertextualidade e Multimídia | O formato de Pirâmide Invertida, largamente utilizado para o jornalismo impresso, seria ou não o mais adequado para as narrativas hipertextuais? | <i>produto</i> |

5 A Pirâmide Invertida

Antes de tratar especificamente da relação entre Pirâmide Invertida e as características do webjornalismo, cabe uma referência histórica sobre o seu surgimento. Foi pela dificuldade de muitos jornalistas emitirem seus textos, ao mesmo tempo, via telégrafo, durante a Guerra da Secessão norte-americana, que se criou uma sistemática: cada um poderia emitir apenas um parágrafo de cada vez, fazendo um sistema de rodízio. Terminada a

sequência, o primeiro a ter utilizado o telégrafo poderia utilizá-lo novamente para um segundo parágrafo e assim sucessivamente. Desta forma, a emissão da notícia foi fracionada em partes, obrigando os repórteres a enviar as informações essenciais em primeiro lugar. (Fontcuberta, 1999).

Modelo de redação de notícias desde o final do século XIX, a Pirâmide Invertida, por caracterizar-se em apresentar primeiro os fatos mais importantes e depois os menos importantes, foi eficiente também para resolver os problemas relativos às limitações de espaço nos jornais impressos. Caso fosse necessário reduzir o tamanho da notícia no processo de confecção do jornal, não havia perigo de, ao excluir o final do texto, eliminar alguma informação essencial.

Compõem a estrutura da Pirâmide Invertida, os seguintes elementos (Franco, 2002):

- o lead
- o material que explica e amplifica o lead
- parágrafos de contextualização
- material secundário ou menos importante

Se o gerenciamento do espaço (que, por ser em meio digital, na Internet é quase ilimitado na medida em que os custos são significativamente inferiores com relação às outras mídias) fosse o único motivo para a permanência do uso da Pirâmide Invertida, certamente ela já teria sido descartada quando da implantação da editoração eletrônica, técnica que permite, no processo de diagramação, o cálculo exato do espaço destinado à ocupação da notícia.

O fato é que o modelo Pirâmide Invertida é utilizado até hoje, por ser considerado um modelo eficiente, que, além de despertar de imediato a atenção do leitor, satisfaz de forma mais rápida suas necessidades já que as informações essenciais encontram-se logo no início do texto. Havendo maior interesse pelo fato, o leitor prossegue a leitura. Este modelo, também parece transpor para o jornalismo impresso uma prática corriqueira: quantas vezes em conversas não se diz para o narrador ser mais objetivo, sucinto, para 'ir direto ao ponto'?

6 O Webjornalismo e a Pirâmide Invertida



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Considera-se que a Pirâmide Invertida, enquanto modelo de formato de texto, pode ser abordada sob dois ângulos: o da produção e o da recepção. Isto é, ao pensar a Pirâmide Invertida, pode-se pensá-la a partir da perspectiva da escrita e apresentação do texto e também sob a perspectiva da leitura do texto.

Retomando os características do webjornal e as possibilidades de interferência destas na utilização do modelo de Pirâmide Invertida, identifica-se que:

- sob a perspectiva da escrita e apresentação do texto haveria interferência das características da *hipertextualidade* e da *multimedialidade*, prioritariamente, e depois, a característica da *instantaneidade*.
- sob a perspectiva da leitura, interfeririam a *interatividade* e a *personalização*.

Contemplando a perspectiva da escrita e apresentação do texto, vejamos o que ocorre com a *hipertextualidade*⁴. Esta é a primeira diferença que se observa: a notícia no webjornal passa a ser apresentada de maneira mais fragmentada⁵ se comparada ao texto impresso do jornal, pois ela é constituída por células informativas⁶ (Salaverría, 2001), que são visualizadas na tela do computador uma de cada vez apenas e estão interconectadas por links. No jornal impresso, a narrativa sobre um mesmo fato, até pode ser dividida em diferentes matérias, porém estão apresentadas lado a lado na mesma página de jornal. No impresso, há uma proposição sequencial de leitura; no hipertexto a proposição de leitura se dá de forma multisequencial ou multilinear (Palacios, 2000).

Um outro fator que contribui para esta fragmentação é que, no webjornal, os blocos de textos são geralmente menores do que no impresso. Aconselha-se que uma célula informativa não ocupe mais do que uma tela de computador, para que o leitor não seja obrigado a utilizar a barra de rolagem, pois estudos comprovam que o leitor não costuma utilizar este recurso (Nielsen, 2001). Indica-se que cada célula informativa deve possuir em torno de 100 palavras (Moherdau, 2001).

⁴ Ao definir o hipertexto, o próprio autor da expressão, Theodore Nelson, diz que este constitui-se em “uma escrita não seqüencial, num texto que se bifurca, que permite que o leitor escolha e que se leia melhor numa tela interativa. De acordo com a noção popular, trata-se de uma série de blocos de texto conectados entre si por nexos, que formam diferentes itinerários para o usuário” (Nelson *apud* Landow, 1995, p.15).

⁵ De acordo com alguns autores, entre eles Landow (1995), Mouillaud (1997) e Gouazé (1999), ao longo da história o texto passa por um processo de crescente fragmentação. Tal tendencia pode ser observada no formato que os textos assumem em diferentes suportes: livro, jornal e hipertexto.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Em suma, a narrativa de um fato jornalístico que, no impresso, é apresentada como um bloco de texto único e coeso, no hipertexto é apresentada como um texto pulverizado, rizomático⁷.

Já a *multimedialidade*⁸ vai permitir que, neste texto em forma de rizoma, sons e imagens (fotografia ou vídeo) sejam elementos suficientes para compor uma célula informativa do hipertexto jornalístico. Cada célula informativa da narrativa jornalística hipertextual pode ser constituída por um texto escrito, um som, ou uma imagem, que estão em posição de equilíbrio, enquanto células informativas, umas em relação às outras. Eles disputam - de forma equitativa - com a palavra escrita um lugar na hierarquia dos elementos mais importantes dentro da narrativa de um fato jornalístico⁹. Ao contrário do que acontece na Pirâmide Invertida, onde o mais importante está no topo, aqui o mais importante está lado a lado (ocupando um espaço tridimensional e nem sempre visível na tela) com outras informações.

Para finalizar esta perspectiva, a *instantaneidade* entra como a característica que viabiliza o crescimento constante do hipertexto. Empregando esta característica, há a possibilidade da narrativa jornalística na Web estar em constante construção; a cada instante é possível acrescentar, ao conjunto rizomático, novas células informativas. Fazendo referência a esta capacidade que o hipertexto apresenta de estar em constante crescimento a partir de informações/células que vão sendo ‘acopladas’, Lévy (1993), quando elabora os princípios do hipertexto, desenvolve o princípio da exterioridade e princípio da metamorfose.

Partindo para a segunda perspectiva, a perspectiva da leitura, as características do webjornalismo que interessam são a interatividade e a personalização. Ambas estão fortemente relacionadas, pois é a partir da primeira que se obtém a segunda.

Já foi dito que o ambiente hipertextual oferece um texto multilinear ou multisequencial (Landow, 1995; Palacios, 2000) para o seu leitor: há várias células

⁶ As células informativas também podem ser denominadas de léxias ou nós (Landow, 1995).

⁷ Sobre este assunto ve rDELEUZE, Gilles; GUATARRI, Félix. **Mil Platôs**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

⁸ Pode-se utilizar também a palavra hipermídia para designar um hipertexto que, além de textos, se utiliza de sons e imagens.

⁹ Aqui talvez tenha-se uma novidade, que seria a relação entre signos de mídias diferentes, na disputa por um lugar de importância da narrativa de um fato jornalístico. Por exemplo, na televisão, mesmo utilizando-se de



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

informativas todas interconectadas por links. O leitor, por sua vez, no ato de navegar, usufrui da característica da *interatividade*, ao estar escolhendo os links e, conseqüentemente, as células informativas que deseja ler. Cada leitor/navegador, segundo Palacios (2000) desenvolverá um percurso individual de leitura, uma linearidade própria. Pode-se dizer que cada leitor constrói - a partir da possibilidade de interatividade oferecida pelo hipertexto - um texto individualizado, personalizado. Tem-se aqui, como decorrência da característica da interatividade, a característica da *personalização*.

Isto posto, pode-se dizer que o jornalista não é mais o único a determinar o que é o mais importante na narrativa do fato jornalístico (fato que ocorre na hora de escrever o texto e apresentá-lo no formato da Pirâmide Invertida). A participação do leitor nesta escolha cresce e ela passa a acontecer com maiores possibilidades - comparativamente com o impresso - na hora da leitura, da navegação pelo hipertexto.

O leitor torna-se co-autor da narrativa jornalística na medida em que, a partir de suas escolhas (dentre as possibilidades oferecidas pelo hipertexto), ele vai construir a sua narrativa individualizada, elegendo as células informativas que se apresentam como as mais importantes, de acordo com suas necessidades de obter informações.

7 Algumas considerações

Há controvérsias sobre a validade ou não do modelo Pirâmide Invertida no ambiente Web. Salaverría diz que há uma disparidade entre os aspectos tecnológicos relacionados com a gestão documental das publicações, enquanto “as formas de apresentar as notícias e, em particular, os critérios de estruturação redacional e construção das páginas dos textos informativos mostram um perigoso estancamento” (2001). Na sua opinião, a Pirâmide Invertida e o hipertexto são modelos que se contrapõem. O primeiro é um modelo fechado

texto e sons, a primazia da imagem é indiscutível; no rádio o som é o único recurso; no jornal impresso – mesmo utilizando-se de imagens – a palavra impressa é o elemento mais importante.

1 Trabalho apresentado no NPO8 – Núcleo de Pesquisas Tecnologias da Informação e da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.

que não se adequa ao ambiente Web. Para o autor, com o uso do hipertexto será possível ir além da redundância e previsibilidade que cerca o outro modelo.

Por outro lado, Armentia (2001) defende o modelo de Pirâmide Invertida, sem, no entanto, negar a necessidade de alguma transformação neste. Sua defesa está baseada na funcionalidade de expor de maneira decrescente os principais elementos da informação. Porém, o autor admite que não é obrigatório o uso de estruturas fechadas para a composição do texto para a Web, o mais importante é informar com eficácia.

Já Nielsen, discorrendo sobre as células informativas que vão compor o hipertexto, acredita que, na Web, “cada página deve ser estruturada como uma pirâmide invertida”, porém, o autor acredita que “o trabalho como um todo se parece mais com um grupo de pirâmides que flutuam no ciberespaço do que com um artigo tradicional” (2001).

Concorda-se com Nielsen que, em uma primeira instância - na esfera da célula informativa, que seria a menor unidade da narrativa hipertextual -, é provável que a estrutura de Pirâmide Invertida, tal como a conhecemos, se mantenha. No entanto, com respeito à narrativa jornalística hipertextual de um determinado fato é preciso tecer algumas considerações.

No jornalismo impresso, a narrativa do fato jornalístico é constituída por um bloco de pedra único: a Pirâmide Invertida. No webjornal, esta seria constituída por blocos menores de pedras (as células informativas ou as tais pirâmides flutuantes). A ligação entre os blocos de pedra menores seria feita pelos links, através de sua função paratextual (Mielniczuk; Palacios, 2001). Seria o paratexto¹⁰ a liga entre as células informativas.

¹⁰ Os paratextos são os textos que acompanham, envolvem, delimitam o texto principal. Conceito desenvolvido por Gerard Genette, é definido, pelo autor da seguinte maneira:

“Um trabalho literário consiste, inteiramente ou essencialmente, de um texto, definido (muito minimamente) como uma seqüência mais ou menos longa de declarações verbais que são mais ou menos dotadas de significação. Mas tal texto é raramente apresentado sem estar adornado, reforçado e acompanhado de um certo número de outras produções, verbais ou não, tais como o nome do autor, um título, um prefácio, ilustrações. E apesar de que nós nem sempre saibamos se essas produções devem ou não ser vistas como pertencendo ao texto, em todo o caso elas rodeiam o texto e o estendem, precisamente para *apresentá-lo*, no sentido usual deste verbo, e num sentido mais forte: fazer *presente*, garantir a presença do texto no mundo, sua `recepção´ e consumo sob a forma (atualmente, pelo menos) de um livro. Esse tipo de produção, que varia em extensão e aparência, constitui o que eu chamei (...) de *paratexto* (...). O *paratexto* é aquilo que permite que o texto se torne um livro e seja

1 Trabalho apresentado no NPO8 – Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Ao navegar por uma narrativa hipertextual jornalística, o usuário faz suas escolhas – que são viabilizadas pelos paratextos – e vai construir uma trajetória própria de leitura. O texto não é mais proposto como um produto acabado, são oferecidas frações e opções. O usuário é quem termina de construir o texto, no sentido de compô-lo como uma unidade, um conjunto informativo. Na opinião de Salaverría, é como se fosse um “self-service jornalístico: permite que cada leitor escolha seu próprio prato informático com os ingredientes que deseja e na ordem e quantidade que lhe apeteça” (2001).

Sendo assim, pode-se dizer, então, que a narrativa jornalística na Web, caracteriza-se por ser:

- a) fragmentada, na medida em que é proposta em hipertexto;
- b) individualizada ou personalizada, por ser fruto da construção particularizada de cada leitor;
- c) efêmera, por ser circunstancial e dificilmente reconstruída exatamente da mesma forma por leitores diferentes ou até mesmo pelo mesmo leitor em momentos distintos.

Ao pensar o modelo da Pirâmide Invertida, enquanto formato de texto utilizado no jornalismo impresso, ele parece dar conta de ambas as perspectivas, tanto a da redação e apresentação da narrativa jornalística quanto da leitura da mesma.

No webjornal, conclui-se que a Pirâmide Invertida, segundo Nielsen (2002), vai manter-se apenas no âmbito da célula informativa, quando esta for constituída por texto escrito. Pensando na perspectiva da redação e apresentação, o formato da narrativa jornalística hipertextual seria o de um rizoma. Porém, passando para a perspectiva da leitura do texto proposto em rizoma, surge a indagação sobre qual seria este possível formato? Qual a imagem possível de se recorrer para melhor expressar a idéia?

oferecido enquanto tal para seus leitores e para o público de um modo geral (...) (Genette, 1997, p. 1, grifos do autor).

Em síntese, o paratexto seria um elemento que exerce as seguintes funções: **a)** faz uma apresentação do texto principal; **b)** é o elemento de negociação (transação) entre leitor e texto; **c)** tem a função de realizar a transição entre o mundo do leitor e o mundo do texto; **d)** o paratexto está situado nas fronteiras do texto, estabelecendo-lhe os limites.

Leão (2001) ao estudar o hipertexto, recorre à metáfora do labirinto, afirmando que a construção de cada leitor no momento da leitura seria um fio de Ariadne. Considera-se que a idéia do fio de Ariadne parece um tanto estática diante do dinamismo que o jornalismo desenvolvido para a Web pressupõe.

Surge, então uma outra possibilidade, uma proposição deste texto: recorrer à imagem que se forma no fundo de um caleidoscópio. Os elementos que estão no interior do caleidoscópio são fragmentos (característica **a**) que se unem temporariamente (característica **b**) e que muito dificilmente irão compor-se da mesma maneira novamente, formando por isso imagens únicas (característica **c**).

Referências Bibliográficas

- ARMENTIA, José Ignacio; Et alli. **La información en la prensa digital: redacción, diseño y hábitos de lectura.** In: <http://www.ehu.es/zer/ser8/8armentia9.html> Acesso em: 22 mai. 2001.
- ARMENTIA, José Ignacio; Et alli. **El diario digital: análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios.** Barcelona: Bosch, 2000.
- BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. **Network Journalism.** In: <http://home.pscw.uva.nl/deuze/publ9.htm>. Acesso em: 10 dez. 2000.
- CANAVILHAS, João Messias. (2001) **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web.** In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>. Acesso em 20 nov. 2001.
- ESTADO de S. Paulo. (1996) **Gates desafia a CNN.** In: <http://www.estado.com.br/jornal/96/07/15/GAYTE15.HTM>. Acesso em: 10 abr. 2000.
- FONTCUBERTA, Mar de. (1999) **A Notícia: pistas para compreender o mundo.** Lisboa: Notícias, 1999.
- FRANCO, Guillermo. Comience cada página con las conclusiones. In: <http://www.univalle.edu.co/publicos/documentos/como-escribir2.html>. Acesso em: 30 nov. 2001.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide.** Porto Alegre: Tchê, 1987.
- GOUAZÉ, Jean. **Os Dispositivos da Comunicação.** Palestra proferida na FACOM/UFBA, Salvador, Brasil, em 25.10.1999
- LANDOW, George. **Hipertexto: la convergência de la teoría crítica contemporánea y la tecnología.** Buenos Aires: Paidós, 1995.
- 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.
- MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web.** Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM. Lisboa, 2001.

- MIELNICZUK, Luciana; PALACIOS, Marcos. **Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual.** Trabalho no XI Congresso da Compós. Brasília, 2001.
- MOHERDAUI, Luciana. **Guia de Estilo Web: produção e edição de notícias on-line.** São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- MOULLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.) **O Jornal: da forma ao sentido.** Brasília: Paralelo 15, 1997.
- MURAD, Angéle. **Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet.** In: <http://www.uff.br/mestcii/angele1.htm>. Acesso em: 22 out. 2000.
- NIELSEN, Jakob. **Inverted Pyramids in Cyberspace.** In: <http://www.useit.com/alertbox/9606.html>. Acesso em: 12 out. 2001.
- PALACIOS, Marcos. **O que há de (realmente) novo no jornalismo online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, 21.09.1999.
- PALACIOS, Marcos. **Hipertexto, fechamento e uso do conceito de não-linearidade discursiva.** In: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html>. Acesso em: 23 ago. 2000.
- LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais.** In: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>. Acesso em: 14 jul. 1999.
- LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.
- SALAVERRÍA, Ramón. **De la pirámide invertida al hipertexto.** In: <http://unav.es/fcom/mmlb/mmlab/investig/piram.htm>. Acesso em: 28 mar. 2001.