

A composição da página noticiosa nos jornais digitais: o estado da questão¹

Luciana Moherdau²

Resumo: Este artigo apresenta o estado da questão da composição da página noticiosa no jornalismo digital de 1991, quando Tim Bernes Lee anunciou a world wide *web*, até os dias atuais. Para verificar rupturas e descontinuidades nos projetos gráficos, a análise tem como base fundamental das proposições o *newsmaking* (GALTUNG e RUGE: 1965), o design informacional (HARROWER, 2002, GARCIA, 1981, 2005, AMARAL, 2004) e os conceitos de remediação (BOLTER e GRUSIN: 2000) e teleação (MANOVICH: 2001).

Palavras-chave: teoria do jornalismo, jornalismo digital e design informacional

Apresentação

Com o objetivo de verificar rupturas e descontinuidades no design gráfico pensado para a nova mídia, faz-se necessária uma releitura de literatura sobre os projetos pensados para os jornais impressos (GARCIA, p 1981, 1-24 , HARROWER, 2002a, p. 4-6). A essa análise, soma-se a pesquisa sobre o desenho das páginas dos sites jornalísticosⁱ de maior audiência, segundo dados do Ibope eRatings, que entraram na rede nos anos 1990 até os dias atuais: *G1(Globo Notícias), Folha Online, Terra Notícias, Último Segundo, estado.com.br, CNN, MSNBC, The New York Times, ABC News, CBS, Washington Post Le Monde, Le Figaro, La Repubblica, Corriere Della Sera, El Pais, El Mundo, BBC News e Guardian Unlimited*.³ A proposta é categorizar critérios, cruzar procedimentos adotados e problematizar a composição on-line.

O conceito de nova mídia surge a partir da convergência entre formas culturais contemporâneas (interfaces digitais, hipertexto e bases de dados) e modelos anteriores, como o cinema, de acordo com Lev Manovich. O pesquisador russo considera como

¹ O presente trabalho foi realizado com o apoio do UOL (www.uol.com.br), através do Programa UOL Bolsa Pesquisa, processo número 20080102180000.

² Jornalista e mestre pela Facom/UFBA. Bolsista do UOL, realiza doutorado na PUC/SP, em Comunicação e Semiótica. Fez parte da equipe que criou o iG, é autora do primeiro manual de jornalismo digital do País e integra os grupos netart (PUC/SP) GJOL (UFBA) e Redpajd (Cáspier Líbero/SP) .

forma cultural modalidades tecnológicas pelas quais pode haver uma relação homem-conteúdo:

Toda mídia existente é traduzida para dados numéricos acessível pelo computador. Os resultados, gráficos, imagens em movimento, sons, formas, espaços e textos tornam-se computáveis, isto é, simplesmente peças de dados de computador. Em resumo: a mídia torna-se nova mídia (MANOVICH, 2001a, p.25).

Para Manovich, a nova mídia não pode ser entendida em uma lógica de transposição de uma forma cultural existente, ou no sentido da metáfora (MC ADAMS, 1995a) - projetar um novo modelo remetendo-o a modelos anteriores. Pelo contrário, deve operar no sentido de migração ou de deslocamento, como forma de ampliação dos atuais modelos narrativos. Nesse sentido, a construção de uma interface planejada para o jornalismo é, na visão de Silva Jr. (2001), condicionada pela hipermídia, característica da mídia digital. Desse modo, a questão que Manovich coloca é a seguinte: como a mudança para narrativas baseadas em computador (teleação) redefine a natureza das narrativas precedentes e que novas possibilidades emergem desse marco tecnológico e cultural? A essa questão coloca-se a problematização do design informacional.

Para responder a essas perguntas, faz-se necessário atualizar dois conceitos importantes: arquitetura da informação e interface. O termo arquitetura da informação não pode se limitar ao propósito de sua criação. Na década de 70, o arquiteto americano Richard Wurman propôs o conceito (LÓPEZ, GAGO, PEREIRA, 2003). Com ilustrações, detalhes, categorias e programas de computador utilizados, criou mapas e caminhos para que os leitores pudessem constituir percursos de acesso ao conhecimento. Naquele momento, a arquitetura da informação passaria a constituir a ciência do design da informaçãoⁱⁱ. Pois, o arquiteto da informação, na visão de Wurman, trata da visualização de fluxos informacionais, e o designer integra o final do processo produtivo. É o profissional inserido na concepção dos princípios sistemáticos, estruturais e organizacionais para fazer algo funcionar – a estrutura elaborada de um artefato, idéia ou política que se evidencia por ser nítida. (WURMAN, 1996, p. 16).

No Brasil, o conceito foi adotado pela primeira vez pela pesquisadora da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), Elizabeth Saad Côrrea. Também foi sistematizado por Schwingel (2002) para designar o profissional que planeja o fluxo informacional no ciberespaço. López, Gago, Pereira (2003) e Machado (2004) propõem um alargamento do conceito, sobretudo após a atualização de

Rosenfeld e Morville (1998) para a *web*. Para eles, arquitetura da informação seria entendida da seguinte forma: 1) sistema de orientação na busca (1962); 2) orientação na busca e recuperação de informação (1990) ; e 3) roteiro para criação de narrativas multimídias (2000).

Outras propostas surgem no bojo de Machado, López, Gago e Pereira: Oliveira (2005) trabalha com o termo no desenvolvimento de sistemas de publicação e Teixeira Jr. (2003) desenvolvimento de software e processo de produção em mídias digitais.

No caso da interface, o conceito se confunde há quase duas décadas com o de superfície no jornalismo digital. O termo se refere a softwares que dão forma à interação entre usuário e computador. A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível para a outra. Essa mediação se torna necessária porque a lógica do pensamento humano se dá por meio de palavras, conceitos, imagens, sons e associações, sendo difícil compreender a linguagem de sinais e símbolos numéricos usada pelo computador. (JOHNSON, 2001a, p. 17).

Comparado aos jornais impressos, o projeto do jornal digital (gráfico e editorial) passa pelo mesmo entendimento da superfície analógica: o browser simula o papel, com hierarquia, diagramação em colunas (NELSON, 2001a), sem critério de composição ou valor-notícia de composição (GALTUNG E RUGE, 1965a). A concepção no ciberjornalismo tem de levar em conta as características específicas da nova mídia (SALAVERRÍA e NOCI, 2006a; MC ADAMS, 2005b; MURRAY, 2003a; MANOVICH, 2001b; BARDOEL e DEUZE 2000a; MACHADO, 2000; PALACIOS 1999a; ARMAÑANZAS, 1996a; LANDOW, 1995) e das mídias tradicionais. Esse trabalho resultaria no que Manovich chama de deslocamento ou migração, considerando a remediação (BOLTER e GRUSIN, 2000a) ou a reconfiguração dos formatos existentes (BASTOS, 2000; BEILGUELMAN, 2003).

Tendo como base teórica fundamental o *newsmaking* (TRAQUINA 2005; WOLF, 1995; TUCHMAN, 1978) e as tipologias do design gráfico pensadas para ao jornal impresso, é possível fazer um estudo dos elementos fundamentais de composição e ampliá-los para as características do jornalismo digital, como hipertextualidade, multimídia e memória (BARDOEL e DEUZE, 2000b; PALACIOS, 1999b), e também para as características potencializadas na *web* nos sites jornalísticos: instantaneidade, interatividade, personalização, imersão e dinamismo (MACHADO,

1997; PALACIOS, 1999c; BARDOEL e DEUZE; 2000c; PAVLICK, 2000a; MURRAY, 2003b; SALAVERÍA e NOCI, 2006b.).

Nesse sentido, este texto tem como objetivo refletir sobre os critérios de composição das páginas dos produtos jornalísticos criados especificamente para o ciberespaço e contribuir para o estudo do campo.

1. Os limites do jornalismo digital

Qualquer projeto gráfico de um jornal passa pelo planejamento editorial e pela definição de público (AMARAL, 2004a). Pois a composição das páginas (capas, internas e especiais) é criada a partir das teorias do jornalismo – gêneros e critérios e noticiabilidade, entre outros. No caso do jornalismo tradicional, em uma página em branco, diagramada em colunas (que vão de 3 a 12), o equilíbrio (BRINGHURST, 2005a, p. 71) se dá entre quatro principais elementos básicos que devem ser levados em conta no desenho desse quebra-cabeça: manchetes (fonte, tamanho e espaço ocupado), texto (tamanho e importância) fotos e legendas devem impactar o conteúdo apresentado, conforme explica o jornalista e designer Tim Harrower em *The Newspaper Designer's Handbook*, de 2002:

Newspaper pages are like puzzles - puzzles can that fit together in a number of different ways. Though pages may seem complicated at first, you'll find only four basic elements – four kinds of puzzles pieces – are essential. And because these four elements get used and over again, they occupy 90% of all editorial turf. Once you master these four basic building blocks, you've mastered page design. (HARROWER, 2002b, p. 22).

A composição da página nos jornais digitais não difere muito desse esboço apresentado por Harrower. Em uma superfície em branco, o conteúdo é elaborado a partir de manchetes, hipertexto, multimídia e legendas, tendo em mente o leitor browserⁱⁱⁱ, definido por Mario Garcia (2006) para a mídia tradicional como o leitor que navega entre as páginas analógicas. No caso da *web*, características como hipertextualidade, multimidialidade, memória, interatividade, personalização, instantaneidade e dinamismo complementam os itens básicos de construção, e o link é usado como o *jump line* (remissão) nas capas e nas internas.

É sabido que o jornalismo produzido no ciberespaço criou cinco impactos (PAVLICK, 2000b) nos grupos de comunicação: 1) sobre como os jornalistas fazem seu trabalho; 2) sobre o conteúdo noticioso; 3) nas redações e nas estruturas

industriais; 4) na relação entre as organizações de notícias e seus públicos e 5) sobre a ética. Entretanto, é preciso ponderar as questões referentes ao design informacional. Nesse sentido, conforme observa Schwingel (2005), sobre processos produtivos, a análise do projeto gráfico on-line torna inadequada a classificação das fases do ciberjornalismo propostas até agora (PAVLICK, 2000c, SILVA JR 2000, BARBOSA 2001; 2002, MIELNICZUK 2003, SAAD, 2003, BOCZKOWSKI, 2004, CABRERA, 2004, MACHADO, 2004a): a) transposição dos veículos impressos; b) metáfora do impresso e criação de produtos específicos para a *web*; c) criação de produtos exclusivos para a *web*, jornalismo de portal, participação do usuário na produção de conteúdo e d) narrativa baseada em bancos de dados.

A tabela a seguir explica o apagamento das fases no design informacional. A partir das tipologias criadas por Tim Harrower em *The newspapers designer's handbook*, de 2002, são categorizadas as continuidades do design informacional dos jornais *GI(Globo Notícias)*, *Folha Online*, *Terra Notícias*, *Último Segundo*, *estadao.com.br*, *CNN*, *MSNBC*, *The New York Times*, *ABC News*, *CBS*, *Washington Post*, *Le Monde*, *Le Figaro*, *La Repubblica*, *Corriere Dela Sera*, *El Pais*, *El Mundo*, *BBC News* e *Guardian Unlimited* em relação ao jornal impresso^{iv}.

O que muda é a incorporação de novos elementos específicos do ambiente. Os conteúdos são divididos por editorias, mesmo modo da mídia analógica, e não há números de chamadas definidas para as capas, conforme mostra o quadro a seguir.

1.1. Quadro de tipologias

	impresso		digital	
elementos básicos do design gráfico	manchete texto foto legenda		manchete chamadas hipertexto multimídia interação	
manchete	estática, definida por tipologia,	manchete	dinâmica, definida por tipologia,	

	formato, tamanho e espaço, pode ser centralizada e alinhada à esquerda ou à direita		formato, tamanho e espaço, pode ser centralizada e alinhada à esquerda ou à direita	
texto	informação e reportagem são divididos em principal e retrancas; outros gêneros, como artigo e entrevista são editados conforme padrões estabelecidos pelo formato da página impressa, diagramas e colunas, remissão para o on-line	hipertexto	textos com links, que levam a conteúdo relacionado (texto, multimídia e base de dados); a paginação segue a estrutura da página impressa, superfície, diagrama e colunas; remissão para mídias relacionadas ao jornal digital, como rádio, tevê ou jornal e revista impressos	
fotos	estáticas, complementam o texto; são editadas em três cortes: horizontal, vertical e quadrada; também são destacadas na capa ou nas internas pelo impacto noticioso; as fotos são divididas em abertas e fechadas;	multimídia	dinâmicas, áudio, vídeo e imagem são usados como manchetes, submanchetes, ilustração de textos, galeria de imagens, slide shows e pacotes multimídia, em geral. não há padrão de edição definido, em geral, as fotos destacadas na capa de um portal ou site noticioso não estão relacionadas à manchete ou submanchete; outra questão se refere ao tamanho; com o	

			<p>aumento do uso de banda larga, as imagens aumentaram de tamanho, e a publicação privilegia fotos fechadas, com destaque ao objeto em relação ao todo</p>	
<p>legendas</p>	<p>usadas para descrever a imagem, fato e personagens; são publicadas de três formas: abaixo da imagem, na lateral e entre duas fotos</p>	<p>chamadas</p>	<p>uso de chamadas para destacar multimídia e hipertexto; são publicadas geralmente abaixo das imagens</p>	
<p>página/formato</p>	<p>tablóide, standard, templates diferenciados</p>		<p>horizontal, vertical (com o scroll, as páginas têm formato semelhante ao standard) um ou dois templates</p>	
		<p>interação</p>	<p>ícones para: impressão, aumentar ou diminuir fontes; e-mail; comentário; votação, compartilhar, corrigir erros, sugerir pautas; enviar conteúdo em texto, áudio ou vídeo, busca textual e multimídia, audiência</p>	

diagrama	entre três e sete colunas hierarquia paginação na superfície, tamanho e formato elementos de composição		três colunas em diante; hierarquia paginação na superfície tamanho e formato elementos de composição links	
		elementos das internas e especiais		elementos das internas e especiais
elementos da capa	cabeçalho chamadas para matérias especiais marca do jornal infográfico destaque especial para conteúdos impactantes remissão legendas manchetes submanchete crédito do repórter resumo do texto conteúdo relacionado fotos pequenas, geralmente com o rosto do personagem da matéria em destaque capitular selo que destaca coberturas especiais índice cabeçalho olho (para destacar números) espaçamento entre as colunas selo manchete de página crédito da foto box, fio, silhueta (em foto)	cabeçalho manchete submanchete resumo do texto foto legenda e crédito de foto assinatura de texto remissão à continuação da matéria em outra página remissão a conteúdo disponível na versão on-line selos, boxe, quadro, chapéu infográficos anúncios promoções	banners (chamadas para conteúdo especial) marca do jornal digital (no geral, assemelha-se à versão impressa) gráficos animados multimídia legenda e crédito de multimídia cabeçalhos destaque especial para conteúdos manchetes resumo do texto submanchetes chapéu chamadas remissão ícones para complementar as chamadas links, texto, conteúdo relacionado últimas notícias remissão para mídias relacionadas ao jornal digital, como rádio, tevê ou jornal e revista impressos animação gráfica multimídia fotos pequenas, geralmente	cabeçalho chapéu manchete submanchete resumo do hipertexto (olho), links multimídia legenda e crédito de multimídia assinatura de texto; selos, boxe, quadro chapéu, infográficos animados remissão a conteúdo disponível na mídia tradicional (rádio, tevê ou papel) conteúdo relacionado menu, anúncios promoções, links patrocinados, interação área de login busca, botões de navegação menu, audiência on-line, e-commerce, informações sobre copyrigh, expediente

			com o rosto do personagem da matéria em destaque interação, área de login busca, botões de navegação, menu, audiência on-line, anúncio links patrocinados, promoções, e-commerce, informações sobre copyrigh, expediente	
manchete/funções	indica conteúdo prioriza grandes notícias, leva o leitor para dentro do texto, é âncora da matéria, ajuda o design a organizar a página	manchete tem que ser: fácil de entender; escrita no tempo presente e na voz ativa; deve-se evitar negativas	indica conteúdo prioriza as notícias mais importantes da hora, leva o leitor para dentro do texto, é âncora da matéria, ajuda o design a organizar a página	
elementos do texto na capa	tipologia, tamanho espaçamento e formato na página		tipologia, tamanho espaçamento e formato na página	
tipologias	de modo geral, com serifa nos textos; nos selos ou destaques, são usadas letras sem serifa, vários tipos de letras (utopia, futura, agate) itálico, texto justificado		de modo, geral, sem serifa (facilita a leitura), um ou dois tipos, itálico, negrito, não é justificada	

	negrito			
processo produtivo	escrever e editar texto produzir fotos pensar a paginação criar ilustrações e gráficos, nota do editor		escrever, editar e publicar texto produzir multimídia (áudio, vídeo, foto, animações, infográficos) fazer cobertura ao vivo	

Se pensarmos em termos de composição, essas categorias se misturam entre as chamadas fases, pois na *web* repetem-se as convenções estabelecidas na mídia tradicional (NELSON, 2001b). Na realidade, as práticas sociais na rede restringem a produção à superfície da tela, transformando o navegador em um paginador (BEIGUELMAN, 2003, p. 37, 67). O princípio da remediação, segundo o qual uma mídia representa a outra (BOLTER e GRUSIN, 2000b), apaga a classificação das fases ou etapas de evolução estabelecidas, uma vez que é preciso tratar o jornalismo digital no jogo de sua instância, conforme afirma Foucault:

(...) É preciso mostrar que as forma prévias de continuidades não se justificam por si mesmas, que são sempre o efeito de uma construção cujas regras devem ser conhecidas e cujas justificativas devem ser controladas. É preciso apontar as condições de legitimidade desse tipo de categorização. Seria bem possível, por exemplo, que as noções de “influência” ou de “evolução” originassem uma crítica que as colocasse – por um tempo mais ou menos longo – fora de uso. (FOUCAULT, 2007a, p.28).

2. Conveniências e semelhanças

O resultado do quadro destacado no tópico anterior significa que em vez de rupturas ou descontinuidades, os projetos gráficos no ciberespaço seguem a lógica da metáfora, ou da semelhança, que até o final do século 16^v desempenhou um papel construtor no saber da cultura ocidental e conduziu a exegese e a interpretação dos textos. A representação se dava por repetição (FOUCAULT, 2007b, p.23.). Por isso, não seria exagero substituir a idéia de remediação (BOLTER e GRUSIN, 2000c) ou mesmo a de transcodificação^{vi} (MANOVICH, 2001c) por conveniência, uma das noções

de semelhança definidas por Foucault em *As palavras e as coisas*, de 2007. Pois, na realidade, quando há a remediação (a representação de um meio em outro) ou a transcodificação (traduzir uma forma cultural em outro formato), notadamente percebe-se que os modelos “tocam-se nas bordas, e a extremidade de uma designa o começo da outra”:

(...) A conveniência. Na verdade, por esta palavra é designada com mais força a vizinhança dos lugares que a similitude. São convenientes as coisas que, aproximando-se umas das outras, vêm a se emparelhar; tocam-se nas bordas, suas franjas se misturam, a extremidade de uma designa o começo da outra. Desse modo, comunica-se o movimento, comunicam-se as influências e as paixões, e também as propriedades. De sorte que, nessa articulação das coisas, aparece uma semelhança. Dupla, desde que se tenta destrinchá-la: semelhança do lugar, do local onde a natureza colocou as duas coisas, similitude, pois, de propriedades, pois neste continente natural que é o mundo, a vizinhança não é uma relação exterior entre as coisas, mas o signo de um parentesco ao menos obscuro. (FOUCAULT, 2007c, p. 24).

De todo modo, a *internet* é muito mais que uma plataforma de distribuição de conteúdos (ECHEVERRÍA, 1999; WOLTON, 2004). Por isso, é possível pensar produtos específicos sem remissão exclusiva ao papel. Obviamente que há constrangimentos econômicos e de infra-estrutura que dificultam o planejamento de conteúdo^{vii}, mas mesmo considerando as reconfigurações^{viii} é possível planejar tendo em vista as características da nova mídia e a partir de uma ampla revisão no conceito de interface. Uma das alternativas é aplicar as categorizações de Manovich (2001a) à cultura híbrida, pautada pela interconexão de redes e sistemas *on e off line* (BEILGUELMAN, 2008)^{ix}:

Criar para essas condições implica, por isso, repensar as condições de legibilidade e as convenções e formatos da comunicação no âmbito de práticas culturais relacionadas à ubiquidade, ousando questionar se de fato rumamos para a tão alardeada convergência de mídias, ou se, ao contrário, o que se impõe é um cenário de leitura distribuída em inúmeras mídias (celulares, painéis eletrônicos, rádios, entre outras), respondendo às demandas pontuais de um leitor em trânsito permanente (...).

No entendimento de Manovich (2001b), a nova mídia caracteriza-se por: 1) Representação numérica (todos os objetos da nova mídia são construídos em códigos digitais); 2) Modularidade (a nova mídia possui uma estrutura modular, ou seja, pode ser composta em módulos); 3) Automação (a representação numérica da mídia e sua estruturação modular permitem automatizar muitas operações envolvidas na criação, manipulação e acesso das mídias); 4) Variabilidade (os objetos da nova mídia não são algo fixo de uma vez para sempre, mas algo que pode existir em diferentes e

potencialmente em infinitas versões; a ordem dos elementos é essencialmente variável) e 5) Transcodificação (traduzir uma forma cultural em outro formato).

O aspecto mais importante é o fato de a estrutura da mídia digital seguir convenções estabelecidas na organização de dados pelo computador (MANOVICH, 2001d, p. 45-70). Nesse sentido, o que o autor chama de teleação é condição de existência dessa nova forma cultural. Outra questão a ser considerada, tratada na apresentação deste artigo, é a visão de interface para descrever a relação homem-computador-interface, denominada por Manovich de interfaces culturais, pois os computadores apresentam e permitem a interação com dados digitais que formatam modalidades culturais. A nomenclatura tem origem na análise das formas culturais existentes – palavra impressa e cinema, por exemplo. Que o pesquisador russo também classifica como interfaces culturais, pois acredita que contribuem para formar as interfaces culturais.

A definição de interface - como relação homem-computador-interface - já foi amplamente discutida (LEMONS, 1997, HEAD, 1999, RASKIN, 2000, JOHNSON, 2001b). No geral, a noção é compreendida como algo que conecta o homem à máquina^x. O *The Internet Dictionary* diz que interface (ou *user interface*) é a parte de um programa que interage entre um usuário e uma aplicação. Ou GUI: *graphical user interface*, a interface gráfica do usuário que oferece uma navegação amigável, baseada em imagens. Para Alison J. Head (1999), significa o modo de comunicação com o usuário por meio do design, formado por ícones, menus, mouse, teclado e outros dispositivos interativos. Steven Johnson (2001, p.17-20) completa: “Mais do que ferramentas, estamos diante de aplicações que se assemelham mais a um ambiente, um espaço”.

Na contramão das correntes que assumem o termo *user interface* como *graphical user interfaces* (GUIs), o pai do Macintosh (Apple), Jef Raskin (2000, p. 2), afirma que interface é qualquer modo como um usuário executa tarefas em um dispositivo, e que faz com que ele responda. Já André Lemos (1997) trabalha com a idéia de manipulação direta (direct manipulation), ou seja, a interface atua como um mediador cognitivo, e essa mediação é criada por meio de uma ação global com múltiplos agentes em uma manipulação direta da informação

A esses critérios conceituais, devem ser considerados a arquitetura da informação, não mais vista como sistema para orientar buscas, mas como um roteiro

para criação de narrativas multimídias (MACHADO, 2004b; SCHWINGEL, 2004), e notadamente o *newsmaking*, nas visões de (TUCHMAN, 1978), (GALTUNG E RUGE, 1965b), (WOLF, 1995) e TRAQUINA, 2003) principal fundamento para a elaboração de elementos de composição específicos para os jornais digitais. Mark Deuze propõe incluir na teoria do jornalismo tecnologia, multimedialidade e multiculturalismo^{xi}.

Os critérios de noticiabilidade são valores que determinam se um acontecimento deve ser noticiado^{xii}. Esse conceito pode ser ampliado para pensar a disposição dos elementos de composição das páginas de notícias na *web* (capa, internas e especiais), conforme será discutido no próximo tópico. Pois pode ser entendido conforme Galtung e Ruge (1965) o descrevem: “os critérios de relevância devem ser flexíveis, relacionáveis e comparáveis; inclusivos ou exclusivos, facilmente racionalizados, orientados para a eficiência.”

3. O valor-notícia de composição

Se analisarmos os 12 critérios de relevância propostos pelos pesquisadores americanos Galtung e Ruge, podemos ampliá-los no âmbito do jornalismo digital: frequência; importância; clareza; significância; consonância; inesperado; continuidade; composição (equilíbrio de conteúdo); referência a nações de elite; proeminência; personalização (em relação a pessoas envolvidas) e negatividade. Frequência, significância, continuidade e inesperado, por exemplo, referem-se a instantaneidade, investimento na notícia mais importante, o sentido de continuidade de uma informação, ou seja, um texto na *web* é constituído ao longo do dia e fechado à noite (ou não, conforme a situação) e a cobertura chamada ao vivo (MOHERDAUI, 2007).

Reunidos, esses critérios poderiam resolver o projeto gráfico do jornalismo digital, (hoje pautado pelo jornal impresso), tendo em vista: teleação, remediação, tipologias estabelecidas para a mídia analógica (CAIRO, 2007; HARROWER, 2002c; BRINGHURST, 2005b; AMARAL, 2004b; GARCÍA, 2005; NIELSEN, 2000; DE PABLOS, 1999; CARSON, 1995) e tipologias que surgiram com a plataforma *web*. Pois não seria exagero afirmar que a edição on-line funciona no caos, nas palavras de Gilles Lipovestky^{xiii}, ou seja, sem critérios definidos. Trata-se de uma tentativa de impor sentido ao mundo por meio da tautologia. Em vez de a experiência de navegação ser

regida por códigos ou convenções, linguagens capazes de reformular a percepção^{xiv}, restringe-se abruptamente a relações de contigüidade e semelhança.

Com isso, esvazia-se a possibilidade uma ruptura ou descontinuidade. Do ponto de vista da alteridade, trata-se de um retrocesso cultural. Impasse entre conceitos estabelecidos na nova mídia, a formatação atual não conseguiu incorporar as lições dadas por René Magritte em sua famosa série de quadros de cachimbos e sobre a qual Michel Foucault^{xv} dedicou um livro que poderia servir como base da edição on-line.

Nessa obra Foucault afirmou que a forma desenhada do cachimbo expulsa todo texto explicativo ou designativo a ponto de o entendimento do cachimbo ser tão óbvio, que seria ridículo anunciar: “isto não é um cachimbo”. Essa idéia perpassa toda a produção jornalística na *web*, do quadro à imagem, da imagem ao texto, do texto à voz, uma espécie de dedo indicador geral aponta, mostra, fixa, assinala, impõe um sistema de reenvios, tenta estabilizar um espaço único^{xvi}.

O que está em jogo é a revisão dos critérios estabelecidos pelos grandes conglomerados de mídia quando experimentaram o ciberespaço como uma nova forma cultural. Apesar do avanço da banda larga e dos sistemas sofisticados que permitem publicar multimídia, os projetos são desenvolvidos ainda a partir de duas vertentes: hierarquia e papel (NELSON, 2001c).

4. Conclusões

O resultado do quadro comparativo apresentado na primeira parte deste artigo comprova a tese do pai do hipertexto e vai além: ao contrário do on-line, no papel há um planejamento da capa e dos cadernos internos, um equilíbrio (BRINGHURST, 2005c). A capa analógica atrai pela forma. Já na *web*, a edição funciona na cultura do excesso^{xvii}, ainda sem práticas totalmente definidas, mas que se torna um retrocesso se comparada à impressa.

A diferença é que no jornalismo digital ainda não há uma sistematização de critérios de composição. Os elementos básicos do design verificados até agora são: manchete, chamadas, hipertexto, multimídia e interação. Nesse sentido, elaborar critérios específicos para sites jornalísticos implica repensar a natureza da *web*, pautada pela hibridização das mídias e da cibridização dos espaços (on-line e off-line)^{xviii}.

Não se pode negar as mudanças que o jornalismo digital trouxe às práticas sociais estabelecidas^{xix}, entretanto, é preciso levar em conta que mais do que incorporar

um repertório cultural existente, há que se avançar, acabar com a estrutura em vigor hoje, a de um mapa de navegação baseado em equívocos terminológicos^{xx}. Também o desenho da página deve marcar o caminho do usuário (BRINGHURST, 2005d, p. 179), levando em conta seus interesses, conforme explica Raskin (2000, p. 5):

Users do not care about is inside the box, long as the box does what they need done. What processor was used, whether the programming language was object oriented or multithreaded, or whether it was the proud possessor of some other popular buzzword does not count. What users want is convenience and results. But all that they see is the interface. As far as the customer is concerned, the interface is the product.

As fórmulas apresentadas ao longo de mais de uma década dão conta apenas dos formatos narrativos e de proposições de design (orientações no sentido de usabilidade, diagramação, uso de cor, tipo de browser, configuração de página e conexão)^{xxi}. Harrower (2002, p. 233-238) divide o *checklist* de um projeto para a *web* da seguinte maneira: *layout & design, user-friendliness e site management*. Para o autor americano, o design básico dos templates deve considerar: *flag* (marca do jornal), *indexes* (menus), *headers* (fontes das matérias e da capa), *color* (cor usada na página), *grids* (mapas; linhas coordenadas para incluir os elementos da página) e *traffic flow* (definir número de páginas que o site terá; peso das páginas (inclusive da capa) e tempo de *download*).

A solução está na proposição de critérios de composição, tendo em vista as questões de alteridade entre signos e significados. Também o conteúdo deve equilibrar e contrastar com o formato geral da página, sem reiterar obviedades, nas palavras do designer Robert Bringhurst. Isso poderia resolver o problema da semelhança ou dos signos de conveniência, conforme denomina Michel Foucault^{xxii}, cuja influência na construção do saber ocidental desempenhou papel fundamental até o século 16, quando a representação se dava como repetição, e que pode perfeitamente ser aplicada no design informacional nos dias atuais e chegar a chegar a um formato (ainda que remediado) que pudesse traduzir o entendimento da linguagem do espaço digital. Pois, segundo Bringhurst (2005, p. 101), “a principal função da tipografia (não a única) é a comunicação, e a maior ameaça à comunicação não é a diferença, mas a semelhança.”

5. Bibliografia

- ARMAÑANZAS, E., NOCI, J.D. e MESO, K. El periodismo electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio. Barcelona: Ariel Comunicación, 1996.
BASTOS, H. Jornalismo electrónico: *internet* e reconfiguração de práticas nas redações. Coimbra: Minerva, 2000.

- BEIGUELMAN, G. O livro depois do livro. São Paulo: Peirópolis, 2003.
- _____. Disciplina Processos de criação nas mídias. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. PUC/SP, mar-jun 2008. Apontamentos.
- BOLTER, J. D., GRUSIN, R. Remediation: understanding new media. Cambridge: The MIT Press, 2000.
- BRINGHURST, R. Elementos do estilo tipográfico - versão 3.0. São Paulo: Coisac & Naif, 2004.
- COSTA, R. Disciplina Seminário de Pesquisa I. Programa de Pós-Graduação em Cultura e Semiótica. PUC/SP, mar-jun 2008. Apontamentos.
- DEUZE, M. What is multimedia journalism? In: Journalism Studies, vol. 5, n°. 2, pp. 139-52, 2004.
- FOUCAULT, M.. As palavras e as coisas. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- FLUSSER. Vilém. Mundo codificado. São Paulo: CosaicNaif, 2007
- GALTUNG, J. e RUGE, J. The structure of foreign news. Journal of Peace Research, vol 1. Noruega, 1965. p. 64-90. Disponível em <http://jpr.sagepub.com/cgi/content/abstract/2/1/64>. Acesso em 04 mai. 2008.
- GARCIA, M. Redesigning print for the web. EUA: Paperback, 1997.
- JOHNSON, S. Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- HARROWER, T. The newspaper designer's handbook. New York: McGraw Hill, 2002.
- LEMONS, A. et al. Cidade, tecnologia e interfaces. Análise de interfaces de portais governamentais brasileiros. Uma proposta metodológica. In; Revista Fronteiras – Estudos midiáticos, VI(2): 117-136, julho/dezembro 2004. Disponível em <http://www.revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/fronteiras/article/view/3096/2906> em Acesso em jul. 3008.
- LÓPEZ, X.; GAGO, M.; PEREIRA, X. Arquitectura y organización de la información. In: NOCI, J.D, SALAVERRÍA, R. (Orgs.). Manual de Redacción Ciberperiodista. Barcelona, Ariel, 2003. p. 195-230.
- MACHADO, E. O jornalismo digital em base de dados. Florianópolis: Calandra, 2007.
- _____. MANOVICH, L. The language of new media. Cambridge: MIT, 2001.
- MCADAMS, M. Inventing an online newspaper. Disponível em: <http://www.helsinki.fi/science/optek/1995/n3/mcadams.txt>. Acesso em setembro de 2007.
- MOHERDAUI, L. Guia de estilo web: produção e edição de notícias on-line. 3ª ed. São Paulo: Senac, 2007.
- NIELSEN, J. Projetando websites. Rio de Janeiro, Campus: 2000.
- NELSON, T. Deeper Cosmology, Deeper Documents, 2001. In: <http://www.sigweb.org/ht01/tech.html#ted>. Acesso em 21 abr. 2008.
- PAUL, N. The elements of digital story making. Disponível em: <http://www.inms.umn.edu/elements>. Acesso em agosto de 2007.
- PAVLIK, J. V. Journalism and new media. New York: Columbia University Press, 2001.
- ROSENFELD, L; MORVILLE, P. Information architecture for the world wide web. Santa Clara: O'Reilly & Associates, 1998.
- RASKIN, J. The humane interface, New Jersey, ACM Press, 2000
- SAAD CORRÊA, E. Estratégias para mídia digital. São Paulo: Editora Senac, 2003
- SALAVERRÍA, R. Redacción periodística em internet. Navarra: EUNSA, 2005.
- SCHWINGEL, C. A arquitetura da informação e o sistema de publicação do *Independent Media Center*. In: Anais do V Congresso Iberoamericano de Periodismo em *Internet*. Novembro de 2004b. Salvador, Bahia.
- SILVA JR. A. Uma trajetória em redes: modelos e características operacionais das agências de notícias, das origens às redes digitais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2006. Tese.
- TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo. Volume 2. Santa Catarina: Insular, 2005.
- TUCHMAN, G. Making news: a study in the construction of reality. New York: Press. 1978.
- WOLF, M. Teorias da Comunicação de Massa. Lisboa: Presença, 1995

Notas

ⁱ A nomenclatura se justifica porque os sites noticiosos usados como corpus nesta pesquisa são diagramados em uma página em branco (o browser) e, apesar de serem originários de veículos diferentes (como tevê e impresso), apresentam mesmo formato: conteúdo próprio – agências de notícias + fotos +

multimídia + links. Trata-se da noção de remedição, ou seja, a representação de um meio em outro (BOLTER & GRUSIN: 1998).

ⁱⁱ SCHWINGEL, C.. A Arquitetura da Informação e o sistema de publicação do Independent Media Center. In: Anais do V Congresso Iberoamericano de Periodismo em *Internet*. Novembro de 2004. Salvador, Bahia.

ⁱⁱⁱ Para saber mais sobre o conceito de leitor browser, acessar García Média. In: <http://www.garcia-media.com.ar/00periodicos/articulos/folhamarioportugues.htm>. Maio, 2006. Acesso em jun. 2008.

^{iv} A construção da tabela se deu a partir de análise dos sites jornalísticos estudados neste artigo. A síntese não foi feita por jornal, mas de modo geral dos jornais digitais porque a proposta neste texto é apresentar o estado da questão.

^v No século 17, a semelhança desaparece somente em parte do horizonte do conhecimento. In: FOUCAULT, M. As palavras e as coisas. São Paulo: Martins Fontes, 2007, p. 23-24.

^{vi} Transcodificação é uma das características da nova mídia apontadas pelo pesquisador russo Lev Manovich em *The language of new media*. EUA: Cambridge, 2001. A categorização de Manovich será apresentada na página 10.

^{vii} COSTA, R. Disciplina Seminário de Pesquisa I. Programa de Pós-Graduação em Cultura e Semiótica. PUC/SP, mar-jun 2008. Apontamentos.

^{viii} BEIGUELMAN, G. Disciplina Processos de criação e produção de conhecimento em redes fixas e móveis: crítica e ideologia nas ficções científico-comunicacionais. Programa de Pós-Graduação em Cultura e Semiótica. PUC/SP, mar-jun 2008. Apontamentos.

^{ix} _____. Está chegando a cultura cívica. In: Trópico. Janeiro, 2008. Disponível em <http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/1634,1.shl>. Acesso em jun. 2008.

^x LEMOS, A. et al. Cidade, tecnologia e interfaces. Análise de interfaces de portais governamentais brasileiros. Uma proposta metodológica. In: Revista Fronteiras – Estudos midiáticos, VI(2): 117-136, julho/dezembro 2004. Disponível em <http://www.revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/fronteiras/article/view/3096/2906>

Acesso em jul. 2008, p. 7-9.

^{xi} DEUZE, M. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. London, Sage Publications, 2005.

^{xii} TRAQUINA, N. Teorias do jornalismo. Volume 2. . Santa Catarina: Insular, 2005. p.63.

^{xiii} Folha de S.Paulo. O caos organizador. São Paulo, 14 mar. 2004. Caderno Mais!

^{xiv} FLUSSER, V. Mundo codificado. São Paulo: CosacNaif, 2007, p.14- 16.

^{xv} FOUCAULT, M. Isto não é um cachimbo. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p.27.

^{xvi} Ibid, p. 35-36.

^{xvii} Sobre a cultura do excesso, ver LIPOVETSKY, Gilles. Tempos Hipermodernos. São Paulo: Barcarolla, 2004.

^{xviii} BEILGUELMAN, Giselle. O livro depois do livro. Rio de Janeiro: Peirópolis, 2003, p. 11.

^{xix} Sobre as novas práticas sociais estabelecidas com o surgimento do jornalismo digital, consultar: RAYMOND, W. Television – Technology and cultural form. London: Collins, 1974. BARROS FILHO, C. e SÁ MARTINO, L. M. O *habitus* na comunicação. São Paulo: Paulus, 2003; BOURDIEU, Pierre. As regras da arte. São Paulo: Companhia das Letras, 1996; CASTELLS, M. *The Internet Galaxy*. Oxford: Oxford University Press, 2001. FRANÇA, V. Do telégrafo à rede: o trabalho dos modelos e a apreensão da comunicação. In: PRADO, A. (Org.). Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker, 2002.

^{xx} BEILGUELMAN, G. O livro depois do livro. Rio de Janeiro: Peirópolis, 2003, p. 12.

^{xxi} MOHERDAUI, L. Os elementos de composição do jornalismo digital – Uma proposta de arquitetura da informação para as páginas noticiosas. Projeto de Doutorado (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica). Disponível em www.contraacliagemburra.blogspot.com. Acesso em jun. 2008.

^{xxii} FOUCAULT, M. As palavras e as coisas. São Paulo: Martins Fontes, 2007. p.23-25.