

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

DA PIRÂMIDE INVERTIDA À PIRÂMIDE MULTIDIRECIONAL- a discursividade
jornalística no *Último Segundo*

MÁRCIA DANIELLA SOUZA DOS SANTOS

MANAUS

2010

MÁRCIA DANIELLA SOUZA DOS SANTOS

DA PIRÂMIDE INVERTIDA À PIRÂMIDE MULTIDIRECIONAL- a discursividade
jornalística no *Último Segundo*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós- Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM), da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação, área de concentração em Ecosistemas Comunicacionais, linha de pesquisa 1- Ambientes Comunicacionais Midiáticos

Orientador: Prof. Dr. Evandro Cantanhede de Oliveira

MANAUS

2010

Ficha Catalográfica
(Catalogação realizada pela Biblioteca Central da UFAM)

Santos, Márcia Daniella Souza dos

S237d Da pirâmide invertida à pirâmide multidirecional - a discursividade jornalística no *Último Segundo* / Márcia Daniella Souza dos Santos. - Manaus: UFAM, 2010.
131 f.; il. color.

Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) —
Universidade Federal do Amazonas, 2010.

Orientador: Prof. Dr. Evandro Cantanhede de Oliveira

1. Texto jornalístico 2. Análise de discurso 3.
Discursividade jornalística. I. Oliveira, Evandro Cantanhede de
II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

CDU 070.41:81'322.5(043.3)

Márcia Daniella Souza dos Santos

Da pirâmide invertida à pirâmide multidirecional- a discursividade jornalística no *Último Segundo*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós- Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM), da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação

Aprovada em 26 de abril de 2010

Banca examinadora

_____ - Presidente
Prof. Dr. Evandro Cantanhede de Oliveira- Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

_____ - Membro
Prof.Dr. Sérgio Augusto Freire de Souza-Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

_____ - Membro
Prof. Dr.Walmir de Albuquerque Barbosa-Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e
Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

Todos os direitos desta dissertação são reservados à sua autora e ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas. Partes desta dissertação só poderão ser reproduzidas para fins acadêmicos ou científicos.

Esta pesquisa contou com auxílio de bolsa de estudo da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (FAPEAM) e foi desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação no período de 2008 a 2010.

Agradecimentos

Agradeço em primeiro lugar aos meus pais, Luiz e Marluce, pelo constante e incondicional incentivo.

Digo obrigada ao meu noivo Alberto, pela imperturbável compreensão nos momentos mais difíceis e pelo belo desenho que acompanha a epígrafe.

Não existem palavras suficientes para agradecer ao meu orientador, professor doutor Evandro Cantanhede de Oliveira, que me acompanhou sempre com gentileza e dedicação.

Agradeço a todo corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM) da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), em especial ao professor doutor Gilson Monteiro, cujo sonho de implantar o primeiro Mestrado em Ciências da Comunicação da Região Norte permitiu que eu realizasse o meu sonho de cursar um Mestrado sem sair do meu Estado.

Minha gratidão também à professora doutora Luiza Elayne Azevedo, pela constante gentileza e disponibilidade em auxiliar os mestrandos.

Preciso agradecer muito ao professor doutor Walmir de Albuquerque Barbosa por todo incentivo ao longo da minha formação acadêmica e no decorrer do mestrado.

Um agradecimento especial também ao professor doutor Sérgio Augusto Freire de Souza, por um dia ter me dito que “pode existir uma forma diferente de pensar na academia e no mundo”.

Minha profunda gratidão também vai para a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado Amazonas (FAPEAM), pela concessão de uma bolsa-auxílio, sem a qual eu não teria conseguido concluir este trabalho.

Por fim, agradeço aos meus companheiros de jornada, meus colegas de Mestrado, que compartilharam comigo angústias e aprendizados.

Para Rita & Pedro e José & Mariana, lançadores de sementes
nordestinas que me tornaram uma árvore em terras amazônicas.



Ilustração: Alberto Fermin

Saiu o semeador a semear. Semeou o dia todo e a noite o
apanhou ainda com as mãos cheias de sementes.
Ele semeava tranqüilo sem pensar na colheita porque muito
tinha colhido do que outros semearam.

Cora Coralina

Resumo

A pirâmide invertida começou a ser utilizada como padrão de redação jornalística pelos norte-americanos no final do século XIX. O modelo é reproduzido pelos jornais impressos até hoje e faz parte do processo de constituição da discursividade jornalística. A partir da década de 1990 do século XX, com o desenvolvimento da Internet e a concepção da *World Wide Web*, jornais impressos migraram para o ambiente virtual e também novos tipos de informativos surgiram, caso do *Último Segundo*, *corpus* desta pesquisa, sendo o objeto de análise a pirâmide invertida. Esta pesquisa investigou o que ocorreu com o modelo e com a discursividade jornalística ao serem transpostos para a Internet. Para isso, foi realizada a análise de 31 matérias noticiosas coletadas diariamente durante o mês de julho de 2009. A análise foi realizada tendo como base o modelo de produção do discurso proposto por Orlandi (2001), conforme os princípios e procedimentos da Análise de Discurso de linha francesa. Inicialmente, a pesquisa observou se o texto jornalístico presente no *Último Segundo* ainda seguia o modelo da pirâmide invertida. Também foi averiguada a mudança de sentido da discursividade jornalística- originalmente constituída e formulada para o ambiente impresso e agora presente na *Web*- que foi gerada por sua circulação em um suporte com propriedades digitais. A investigação resultou em uma constatação: a existência de uma pirâmide aberta e multidirecional.

Palavras-chave

Texto jornalístico. Pirâmide invertida. Análise de discurso. Discursividade jornalística. Pirâmide multidirecional.

Abstract

The inverted pyramid began to be used as a journalistic writing model by North Americans at the end of the 19th century. The model is reproduced by newspapers until today and it makes part of the constitution process of the journalistic discursivity. From the 1990's of the 20th century, after the Internet development and the World Wide Web conception, newspapers migrated to virtual environment and new kinds of journals appeared, as the *Último Segundo*. It was taken as the corpus of this research and the inverted pyramid was considered the object of the analysis. This research investigated what had occurred with the model and the journalistic discursivity after they were transposed to the Internet. To do that, it was analysed the 31 news collected daily during the month of July 2009. The analysis was performed based on the production of discourse model proposed by Orlandi (2001), according to the principles and procedures of French Discourse Analysis. Initially, the research observed if the journalistic text present in the *Último Segundo* are still using the inverted pyramid model. The change of the journalistic discursivity meaning- originally constituted and formulated for the printed environment and now present in the Web- was also investigated and it was generated by circulation in a digital properties support. The inquiry resulted in a finding: the existence of an open and multidirectional pyramid.

Key-words

Journalistic text. Inverted pyramid. Discourse analysis. Journalistic discursivity. Multidirectional pyramid.

Lista de Figuras

Figura 1: Relato de fatos -----	42
Figura 2: Relato animado -----	42
Figura 3: Relato documentado -----	42
Figura 4: Pirâmide invertida-----	43
Figura 5: Relato cronológico -----	43
Figura 6: Combinação de procedimentos-----	43
Figura 7: Pirâmide invertida (Beltrão)-----	45
Figura 8: Pirâmide normal (Beltrão)-----	45
Figura 9: “Cozinha”-----	46
Figura 10: “Suíte” -----	46
Figura 11: Texto-legenda -----	46
Figura 12: O desenvolvimento da notícia na pirâmide deitada -----	77
Figura 13: Níveis da pirâmide deitada-----	78
Figura 14: Efeito Champanhe -----	79
Figura 15: Primeira Interface do <i>Último Segundo</i> -----	83
Figura 16: Interface do <i>Último Segundo</i> em 2002 -----	84
Figura 17: Interface do <i>Último Segundo</i> em 2009 -----	84
Figura 18: Manchete na interface inicial do <i>Último Segundo</i> -----	87
Figura 19: Manchete principal e manchetes secundárias no <i>Último Segundo</i> -----	98
Figura 20: Exemplo da interface em que foram postadas as matérias analisadas-----	98
Figura 21: Interface da página digital do Diário do Amazonas -----	100

Figura 22: Duas páginas da edição impressa do Diário do Amazonas-----	102
Figura 23: Detalhe da área superior de matéria no Estado de São Paulo <i>on-line</i> -----	104
Figura 24: Detalhe da área inferior de matéria no Estado de São Paulo <i>on-line</i> -----	105
Figura 25: Interface de matéria noticiosa no Portal G1 utilizando hipertextualidade---	106
Figura 26: Detalhe de postagem de matéria jornalística no portal de notícias R7-----	107
Figura 27: Detalhe da interface de notícias na Folha de São Paulo <i>on-line</i> -----	108
Figura 28: Comentários em matéria jornalística do <i>Último Segundo</i> -----	110
Figura 29: <i>Links</i> em matéria jornalística do <i>Último Segundo</i> -----	111
Figura 30: Sessão “Leia também” de matéria jornalística do <i>Último Segundo</i> -----	112
Figura 31: Matéria com menos de 1.500 caracteres no <i>Último Segundo</i> -----	113
Figura 32: Horário de postagem e atualização de matéria do <i>Último Segundo</i> -----	114
Figura 33: <i>Links</i> para corrigir matérias e entrar em contato com <i>Último Segundo</i> -----	115
Figura 34: Detalhe de anúncio publicitário em matéria do <i>Último Segundo</i> -----	116
Figura 35: Pirâmide aberta e multidirecional -----	118

Lista de Quadros

Quadro 1: Comparação entre o meio impresso e a Internet-----67

Quadro 2: Comparação entre propriedades das discursividades analógica e digital-----101

Sumário

Introdução	15
1 Historicidade da estrutura do texto jornalístico noticioso	21
1.1 Primórdios do jornalismo impresso	22
1.2 A importância do telégrafo	23
1.3 Pragmatismo norte-americano	24
1.4 Sobre o meio e Macluhan	26
1.5 O jornalismo antes da pirâmide invertida	27
1.6 A influência do positivismo no jornalismo	29
1.7 Surge a pirâmide invertida no texto jornalístico impresso	31
1.8 A pirâmide invertida chega ao Brasil	34
1.9 Estrutura técnica da pirâmide invertida no jornalismo impresso	38
1.10 A pós-modernidade e sua influência no jornalismo	48
2 Impactos da Internet no jornalismo	51
2.1 Propagação da Internet e da <i>World Wide Web</i>	51
2.1.1 Globalização e capitalismo	52
2.2 <i>Web 2.0</i> e <i>Web 3.0</i>	53
2.3 A Internet e a visão sistêmica	54
2.4 Ideologia no Ciberespaço	59
2.5 Hipermídia	62
2.5.1 Noções de hipertexto na <i>Web</i>	64
2.6 Primeiras experiências de jornalismo <i>on-line</i>	68
2.7 O texto jornalístico na <i>Web</i> - argumentos a favor e contra a pirâmide invertida	72
2.7.1 A favor...	72

2.7.2 Contra...	74
2.8 Consenso e dissenso sobre a questão da estrutura do texto jornalístico na <i>Web</i>	80
3 Caracterização do <i>Último Segundo</i> e parâmetros de análise	82
3.1 O <i>Último Segundo</i>	82
3.2 Conteúdo	86
3.3 Manual de Redação	88
3.4 Análise de Discurso de linha francesa	91
4 Análise do Corpus	98
4.1 Definição das discursividades jornalísticas	99
4.2 Propriedades das discursividades jornalísticas analógica e digital	101
4.2.1 Discursividade analógica	102
4.2.2 Discursividade digital	104
4.3 A discursividade jornalística no <i>Último Segundo</i>	108
4.3.1 A interatividade nas matérias jornalísticas do <i>Último Segundo</i>	109
4.3.2 A hipertextualidade nas matérias jornalísticas do <i>Último Segundo</i>	110
4.3.3 O espaço ilimitado no <i>Último Segundo</i>	111
4.3.4 Menor extensão textual no <i>Último Segundo</i>	112
4.3.5 Sincronia temporal no <i>Último Segundo</i>	114
4.3.6 Correção multidirecional no <i>Último Segundo</i>	114
4.3.7 Modelo livre do <i>Último Segundo</i>	115
4.4 A pirâmide invertida relacionada à discursividade no <i>Último Segundo</i>	116
Conclusão	120
Anexos	124
Referências	126

Introdução

Desde os primórdios do jornalismo impresso, quando um leitor abria um jornal seus olhos corriam pelas páginas em busca de informações interessantes. Para encontrá-las, ele recorria às manchetes. Aquelas que chamavam mais sua atenção, o estimulavam a continuar a leitura das informações anunciadas. No processo de leitura da informação que o interessava, ele passava então para o *lead*, o parágrafo inicial do texto jornalístico, que tinha e ainda tem a função de oferecer uma síntese que satisfaça a pessoa que o lê, mesmo que ela não leia os demais trechos da matéria. Todos esses elementos eram e ainda são estruturados dentro daquilo que se conhece por pirâmide invertida.

O *lead* é um dos elementos do modelo da pirâmide invertida que começou a ser utilizado pelos jornalistas norte-americanos entre o final do século XIX e início do XX. Trata-se do primeiro elemento da pirâmide e apresenta detalhes mais interessantes da notícia. Após o *lead*, são apresentados ao leitor os demais parágrafos da matéria jornalística, em ordem decrescente de relevância, daí o nome do modelo ser pirâmide invertida. Esse modelo consiste em começar o texto noticioso com fatos culminantes, prosseguir a redação do segundo parágrafo com fatos ainda ligados ao parágrafo inicial, continuar o texto com pormenores interessantes e, por fim, encerrá-lo com detalhes dispensáveis.

Levou pouco tempo para que o modelo da pirâmide invertida, já então aprovado pelos norte-americanos que pregavam o objetivismo no jornalismo, chegasse à América do Sul e fosse adotado também pelos jornalistas brasileiros. Durante décadas, o modelo da pirâmide invertida foi reproduzido pelos jornais impressos nas matérias noticiosas. A estrutura desse modelo faz parte do processo de constituição da discursividade jornalística e reproduz o sentido do que vem a ser o texto jornalístico no meio impresso, seu primeiro ambiente de circulação.

Com o passar dos anos, o papel deixou de ser o único meio de circulação do texto jornalístico. As novas mídias, entre elas as digitais, mudaram esse panorama. A Internet e a concepção da *World Wide Web*¹, criada no início da década de 1990 do século passado, fizeram com que veículos jornalísticos impressos também se interessassem pela nova mídia, ou seja, pelo meio digital. E esse interesse só vem aumentando nos últimos anos, já que o jornalismo está cada vez mais presente na Internet, como destaca Pinho (2003, p.58) ao afirmar que "Hoje, com o maior espaço existente de circulação via redes de computadores, a Internet não deixa de representar também um novo e promissor campo de renovação para as práticas e as técnicas do jornalismo". Nesse processo é promovido também o deslocamento de conceitos da prática jornalística, tais como a questão da subjetividade, a leitura, o próprio jornalismo, a notícia, o papel do jornalista, o processo de comunicação e a questão da autoria.

Conforme essa ideia, são necessárias reformulações para que ocorra o deslocamento em qualquer meio, no caso desta pesquisa, o digital. À medida em que aqueles que trabalham com o jornalismo no ambiente digital percebem novas possibilidades, criam novas linguagens, outras formas de fazer jornalismo. Tanto é que, além das versões *on-line* de jornais tradicionais que migraram para a Internet, o jornalismo na *Web* também está presente nos portais de conteúdo, criados dentro do ambiente virtual. Por esse motivo, a pesquisa foi realizada no primeiro jornal *on-line* produzido no Brasil pelo portal IG, o *Último Segundo*, criado em 2000. No IG e nos demais portais brasileiros é possível encontrar *links* que conduzem os usuários a diversas categorias de serviços e assuntos, entre eles as notícias atualizadas rapidamente, que podem estar ligadas ou não ao assunto que o usuário da Internet está buscando.

¹ A *World Wide Web*, também conhecida apenas por *Web*, foi desenvolvida pelo programador inglês Tim Berners-Lee. Por ser uma aplicação para compartilhamento de informações permitiu que a Internet alcançasse uma abrangência mundial.

Assim, quando o internauta quer se informar, ele navega pelos *sites* em busca de notícias, da mesma forma que o leitor dos jornais impressos tradicionais procura uma banca para obter um exemplar. No entanto, a estrutura de acesso à informação na Internet é diferenciada, uma vez que é o internauta que traça o percurso de leitura por meio dos *links*². Dessa forma, é possível compreender a Internet como um ambiente dinâmico, no qual o ato de chegar ao conteúdo textual demanda ligações hipertextuais³, uma característica do ambiente digital. Outro elemento que caracteriza a Internet é o “tempo real”, um determinante ideológico no ciberespaço⁴.

Com base nessas considerações é possível compreender que a *Web*, o aplicativo para compartilhamento de informações na Internet, é um ambiente bem diferente do suporte impresso, o primeiro a ser utilizado para a circulação da discursividade jornalística.

Este trabalho investigou, segundo os princípios da Análise de Discurso de linha francesa, como a discursividade jornalística presente na *Web* modificou o processo de produção do discurso jornalístico digital, uma vez que a circulação em um meio diferente do impresso altera também as propriedades de constituição e formulação desse discurso. Essas alterações nas propriedades de constituição e formulação também levaram a uma modificação na própria formulação da pirâmide invertida no ambiente da *Web*.

A circulação é um processo determinante do sentido e a discursividade jornalística, que também circula via *Web*, possui outra materialidade apesar de sua historicidade ainda estar ligada à constituição da discursividade jornalística veiculada no meio impresso, caracterizado pelo modelo da pirâmide invertida para textos noticiosos. Diante dessas ilações iniciais, as questões norteadoras foram as seguintes: A estrutura da pirâmide invertida está sofrendo

² *Links* são palavras ou símbolos em destaque que indicam ligações entre páginas da Internet.

³ O hipertexto é composto por um conjunto de documentos, assim como também é constituído por um conjunto de conhecimentos, que são conectados por meio de *links*. Isto é, a informação é apresentada ao leitor na tela do computador, mas ele pode "saltar" para outras informações por meio dos *links*.

⁴ Ciberespaço é considerado o conjunto das redes de computadores interligadas e toda atividade existente nesse espaço. (PATACO; CONCEIÇÃO JUNIOR, 2006)

modificações devido às características próprias do ambiente virtual e do modelo inerente ao hipertexto? A mudança de circulação da discursividade jornalística, com suas outras formulações, está alterando suas propriedades e sua constituição?

Para encontrar as respostas a esses questionamentos, o trabalho foi dividido em quatro capítulos. No primeiro deles, foi realizado um resgate da historicidade do modelo da pirâmide invertida no meio impresso, como forma de compreender os sentidos discursivos que estão vinculados ao modelo. Para isso, foi necessário recorrer a pesquisas de estudiosos do jornalismo norte-americano, onde a pirâmide invertida surgiu no final do século XIX, entre eles Bond (1962), Emery (1965) e Hohenberg (1962) e Tebbel (1978). Também recorreu-se aos estudos de historiadores brasileiros que abordaram a chegada do modelo ao Brasil, como Bahia (1990) e Sodré (1999).

Porém, para esclarecer a historicidade da pirâmide invertida, foi necessário no primeiro capítulo deste trabalho abordar o desenvolvimento de novas tecnologias, com destaque para a importância da invenção do telégrafo; e prestar esclarecimentos sobre as correntes filosóficas vigentes na época da criação da pirâmide invertida e que influenciaram no seu surgimento.

Ainda no primeiro capítulo da dissertação é apresentada a estrutura técnica de elaboração da pirâmide invertida, assim como outros modelos textuais utilizados no jornalismo impresso. O capítulo inicial é encerrado recorrendo a teóricos como Lyotard (1993) para uma discussão sobre a influência do pós-modernismo no jornalismo contemporâneo e seu impacto nos modelos textuais jornalísticos.

No segundo capítulo da dissertação, foram abordados os impactos da Internet no jornalismo. No entanto, antes de apontar esses impactos foi necessário discutir sucintamente aspectos históricos da criação da Internet e da *Web*, assim como discutir a influência do capitalismo e da globalização nesse processo com base nos estudos de Castells (2004), Lévy (2000) e Santos (2001). Outro aspecto fundamental discutido no segundo capítulo deste

trabalho é a visão sistêmica da Internet, baseada nos estudos da teoria sistêmica sociológica de Luhmann (1980), (2005) e (2009) e de autopoiese de Capra (2006).

Ainda no segundo capítulo desta pesquisa, foram investigados os aspectos hipermediáticos da Internet, além de serem apresentadas noções teóricas sobre o hipertexto. A ideologia no ciberespaço é também abordada. Parte-se inicialmente dos estudos de Althusser (1985) que norteiam a visão da Análise de Discurso sobre ideologia. Em seguida, ideias de autores como Castells (2000), Harvey (2008) e Moretzsohn (2000) auxiliaram no entendimento sobre a ideologia no ciberespaço.

É também nesse capítulo que é feito um quadro comparativo entre a Internet e o suporte impresso, e são discutidos quais foram os impactos do surgimento da Internet e da criação da *Web* na prática dos jornalistas e na produção dos textos jornalísticos. O segundo capítulo da dissertação é encerrado com a abordagem das primeiras experiências de jornalismo *on-line* e o seu desenvolvimento, incluindo um debate, com auxílio de teóricos estrangeiros e brasileiros, sobre argumentos contra e a favor da pirâmide invertida em textos jornalísticos digitais.

O terceiro capítulo da dissertação é dedicado a caracterização do *Último Segundo*, jornal *on-line* que foi analisado. O capítulo apresenta um pouco da história do *Último Segundo* e oferece explicações sobre o conteúdo jornalístico e aspectos do seu manual de redação relevantes para a análise. Ainda nesta terceira parte do trabalho são feitos esclarecimentos sobre o dispositivo teórico que norteou a pesquisa, a Análise de Discurso de linha francesa. Com base em pesquisadores como Pechêux (1995) e (2002), Gallo (1992), Brandão (2002), Possenti (2004), Freire (2006) e Orlandi (2001) e (2003) é feito um pequeno resgate histórico na Análise de Discurso francesa e são apresentados os aspectos teóricos que conduziram a análise.

O quarto capítulo da dissertação inicia com a elaboração do dispositivo analítico, por meio da definição das discursividades jornalísticas presentes nas estruturas impressa, chamada

aqui de analógica; e digital, presente na *Web*. Em seguida, foi necessário caracterizar com auxílio de um quadro comparativo cada uma das propriedades dessas discursividades.

Depois da definição das propriedades das discursividades jornalísticas, foi possível observar as propriedades da discursividade digital no *Último Segundo*. Os estudos de Orlandi sobre a constituição, formulação e circulação da discursividade nortearam a análise que ocorreu nas 31 matérias jornalísticas veiculadas no *Último Segundo* durante o mês de julho de 2009, sendo uma matéria coletada por dia entre às 6h e 12h.

Na última parte da análise, foi possível constatar como a circulação interferiu na constituição e formulação da discursividade jornalística digital que, por sua vez, modificou o padrão da pirâmide invertida na Internet, apontando para um novo modelo: pirâmide aberta e multidirecional.

1 Historicidade da estrutura do texto jornalístico noticioso

Abordar a técnica de elaboração do texto jornalístico nos dias de hoje implica, de alguma forma, em discutir também elementos que fazem parte da historicidade desse tipo de redação. Antes que chegasse às telas dos computadores, sendo exibido em tempo real nos sites noticiosos da Internet, o texto jornalístico percorreu um longo caminho. Uma trajetória com um desenvolvimento técnico, influenciado muitas das vezes pelas descobertas de novas tecnologias, por exemplo: o advento do telégrafo até o surgimento da Internet.

A cada invenção tecnológica que surgia, o jornalismo buscava também formas de reformular a produção do seu conteúdo para os novos ambientes de circulação, ou seja, as técnicas passavam por um processo de adequação ao ambiente tecnológico que estava surgindo. Porém, para entender esse processo, é necessário antes diferenciar técnica de tecnologia. Para isso, recorre-se a Santaella (2008, p.152-153). Segundo ela,

A técnica se define como um saber fazer, referindo-se a habilidades, a uma bateria de procedimentos que se criam, se aprendem, se desenvolvem. [...] Enquanto a técnica é um saber fazer, cuja natureza intelectual se caracteriza por habilidades que são introjetadas por um indivíduo, a tecnologia inclui a técnica, mas avança além dela. Há tecnologia onde quer que um dispositivo, aparelho ou máquina for capaz de encarnar, fora do corpo humano, um saber técnico, um conhecimento científico acerca de habilidades técnicas específicas.

Neste trabalho, respeitando a diferença feita por Santaella, a tecnologia, assim, será entendida conforme Castells (2000), que a considera como a utilização dos conhecimentos científicos, de maneira a especificar as vias de se fazerem as coisas de uma maneira reproduzível. Essa forma de reprodução, a qual ele se refere é que se constitui em técnica.

Essas considerações permitem o entendimento de que a técnica pode ser alterada ao longo dos anos, conforme os avanços tecnológicos ocorrem. Além disso, segundo Bunge

(1980), é na técnica que são aplicados os conhecimentos científicos para projeção de artefatos e planejamento de ações práticas dentro de um grupo social.

Sendo assim, é possível compreender após a diferenciação entre técnica e tecnologia, que foi justamente a técnica jornalística que sofreu, sobretudo, alterações em decorrência das tecnologias que surgiram nos séculos XIX e XX. O fazer jornalístico foi, dessa maneira, influenciado pelos paradigmas tecnológico e científico que estavam em evidência à época. A técnica de redação jornalística que conhecemos hoje foi concebida nesse período.

Bem antes de ter a forma que foi batizada de pirâmide invertida, por conta da maneira decrescente de redigir os parágrafos conforme sua importância noticiosa, o texto jornalístico era bem diferente do que pode ser visto nos jornais impressos da atualidade. É possível, então, apresentar a história da técnica do texto jornalístico considerando dois momentos, um antes e um depois da pirâmide invertida, dada a importância que esse modelo possui para a redação jornalística.

1.1 Primórdios do jornalismo impresso

Ainda no início do século XIX, países como os Estados Unidos e a Inglaterra estavam vivendo uma verdadeira corrida para revolucionar as técnicas de imprensa e iniciar uma produção em massa de periódicos. Com isso, os editores também buscavam aumentar a circulação desses jornais. Era uma consequência do capitalismo industrial e os norte-americanos avançaram rapidamente (SODRÉ, 1999).

Nessa corrida pelo aperfeiçoamento das técnicas de impressão, os donos de empresas jornalísticas nos Estados Unidos acabaram revolucionando também as técnicas de produção dos periódicos, que começaram a chegar mais rápido às mãos de seus leitores. Segundo Sodré (1999, p.3), isso levou a imprensa a buscar “[...] sucessivos inventos, conduzindo à velocidade

na impressão, acompanhando o enorme e crescente fluxo de informações, devido ao telégrafo, ao cabo submarino e, depois, ao telefone e ao rádio”.

De todos esses inventos, o que teve maior influência no aumento da velocidade de produção das notícias foi o telégrafo. Essa invenção foi fruto de quase um século de estudos e foi baseada em experiências para transmissão de mensagens à distância, que já estavam acontecendo, desde o final do século XVIII e início do século XIX, com os telégrafos óticos, espécies de semáforos que transmitiam mensagens por códigos.

Ainda na primeira metade do século XIX, as experiências com telégrafos elétricos já estavam sendo realizadas em países como a Alemanha, Espanha, Rússia, Inglaterra e Estados Unidos. Com o advento da eletricidade, modelos mais práticos de telégrafo surgiram. Entre eles estava o de Samuel Morse, que foi melhorado e largamente utilizado na segunda metade do século XIX. Era uma nova tecnologia que chegava para impor mudanças no processo de produção jornalística.

1.2 A importância do telégrafo

Bahia (1990, p.214) destaca que o poste telegráfico era a imagem da imprensa do final do século XIX e início do século XX. Imagem esta que simbolizava a rapidez das notícias transmitidas aos leitores e significava um avanço tecnológico que ampliou o conceito de informação: “Para a imprensa, o sistema telegráfico que torna a notícia veloz, imediata, tem um impacto semelhante ao do linotipo, que substitui a composição manual pela mecânica”.⁵

⁵ Só para lembrar, a máquina linotipo, a qual Bahia comparou o telégrafo em importância na história da imprensa, representou uma revolução nas técnicas de impressão, quando surgiu na década de 1890, por abolir a composição manual que era feita letra por letra. Os tipos, que representavam as letras, foram fundidos em chumbo para formar linhas, que quando colocadas em uma espécie de bandeja formavam frases inteiras, garantindo maior rapidez na impressão dos periódicos.

O telégrafo teve importância semelhante ao da linotipo para a atividade jornalística no século XIX porque permitiu que o resultado da captação dos repórteres chegasse mais rápido às redações de jornais.⁶ Após a experiência de Morse, uma rede de cabos telegráficos foi distribuída pelos Estados Unidos e, anos mais tarde, essa tecnologia modificaria a forma de transmissão das notícias, tornando o trabalho de repórteres mais prático, uma vez que não dependeriam apenas de transportes como navios e trens.

O telégrafo atendia ao anseio do homem norte-americano que buscava soluções para os problemas e possuía pensamento pragmático. Para entender a importância do surgimento do telégrafo e seus impactos no jornalismo norte-americano, é necessário também recorrer ao conceito de Pragmatismo, filosofia vigente nos Estados Unidos naquela época.

1.3 Pragmatismo norte-americano

O pragmatismo nasceu nos Estados Unidos e foi uma corrente muito marcante entre a segunda metade do século XIX e o século XX. Para Valetim (2003), o pragmatismo surgiu para defender uma filosofia da prática, privilegiando a experiência em detrimento da filosofia contemplativa, idealista e intelectualista. Segundo ela, o desenvolvimento do pragmatismo se deu principalmente nos Estados Unidos, se estendendo também para a Grã-Bretanha e outros países europeus. Entre seus fundadores estavam Charles Sanders Peirce, William James e John Dewey. Há que se observar que o pragmatismo de Peirce não é igual ao de James e Dewey. Tanto é que Peirce resolveu denominar a sua filosofia de pragmaticismo. Aqui, tomam-se mais as ideias de James e Dewey sobre o Pragmatismo.

⁶ A atividade telegráfica, que revolucionou a imprensa daquela época, teve início quando Samuel Morse, na tarde do dia 25 de maio de 1844, transmitiu uma mensagem em código para um assistente que estava distante dele. Esta data foi decisiva para o progresso no processo de transmissão de notícias a longas distâncias, o que até então era feito via correio ferroviário e poderia levar dias. Mais informações sobre este episódio ver: Emery (1965)

Influenciado por outras correntes filosóficas europeias, o pensamento pragmatista surge nos Estados Unidos, na segunda metade do século XIX, momento em que o país estava vivenciando o desenvolvimento do capitalismo industrial. É o que destaca Souza (2004, p.19) ao afirmar que

Recém saído da sangrenta guerra civil, o país experimenta um momento de reconstrução, calcado sobre ideais liberais, tão caros à filosofia inglesa. Nada mais adequado para um contexto como esse que uma filosofia e uma educação que viessem contribuir com soluções práticas, que auxiliassem como instrumentos para os indivíduos, na solução de seus problemas vitais mais urgentes.

Sendo assim, é possível a compreensão de que ao destacar o valor prático da experiência, o pragmatismo estimulou o homem norte-americano a buscar caminhos mais viáveis e práticos para suas atividades e entre elas estava o jornalismo. O pragmatismo influenciou a indústria e a economia nos Estados Unidos de forma determinante, como também esclarece Souza (2004, p.38):

Sendo elaborado como uma filosofia de perspectiva utilitária, o pragmatismo representa bem o pensamento americano. Podemos até mesmo relacionar o desenvolvimento econômico e industrial dos Estados Unidos, sobretudo no final do século XIX e início do século XX, com as idéias pragmatistas que se incorporam em sua cultura, seja pela educação, seja pela política, entre outros segmentos da vida social.

Esse resgate das ideias do pragmatismo norte-americano permite a contextualização do momento em que o telégrafo surge como uma solução prática para um problema que atinge as empresas jornalísticas na época, história essa que será abordada adiante. Graças ao telégrafo, os norte-americanos revolucionaram as técnicas de produção das notícias, uma vez que os jornais tiveram que se adequar ao novo recurso tecnológico. Para Ferreira (2003, p.67) é o telégrafo que possibilita a transmissão das primeiras informações *on-line* na história da imprensa porque:

Com este advento, o fluxo das informações noticiosas passou a ser quase instantâneo e uma nova fase no jornalismo foi inaugurada. Com esta nova fase o ritmo de produção e difusão das notícias mudou para sempre. O telégrafo podia entregar notícias quase instantaneamente [...]

O telégrafo provocou uma revolução no jornalismo e levou ao surgimento do modelo da pirâmide invertida, mas antes de abordar como era o texto jornalístico antes da criação dessa estrutura, é necessário esclarecer que este trabalho, em seus demais capítulos, se desviará de Macluhan quanto à sua ideia de que “o meio é a mensagem”.

1.4 Sobre o meio e Macluhan

Ao discutir a importância do papel do telégrafo nas alterações que ocorreram na redação do texto jornalístico, entre o final do século XIX e início do século XX, não há como não recordar de Macluhan (1964) quando afirmava que o meio é a mensagem. A partir dessa ideia, ele acreditava que toda tecnologia criava um ambiente humano totalmente novo, sendo que esse ambiente não era um envoltório passivo, mas se constituía em um envoltório ativo. No entanto, é necessário esclarecer que para este trabalho houve um deslocamento da ideia de Macluhan; sendo o meio não somente a mensagem, mas também a possibilidade de uma explosão de sentidos em decorrência do ambiente que o permite existir.

Dentro dessa visão, Castells acredita que a ideia de Macluhan não pode ser aplicada à era da informação. Ele esclarece que: “[...] a Galáxia de Macluhan era um mundo de comunicação de mão-única, não de interação. Era, e ainda é a extensão da produção em massa, [...] e, apesar do gênio de Macluhan, não expressa a cultura da era da informação”. (CASTELLS, 2000, p.366). Primo e Träsel (2006, p.3) também defendem que é necessário

um certo desvio da teoria de Macluhan quando se aborda o jornalismo na atualidade. Para eles:

Enquanto fenômeno midiático, o jornalismo mantém íntima relação com os canais tecnológicos, seus potenciais e limitações. Como processo complexo, a alteração do canal repercute de forma sistêmica sobre o processo comunicacional como um todo. A produção e leitura de textos em jornal impresso e *online* se transforma em virtude dos condicionamentos do meio. Isso não é o mesmo que defender algum tipo de determinismo tecnológico (perspectiva que se desvincula de outros condicionamentos sociais, políticos, culturais, etc.), nem adotar impunemente a máxima macluhaniana de que o meio é a mensagem. Mas aceitar que o meio também é mensagem. Se a relação entre o homem e técnica é recursiva, o processo comunicacional (ou mais especificamente o jornalístico) demanda rearticulações a partir das estruturas tecnológicas em jogo.

As especificidades do jornalismo em relação às mídias digitais da atualidade, assim como os aspectos da Internet e da era da informação, aos quais se refere Castells, serão explorados nos demais capítulos deste trabalho. Por agora, será dada continuidade à discussão sobre os primórdios do texto jornalístico. Por isso, é necessário ressaltar que antes do início das atividades telegráficas, o texto jornalístico nos Estados Unidos, assim como em toda a Europa, ainda seguia um estilo mais literário. Eram textos longos, escritos de maneira rebuscada e opinativa.

1.5 O jornalismo antes da pirâmide invertida

Nos primeiros cinquenta anos do século XIX, a redação das notícias ainda estava longe da busca pela objetividade que começaria a ser discutida na última metade daquele século e acabaria se tornando marcante no século XX. O historiador dos meios de comunicação nos Estados Unidos, Tebbel (1978, p.463) recorda que no século XIX, os textos dos jornais americanos eram apresentados da seguinte forma:

Pessoas e fatos eram tratados de uma maneira mais intransigente, porque havia muito menos esforço no sentido da justiça e da precisão. As reportagens eram impressionistas, subjetivas e muitas vezes coloridas pela própria personalidade do repórter, livremente manifesta no uso do “Eu”, ainda predominante na reportagem britânica e em algumas européias.

Somente em 1833, ocorreu uma primeira tentativa de praticar um jornalismo mais imparcial, embora atualmente já se saiba que isso não é possível. Mendonça (2004) destaca que Benjamin Day, proprietário do *New York Sun*, tentou dar início ao critério da objetividade, ao desvincular seu jornal dos partidos políticos e passar a dar prioridade às notícias sobre crimes e processos jurídicos. Com isso, o *New York Sun* inaugurou a fase da imprensa popular e foi seguido por seus concorrentes, entre eles o *New York Herald*.

Em 1835, o *Herald* fez as primeiras experimentações para romper com o estilo de escrita rebuscado, então vigente, e tornar a coleta e publicação de notícias mais dinâmica. Seu proprietário era James Gordon Bennett (o pai, que na última metade do século XIX foi sucedido pelo filho de mesmo nome). O empresário acreditava que era preciso priorizar as novidades para conquistar os leitores. O lema de Bennett era registrar os fatos e escrevê-los sem o uso de palavras e expressões difíceis.⁷

Embora fosse um inovador e tivesse tentado investir em textos menos prolixos, Bennett ainda estava distante de utilizar o modelo que veio a ser conhecido como pirâmide invertida. Esse editor também ainda não fazia uso das perguntas “o quê”, “quem”, “onde”, “quando”, “como” e “por quê”, que se tornaram, entre o final do século XIX e início do século XX, características marcantes do *lead*, o primeiro parágrafo do texto jornalístico noticioso.

A invenção do *lead* é atribuída a um escritor, poeta e jornalista nascido em uma colônia britânica, na Índia. Seu nome era Rudyard Kipling e teria passado uma temporada nos Estados Unidos entre o final do século XIX e início do século XX. Quando retornou para a Índia, se

⁷ Mais informações sobre a experiência jornalística de Bennett ver: Tebbel (1978)

tornou editor de um jornal e ao escrever uma fábula infantil sobre um pequeno elefante que chega à “idade dos porquês”, Kipling encerrou a estória assim: “Eu tenho seis criados honestos que me ensinaram tudo que sei; seus nomes são quê e por quê e quando, e como e onde e quem”.

Lucchesi (2002) procura desvendar o recado de Kipling por trás dessa estória e entender o porquê do *lead*. Segundo ele, Kipling deixa claro que, para que haja o entendimento de uma notícia, é imprescindível o cumprimento mínimo das seis questões. Se isto não ocorrer, a clareza e a eficiência da informação poderiam ser comprometidas. Os norte-americanos compreenderam o recado de Kipling e trataram de aprimorar a técnica e utilizá-la.

Saber a origem do *lead* é fator relevante para este trabalho, uma vez que ele é o primeiro parágrafo da pirâmide invertida. No entanto, antes de discutir a estrutura desse modelo textual jornalístico, é necessário abordar a sua história no meio impresso.

Porém, para entender a história da pirâmide invertida no meio impresso, é preciso também situar o contexto científico da época em que o conceito de pirâmide invertida chega ao jornalismo. Além das novas tecnologias, o positivismo, idealizado por Auguste Comte, teve importante papel nas mudanças que ocorreram na técnica de redação jornalística.

1.6 A influência do positivismo no jornalismo

As revoluções científicas desempenham papel determinante nas alterações que ocorrem em sociedade. Isto significa que a elaboração de novas teorias pode desencadear mudanças nas regras que regiam uma determinada atividade. É o que explica Kuhn (1992, p.26), quando diz que “[...] uma nova teoria por mais particular que seja seu âmbito de aplicação, nunca ou quase nunca é um mero incremento ao que já é conhecido. Sua assimilação requer a reconstrução da teoria precedente e a reavaliação dos fatos anteriores”.

É exatamente esse tipo de reação que o positivismo provocou no jornalismo do final do século XIX e início do século XX. Quando essa corrente filosófica surgiu ocorreu a disseminação da ideia de que era possível fazer ciência de forma neutra e que a noção de objetividade poderia ganhar maior repercussão. É o que esclarece Cupani (1989) ao afirmar que foi com o advento do positivismo, principalmente o comteano, que a noção tradicional de objetividade se consolidou. Ele explica também que essa noção de objetividade estava atrelada ao respeito aos fatos, que eram entendidos como ocorrências que deveriam ser atestadas na observação sistemática, e não serem baseadas em suposições.

Antes de assimilar o ideal positivista, o jornalismo era uma espécie de arremedo dos livros. Porém, os ideais positivistas começaram a ser compreendidos por quem fazia a imprensa no final do século XIX e início do século XX. É por esse motivo que o conceito de objetividade jornalística, que ajudou posteriormente ao aparecimento da pirâmide invertida em território norte-americano, tem relação com o pragmatismo, o positivismo e as ideias de Kipling. Voltando ao positivismo, Rocha (2007, p.1) destaca que

O surgimento do conceito de objetividade deu-se no bojo da supremacia do pensamento positivista, no último quarto do século XIX, nos Estados Unidos [...] Esta nova metodologia científica disseminou a ideia de que a subjetividade humana e tudo que lhe dissesse respeito estariam condenados a ser considerados irracionais ou negativos.

Com a alteração do paradigma e a contribuição da tecnologia, estava pronto o cenário propício para uma reforma na redação jornalística que seria baseada na noção de objetividade. Tendo como argumento a necessidade de separar a opinião da notícia, as ideias positivistas foram se consolidando cada vez mais no jornalismo. Rocha (2007, p.2) explica que

Baseadas na crença de uma inconfundível fronteira entre a opinião e a notícia, foram desenvolvidas, a partir de então, técnicas prescrevendo um estilo redacional impessoal, caracterizado pela ausência de qualificativos e pela ocultação do jornalista através da atribuição da informação às fontes e da crença

de que a apresentação das partes ou dois ‘dois lados da moeda’ e o uso das aspas assegurariam a imparcialidade jornalística.

Foi nesse contexto paradigmático que a pirâmide invertida surgiu no meio jornalístico impresso. O modelo está relacionado ao pragmatismo, ao positivismo e as ideias de Kipling de fazer jornalismo; mas é também, como será discutido adiante, resultado de uma imposição tecnológica e de ocorrências históricas.

1.7 Surge a pirâmide invertida no texto jornalístico impresso

A técnica da pirâmide invertida e o esboço do que seria mais tarde o *lead* nasceram em solo norte-americano, mais especificamente entre os anos de 1861 e 1865, em plena Guerra Civil americana, quando os estados do norte do país estavam em conflito com os estados do sul. Essa é uma das teorias para a criação da pirâmide invertida e do sumário, que seria uma espécie de antecessor do *lead*.

Além das circunstâncias de guerra, o telégrafo, como já foi explicado, teve papel importante para mudanças na produção jornalística do século XIX. Antes dele, as notícias dos correspondentes levavam dias para serem transmitidas às redações de jornais da época porque, como ressalta Mendonça (2004), eram enviadas de navio, trem e até mesmo cavalo. Após o advento do telégrafo, esse panorama mudou e os correspondentes, entre eles os que estavam em áreas de conflito, puderam fazer uso da nova tecnologia. Segundo Mendonça (2004), o *New York Times* se tornou, em 1861, o primeiro jornal a publicar uma notícia na forma de pirâmide invertida.

Emery (1965) afirma que a Guerra Civil foi determinante para que ocorressem modificações nas técnicas de redação dos textos jornalísticos noticiosos, tendo como aliado o telégrafo. Também estudioso da história da imprensa americana, Tebbel (1978), concorda que

as atividades dos correspondentes durante a Guerra Civil norte-americana auxiliaram no avanço das técnicas de produção de notícias, por conta do uso do telégrafo, e foram decisivas para a criação de um modelo de redação semelhante ao da pirâmide invertida, impulsionando também o advento do sumário que, segundo ele, era bem semelhante ao atual *lead*. Para ele:

[...] a guerra contribuiu consideravelmente para o progresso tecnológico dos jornais. Ao usar o telégrafo como principal veículo de transmissão das notícias, os correspondentes aprenderam a escrever de uma maneira mais concisa, uma vez que esta transmissão custava caro. Havia uma redação muito menos florida e exposições menos incoerentes do que antes da guerra, embora as reportagens estivessem ainda longe do estilo moderno. Mas eram muito mais legíveis e isso significava um grande passo para o jornalismo de massa no pós-guerra. [...] O telégrafo produziu também a invenção dos títulos sumários, isto é, o primeiro parágrafo, que continha quem, o quê, quando, onde e o porquê de um fato, ainda hoje uma forma-padrão. Esse sistema surgiu face à incerteza dos correspondentes de que todo o seu despacho viesse a ser transmitido pelo precário sistema telegráfico e assim procuravam assegurar-se de que os fatos essenciais fossem transmitidos, embora o restante da reportagem pudesse ser cortado. (TEBBEL, 1978, p. 242)

Fontcuberta (apud NOBLAT, 2004) também destaca que uma prévia do que foi chamado mais tarde de *lead* e o modelo da pirâmide invertida surgiram por conta das dificuldades de comunicação dos jornalistas que cobriam a Guerra Civil norte-americana. Segundo ele, havia um grande número de jornalistas e poucas linhas de transmissão telegráfica. Por conta disso, os operadores de telégrafo estabeleceram que cada repórter só poderia ditar primeiramente um parágrafo, o que fosse considerado mais importante de sua matéria. “Uma vez transmitido um único parágrafo de cada matéria, era transmitido o segundo de cada uma delas, e depois o terceiro, e assim por diante. Estaria aí, segundo Fontcuberta, a origem da fórmula de hierarquizar as informações, a tal da ‘pirâmide invertida’” (NOBLAT, 2004, p.98)

É justamente esse temor pelo corte de informações da matéria que marca uma outra teoria para o surgimento da pirâmide invertida na redação do texto jornalístico impresso. Estudiosos da influência do jornalismo norte-americano no Brasil, como Silva (1991),

afirmam que as agências de notícias norte-americanas foram as responsáveis pela criação e difusão do modelo de redação na forma de pirâmide invertida, assim como pela introdução do *lead* em outros países. Segundo Silva, as agências produziam um texto e o enviavam para inúmeros jornais de várias partes do mundo. Seguindo critérios editoriais individuais, ao receber o material enviado pela agência, cada jornal avaliava de forma diferenciada a importância e o espaço que seria destinado às notícias. Esse procedimento teria motivado as agências a redigir o texto na forma de pirâmide invertida. Ele destaca que:

As agências precisaram criar a fórmula da pirâmide invertida para que cada jornal pudesse fazer os cortes necessários nos textos para adaptá-los às suas necessidades sem perderem as informações fundamentais. Daí a colocação dos dados em ordem decrescente de importância. O corte poderia ser feito “pelo pé”, numa operação rápida, sem perda de substância informativa. Daí, generalizou-se na imprensa americana, como maneira mais simples de dar a cada leitor a mesma opção que as agências davam aos jornais: interromper a leitura em qualquer ponto do texto de acordo com seu interesse pelo assunto, tendo recebido as informações fundamentais desde que lido o primeiro parágrafo. (SILVA, 1991, p.110)

Sendo assim, as agências pregavam a redação de um texto objetivo que priorizasse as informações mais importantes em suas primeiras linhas. Kunczik (2002) afirma que a partir dos anos 1890, os norte-americanos estabeleceram um modelo de jornalismo informativo em substituição à forma narrativa e o tom emocional. Nesse modelo, a objetividade era uma meta normativa da atividade dos jornalistas e, naquela época, ainda não havia a discussão sobre os limites da objetividade. Foi assim que a pirâmide invertida foi ganhando cada vez mais espaço nas páginas dos jornais.

Por conta dessa generalização da fórmula da pirâmide invertida, Tebbel (1978) afirma que os jornais norte-americanos das décadas de 1910 e 1920 já se concentravam mais em notícias objetivas, redigidas no estilo mais claro, que segundo ele, foi criado, primeiramente, pelos correspondentes da Guerra Civil. Por outro lado, apesar de afirmar que a Guerra Civil norte-americana desencadeou as primeiras elaborações de textos jornalísticos nos moldes da

pirâmide invertida, Emery (1965) destaca também que o aparecimento, nos primeiros anos do século XX, das Associações Americanas de Imprensa- espécies de agências de notícias, ou como ele prefere qualificar, organizações dedicadas à coleta rápida e disseminação de notícias- foi um acontecimento de grande importância na história do jornalismo, que teve influência sim na disseminação do padrão da pirâmide invertida no jornalismo.

Teria sido assim, enviando seus textos a outros países, que as agências de notícias norte-americanas promoveram a difusão do modelo da pirâmide invertida mundo afora. Silva (1991) garante que foram as agências as grandes responsáveis pela introdução do modelo no Brasil, estimulando o uso do *lead*. Então, o modelo chegou ao Brasil para ficar e fazer parte da história da imprensa brasileira.

1.8 A pirâmide invertida chega ao Brasil

Ao contrário dos Estados Unidos, que iniciou a fase empresarial do jornalismo já na primeira metade do século XIX, a imprensa do Brasil só se mostrou mais preparada para essa fase entre os últimos cinco anos do século XIX e o início do século XX. É o que destaca Sodré (1999, p.261) ao afirmar que “Nos fins do século XIX estava se tornando evidente, assim, a mudança na imprensa brasileira: a imprensa artesanal estava sendo substituída pela imprensa industrial”.

Essa industrialização da imprensa também provocou mudanças na forma dada ao conteúdo dos periódicos. A possibilidade de usar o telégrafo também foi determinante nas modificações técnicas na imprensa brasileira. Como salienta Sodré (1999), até 1874 as notícias do exterior só chegavam ao Brasil por meio de correio, mas, nesse ano, a agência telegráfica Reuter-Havas se instalou no Rio de Janeiro e abriu novas possibilidades de

transmissão de notícias e, conseqüentemente, permitiu o contato com as formas de produção jornalística de outros países.

Bahia (1990) destaca que foi apenas no século XX que o jornalismo brasileiro começou a priorizar a notícia e deixou um pouco de lado o tom literário muito marcante na imprensa do Brasil Imperial. Naquele período, sobretudo durante o governo de Dom Pedro II, as redações de jornais eram ocupadas principalmente por literatos que adotavam redação em estilo bem diferente do modelo da pirâmide invertida. Romero (apud SODRÉ, 1999, p.184) explica como era a imprensa na época do império, o tempo das gazetas: “No Brasil, mais ainda do que noutros países, a literatura conduz o jornalismo”. Ou seja, o jornalismo no Brasil Imperial era feito por literatos e ainda não havia a norma de redação objetiva, que só seria conhecida no século XX.

Após a Proclamação da República, que ocorreu sob influência dos princípios do positivismo, o tom literário ainda estava muito presente nas redações dos jornais brasileiros e esse estilo perdurou nos primeiros anos do século XX. Edmundo (apud SODRÉ, 1999) descreve os jornais brasileiros do início do século XX como ainda um reflexo das gazetas da monarquia, com poucas páginas de texto, priorizando artigos opinativos escritos de forma rebuscada e cheios de clichês, além de possuírem uma diagramação sem harmonia. O historiador afirma também que os jornais daquele período não utilizavam recursos como manchetes, subtítulos e outros processos jornalísticos que já eram conhecidos em países da Europa.⁸

O predomínio desse estilo literário na imprensa só começou a ser quebrado por volta das décadas de 1910 e 1920, quando ficaram mais evidentes os progressos nos processos de elaboração de conteúdo e de produção jornalística. Os jornais se tornaram menos literários e passaram a priorizar o aspecto noticioso, ou seja, passaram a abordar mais os fatos que as

⁸ Mais informações sobre características dos jornais brasileiros no início do século XX ver: Sodré (1999) e Bahia (1990)

opiniões sobre eles. No entanto, no início da década de 1920, ainda era marcante a imitação do estilo dos jornais europeus, uma vez que a Europa tinha então grande influência na formação cultural dos brasileiros. De acordo com Bahia (1990), naquela época o perfil predominante na imprensa era o do jornal europeu. Foi somente no final da década de 1920 que alguns dos grandes jornais brasileiros passaram a conhecer melhor o processo mais dinâmico e mais objetivo do jornalismo norte-americano.⁹

Na década de 1940, as modificações técnicas sob influência do jornalismo norte-americano já estavam mais visíveis nos jornais brasileiros. No entanto, Cunha (apud SILVA, 1991) assegura que não é possível afirmar que no final da década de 1930 e início da de 1940, o *lead* ou lide (de forma aportuguesada), já então famoso nos Estados Unidos, fosse largamente utilizado no Brasil. Isto só teria acontecido plenamente entre o final da década de 1940 e início da década de 1950, depois que jornalistas brasileiros retornaram de cursos nos Estados Unidos e estágios em jornais norte-americanos, dispostos a promover reformas e tornar o jornalismo brasileiro mais dinâmico.¹⁰

Após a Segunda Guerra Mundial, a tendência de seguir os padrões americanos só aumentou no país. Segundo Bahia (1990, p.266), na década de 1950, a “palavra reforma sopra como uma rajada de vento dentro das redações para restaurar e fortalecer o poder da notícia”.

Por isso, entre os anos 1950 e 1960, o jornalismo brasileiro ainda estava vivendo um processo de assimilação do modelo norte-americano. Noblat (2004, p.88) destaca que no final dos anos 1950, os adjetivos foram expurgados dos textos para favorecer a almejada (porém limitada) objetividade. “Começamos a copiar a linguagem dos jornais americanos. E nela não havia lugar para adjetivos. Porque o adjetivo implica juízo de valor”.

Conforme essas considerações, é possível compreender que a influência do jornalismo norte-americano no Brasil cresceu ainda mais a partir da segunda metade do século XX,

⁹ A respeito do aumento da influência norte-americana sobre o jornalismo brasileiro ver: Silva (1991)

¹⁰ Sobre este episódio também ver: Silva (1991)

apesar das críticas promovidas pelos jornalistas mais antigos que ainda pregavam o uso do estilo europeu. Porém, era preciso inovar, uma vez que meios eletrônicos como o rádio e a televisão já estavam competindo com o meio impresso na divulgação das notícias. Os veículos de comunicação eletrônicos representavam uma novidade que desafiou os jornais a investirem na inovação.¹¹

Como afirma Bahia (1990, p.266), as agências de notícias ajudaram muito os jornais brasileiros nesse processo de inovação: “[...] As agências são as primeiras a dar as notícias e muitas vezes suas sugestões ajudam os editores em decisões sobre títulos, *lead* ou editoração”.

Porém, é preciso destacar que esse movimento de renovação na imprensa brasileira também foi estimulado pelo capitalismo, além de ter sido influenciado pelos ideais positivistas já discutidos anteriormente. De acordo com Sodré (1999), as relações capitalistas exigiam alterações na imprensa e é assim que o folhetim foi substituído pelo colunismo e pela reportagem, o artigo político deu lugar à tendência da entrevista, e a doutrinação foi preterida em favor da informação.

Foi em meio a essa conjuntura, que procedimentos como a redação dos textos jornalísticos noticiosos na forma da pirâmide invertida, a elaboração do primeiro parágrafo dentro dos moldes do *lead*, e a utilização de manuais de redação - que padronizavam o ato de escrever dos jornalistas- se disseminaram Brasil afora e já eram bastante comuns no cotidiano dos jornais brasileiros na década de 1960, tendo sido assimilados por editores e repórteres.

¹¹ A respeito deste período ver : Capelato (1988)

1.9 Estrutura técnica da pirâmide invertida no jornalismo impresso

Como já foi explicado, a pirâmide invertida é uma técnica de redação jornalística que já vem sendo utilizada pelos jornalistas por quase cem anos, considerando a hipótese de que as agências de notícias norte-americanas criaram esse modelo. Se for considerada a outra hipótese, de que o método nasceu ainda durante a Guerra Civil norte-americana, entre 1861 e 1865, a técnica já teria quase 150 anos. Mas de que forma é estruturado esse modelo? Por que é considerado relevante para a redação de textos jornalísticos noticiosos? Existem outros modelos?

Vários teóricos do jornalismo impresso respondem a essas perguntas. Alguns são partidários confessos do modelo da pirâmide invertida, outros são tolerantes com ele desde que esteja restrito apenas ao universo das notícias factuais. Entre os defensores do uso da pirâmide invertida em notícias factuais está o norte-americano Hohenberg (1962)¹² que qualificou a pirâmide invertida como a mais antiga, conveniente e útil das estruturas noticiosas. Na opinião dele, a pirâmide invertida é o modelo textual com mais chances de atrair a atenção do leitor e deve ser usado pelos jornais. Para Hohenberg (1962, p. 170), a redação na forma da pirâmide invertida é a mais adequada para a notícia de fatos, facilitando a busca do leitor por informações: “O leitor não precisa vadear (sic) através de colunas de prosa imaginativa para descobrir o que aconteceu, É imediatamente informado. Dessa maneira, o jornalismo consegue o seu principal efeito dramático”.

No final da década de 1960, a forma de escrever os fatos em ordem decrescente de importância também foi qualificada como clara, correta e concisa por Amaral (1969). Ele explicou que o texto jornalístico noticioso deve necessariamente ser redigido de forma que os

¹² Outro autor norte-americano que defendeu o uso da pirâmide invertida no mesmo período foi Bond (1962). Segundo ele, uma boa reportagem deve relatar os acontecimentos de forma atual, clara e rápida, priorizando elementos como novidade, variedade, ritmo e objetividade. Para isso deve ser dividida em três partes, na forma de uma pirâmide invertida: título, primeiro parágrafo (*lead*) e restante da história.

fatos principais estejam no início do texto, vindo logo a seguir os fatos intermediários e, por fim, informações mais dispensáveis, que não comprometem a leitura do texto em caso de cortes. Por esse motivo, Amaral esclarece que nos textos jornalísticos a regra a observar é diferente da empregada em textos literários, nos quais os escritores deixam o clímax para o final do livro. Para ele, o uso da pirâmide invertida é válido não somente para conquistar a atenção dos leitores, mas também é um modelo adequado no caso da diagramação exigir uma súbita redução da matéria por conta de problemas de espaço na página, o que facilitará o trabalho do editor. Sobre o assunto, Amaral (1969, p.65-66) coloca que:

O emprego da pirâmide invertida tem suas razões. A primeira delas está relacionada diretamente com o leitor. Os fatos mais importantes lhe são ministrados em altas doses, quase ao mesmo tempo, a fim de que sua atenção não seja desviada da informação e ele se mantenha preso à mesma. Se o redator conseguir mantê-lo agarrado às primeiras linhas da notícia, já conseguiu seu objetivo. Ocorrem, então, dois fatos: se o leitor realmente não se interessa por aquele tipo de informação, vai em busca de outra, mas já tomou conhecimento dela; se se interessa, vai lê-la até o último parágrafo. A segunda razão da pirâmide invertida relaciona-se com a oficina. Se a matéria, embora diagramada na redação, estoura na oficina (quer dizer, se o espaço que lhe foi dedicado pelo diagramador, de acordo com o tipo empregado, resultou menor) o secretário de oficina só terá o trabalho de cortar as últimas palavras ou frases, sem o temor de desvirtuar-lhe o sentido, sem tocar-lhe na compreensão. Se o sistema da pirâmide invertida não fosse observado, o secretário teria que ler toda a matéria e descobrir no contexto, aquilo de somenos importância.

É possível compreender, conforme as considerações desses estudiosos do jornalismo, que a pirâmide invertida já era uma estrutura bastante apreciada nas décadas de 1960 e 1970. A importância do primeiro parágrafo no modelo da pirâmide invertida é destacada por vários teóricos do jornalismo. O começo do texto, segundo eles, é determinante para instigar ou não a leitura dos demais parágrafos da matéria. Hohenberg (1962), por exemplo, afirma que não há nada que substitua o bom começo da notícia e o bom jornalista sabe o valor do *lead*, aprendendo desde cedo a utilizar seus macetes. Como destacou Sodré (1999), todos os jornalistas norte-americanos iniciantes sabem que devem começar o texto jornalístico noticioso com o *lead* e essa técnica também já foi plenamente assimilada pelos jornalistas

brasileiros. É exatamente nessa ampla disseminação do modelo que Hohenberg enxergava uma desvantagem. O problema é que a maioria dos jornalistas acaba seguindo uma receita padronizada e não prioriza o aspecto da originalidade. Esse seria então, segundo ele, um aspecto negativo do uso excessivo do *lead* e do modelo da pirâmide invertida. O aconselhável, portanto, seria aliar a essas regras, fatores como a criatividade.

Sendo assim, é possível entender que não basta ao primeiro parágrafo da pirâmide invertida concentrar os elementos básicos da ocorrência. Como afirmou Beltrão (1969, p.109) o *lead* “[...] deve incluir o clímax, ou seja, o ponto nevrálgico do acontecimento, o nó da questão”. Ainda ele garante que é preciso também ter cuidado com o prosseguimento da matéria, isto é, com os demais parágrafos da pirâmide invertida, que Beltrão chama de corpo da notícia e define como a documentação que inclui detalhes da informação, antecedentes do fato e as suas consequências.

Essas considerações permitem a compreensão da importância da pirâmide invertida para o texto jornalístico. No entanto, assim como é possível apontar vantagens no modelo, é possível também indicar desvantagens. Gregorio (1966) caracterizou os pontos positivos e negativos da pirâmide invertida. Entre as vantagens, ele enumerou que:

- a) o sistema de elaboração em forma decrescente de importância representa o método normal como um fato importante passa de boca em boca, ou seja, as pessoas contam umas para as outras o aspecto mais relevante.
- b) a pirâmide invertida chama a atenção do leitor para a notícia.
- c) o modelo satisfaz o leitor mais apressado, permitindo que ele avance ou não na leitura, de acordo com seu interesse pelo assunto.
- d) a redação em pirâmide invertida facilita o ajuste da matéria jornalística no momento de fechamento da edição, caso seja necessário cortar parágrafos.

Entre as desvantagens da pirâmide invertida, Gregorio aponta os seguintes inconvenientes:

- a) o modelo induz o leitor a ler menos, reduz sua curiosidade e o habitua a superficialidade.
- b) desencadeia no jornalista um estilo mecânico e estereotipado, um estilo de escrever sem atrativo e elegância.
- c) o jornalista pode ser levado a escrever um primeiro parágrafo muito extenso na tentativa de integrar todas as respostas às perguntas principais do *lead*.

Dessa forma, é possível entender que as vantagens e desvantagens do modelo da pirâmide invertida existem e não podem ser ignoradas pelo jornalista. Cabe a ele discernir sobre os pontos positivos e negativos do modelo. Vivaldi (1973) também destacou os prós e contras da pirâmide invertida. Uma das grandes desvantagens do modelo, de acordo com ele, pode ser a negligência com o final do texto, uma vez que este poderá ser cortado. Na opinião de Vivaldi, o trabalho jornalístico deve exigir um cuidado especial não apenas com o primeiro parágrafo de uma matéria, mas também com o último, porque, um bom jornalista não deveria jamais depreciar o final do seu texto.

Essa preocupação com o final do texto, manifestada por Vivaldi, decorre do fato, já explicado, de que, no modelo da pirâmide invertida, as informações menos relevantes são colocadas no final para que não haja prejuízo no conteúdo informativo, caso seja necessária uma supressão no texto no momento de diagramar a página. Diante desse quadro, ele entende que a pirâmide invertida continuará sendo usada nos textos noticiosos, no entanto, defende que o argumento do corte de linhas não é motivo suficiente para empobrecer os parágrafos finais, principalmente na modalidade das reportagens especiais.

Por outro lado, Vivaldi consegue perceber também os benefícios da pirâmide invertida na redação de notícias factuais. Segundo ele, não há dúvida de que o modelo tem vantagens

na redação de textos noticiosos porque facilita a rapidez no momento do repórter redigir sua matéria; favorece a redação dos títulos que antecedem os primeiros parágrafos do texto; facilita o trabalho do diagramador, se houver necessidade de redução do texto; e, por fim, permite que o leitor se intere da notícia em poucos segundos ou minutos, ao ler apenas os primeiros parágrafos.

Essa reflexão conduz à ideia de que a estruturação da pirâmide invertida, de maneira a antecipar o acesso dos leitores à informação mais relevante da notícia, cumpre o papel de informar, mas não é o único modelo a disposição dos jornalistas, embora seja considerado o mais adequado para notícias factuais. Refletindo sobre a pirâmide invertida e outras possibilidades de estruturação do texto jornalístico impresso, Vivaldi (1973) também discutiu os modelos jornalísticos muito utilizados nos Estados Unidos, entre eles o *fact-story* (relato de fatos), o *action-story* (relato animado), e o *quote-story* (relato documentado). É possível visualizar os modelos a partir das figuras a seguir, que representam os três tipos de relatos.

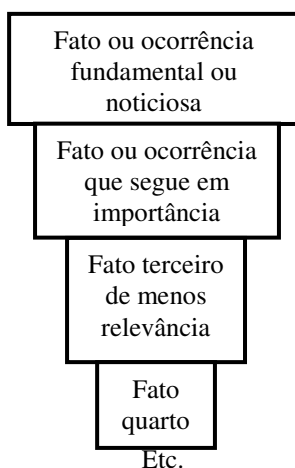


Figura 1: Relato de fatos

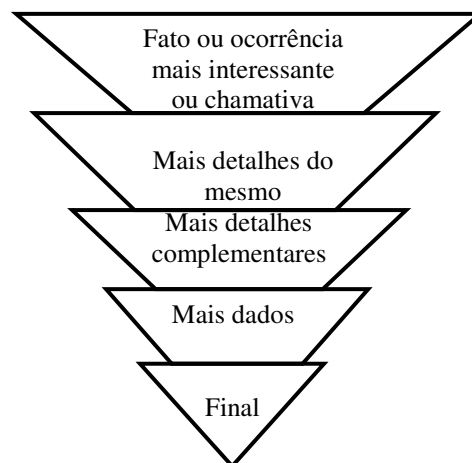


Figura 2: Relato animado

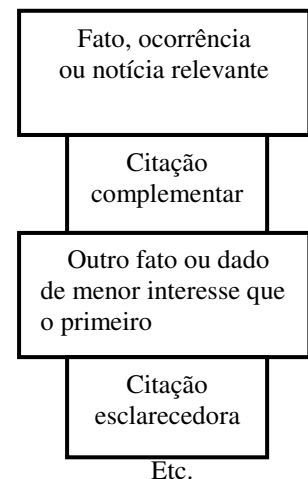


Figura 3: Relato documentado

O relato de fatos possui redação que segue o modelo da pirâmide invertida e prioriza os aspectos mais objetivos das ocorrências. Por sua vez, o relato animado apresenta redação

vibrante, movimentada que prioriza os aspectos mais atrativos e impressionantes, porém, assim como na pirâmide invertida, prossegue os parágrafos em ordem decrescente de grau de interesse dos fatos. Por fim, o relato documentado apresenta redação de informações com dados objetivos, acompanhados cada um de citações que os complementam ou esclarecem.

Vivaldi (1973) também faz uma comparação entre a pirâmide invertida e a pirâmide normal, que ele qualifica de relato cronológico, muito usado em criações literárias e que era o modelo mais utilizado nos primórdios do jornalismo. Ele afirma que é possível fazer uma combinação entre o dois tipos de relatos, elaborando uma redação que começa nos moldes do *lead* com clímax e prossegue cronologicamente. Para utilizar essa combinação de procedimentos é necessário o cuidado de respeitar os limites que existem entre uma criação literária e a redação jornalística. Segundo Vivaldi, a única diferença entre uma criação literária e o trabalho jornalístico é que a primeira pode ultrapassar a fronteira entre fantasia e realidade, e o segundo deve se deter apenas ao que é real. A seguir a visualização dessas estruturas.

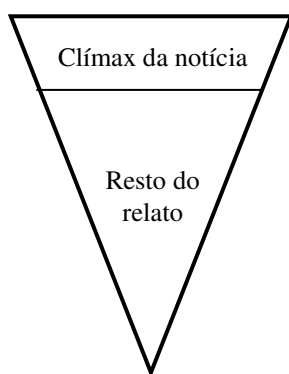


Figura 4: Pirâmide invertida

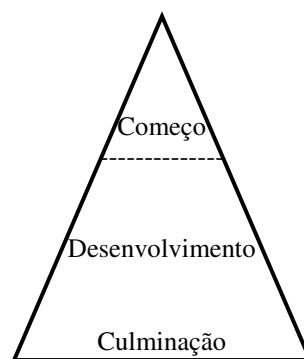


Figura 5: Relato Cronológico

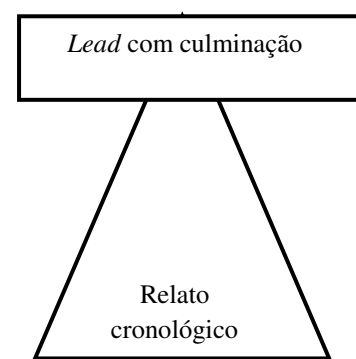


Figura 6: Combinação de procedimentos

No Brasil, esses modelos utilizados por jornalistas europeus e norte-americanos também são bastante usados, mas sofreram algumas adaptações. Beltrão (1969) elaborou modelos gráficos que representam cinco técnicas de redação jornalística que os brasileiros utilizavam

às vésperas da década de 1970 e que hoje ainda podem ser vistas em qualquer jornal impresso. Entre elas a própria pirâmide invertida, a pirâmide normal, a “cozinha”, a “suíte” e o texto-legenda.

Beltrão (1969) definiu a pirâmide invertida como uma construção na qual os incidentes mais substanciais encabeçam o texto e são seguidos de fatos e detalhes menos interessantes em ordem decrescente. A pirâmide normal também foi qualificada por Beltrão como uma construção em ordem cronológica de ocorrências, no entanto, ele sugere que seja colocada uma “cabeça” e o clímax seja repetido no corpo da matéria. Em sua opinião, a pirâmide normal também pode ter eficiência jornalística, principalmente nas grandes reportagens, por despertar a curiosidade do leitor.

Esta técnica, cuja eficiência como atração para o leitor é provada pelo tempo, baseia-se na narrativa simples dos contos populares. Faz com que o leitor fique, ao fim de cada parágrafo, imaginando o que acontecerá depois. Tem a forma de uma pirâmide: apresenta o ambiente, os protagonistas, o clímax e vai formando incidente após incidente até chegar à conclusão na base. É muito empregada nos semanários, nas histórias-de-interesse humano, nas grandes reportagens. (BELTRÃO, 1969, p.115).

Dessa forma, é possível compreender então que existe uma diferença entre a reportagem, enquanto gênero jornalístico, e a notícia. Assim como a notícia, a reportagem possui interesse coletivo, no entanto, como explica Beltrão, ela pode ser oferecida ao público em formato especial, que não o da pirâmide invertida. Nesse caso, ele recomenda que reportagens de rotina, ou seja, notícias factuais, sejam redigidas na forma da pirâmide invertida; já as reportagens especiais, aquelas que podem ser vistas facilmente nas revistas atuais ou em edições de domingo dos jornais diários, podem utilizar outras estruturas textuais, porque oferecem oportunidade para um desenvolvimento mais amplo. Nas figuras a seguir, feitas sob a concepção de Beltrão, é possível visualizar as diferenças entre as pirâmides normal e invertida.

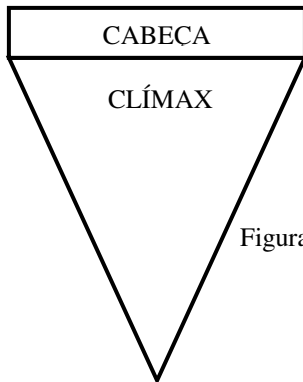


Figura 7: Pirâmide invertida

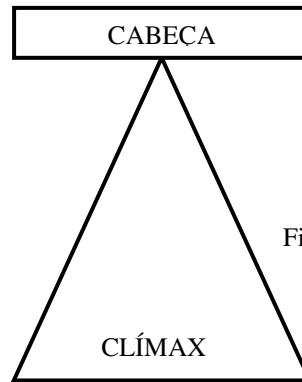


Figura 8: Pirâmide normal

Por sua vez, a “cozinha”, ainda segundo Beltrão (1969), é uma técnica que consiste em dar uma redação nova a uma notícia já conhecida, ou seja, o jornalista “cozinha a notícia” reescrevendo-a. Para isso, o repórter pode alterar a disposição de fatos na tentativa de dar um tom de novidade ao texto. Esse recurso, de acordo com Beltrão, é muito utilizado por empresas jornalísticas que publicam mais de uma edição diária. É possível apelar para a “cozinha” também quando se reescreve uma matéria que já foi publicada por outros jornais, desde que não estejam protegidas por *copyright*.

Já a “suíte” é a técnica de redação utilizada para continuar ou repetir uma notícia que já foi publicada. Assim como na “cozinha”, a forma pode ser alterada, mas é necessário acrescentar novos detalhes da notícia. Conforme explica Beltrão (1969, p. 116), nessa técnica “[...] atualizam-se velhas notícias, baseando-se a cabeça em aspecto ou ângulo diferente da ocorrência ou no próximo desenvolvimento esperado do fato. Usa-se frequentemente a suíte como recurso para não passar recibo de ‘furo’”. Sendo o “furo” uma matéria que os jornais concorrentes podem publicar.

Por fim, a última técnica de redação jornalística é o texto-legenda, que nada mais é que um texto explicativo de uma fotografia ou ilustração. Nesse texto estarão todos os elementos básicos de uma notícia, ou seja, as perguntas do *lead*. Beltrão aponta que o texto-legenda se

diferencia da simples legenda, que é colocada abaixo das fotos, por possuir um título e contar uma história.

Segundo a concepção de Beltrão, essas três técnicas de redação jornalística podem ser visualizadas da seguinte forma:

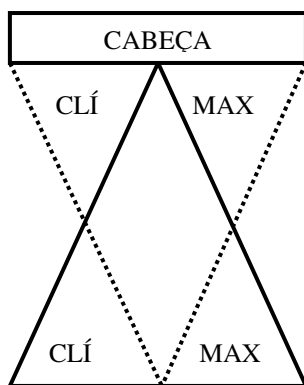


Figura 9: “Cozinha”

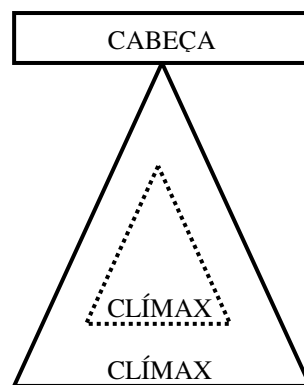


Figura 10: “Suíte”

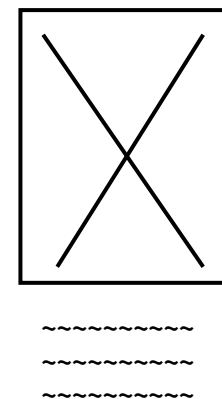


Figura 11: Texto-legenda

Todas essas estruturas de redação jornalística eram válidas já nas décadas de 1960 e 1970 e ainda continuam sendo utilizadas hoje. Folheando qualquer jornal diário da atualidade é possível encontrar o modelo da pirâmide invertida facilmente. É o que afirma Lage (2004, p.16), ao explicar que

Do ponto de vista da estrutura, a notícia se define no jornalismo moderno como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante. [...] não se trata exatamente de narrar os acontecimentos, mas de expô-los.

Portanto, ainda há realmente um predomínio da técnica da pirâmide invertida nas notícias factuais. Nessas reportagens de rotina, os repórteres também utilizam o *lead*. Em contrapartida, nas reportagens especiais, aquelas que podem ser encontradas nos cadernos de fim de semana, a estrutura textual é mais livre e alguns repórteres se aventuram em ser mais

criativos e menos padronizados. Essa diferença também é esclarecida por Lage (2004, p. 46-47), quando diz que “[...] a reportagem não cuida da cobertura de um fato ou de uma série de fatos, mas do levantamento de um assunto conforme ângulo preestabelecido. [...] O estilo da reportagem é menos rígido do que o da notícia: varia com o veículo, o público, o assunto”.

Noblat (2004) pensa da mesma maneira ao expor que a notícia é um relato mais ou menos breve sobre um fato, enquanto a reportagem é um relato mais extenso, abrangente e contextualizado. Também Noblat prega que o *lead* padrão já viveu mais do que deveria, porque foi inventado em uma época na qual era necessário uniformizar os textos dos jornais, como forma de não misturar informação e opinião, ou seja, priorizar a objetividade. Para Noblat, a pirâmide invertida fez com que os textos jornalísticos se tornassem mais diretos e objetivos, porém, muito parecidos uns com os outros. Segundo ele, já está mais do que na hora de mudar esse padrão, sem, no entanto, deixar de priorizar os fatos mais relevantes da notícia.

Pois digo: viva a diferença! Textos bem escritos não podem e não devem ser iguais. Nem parecidos. Se forem, não serão bons textos. [...] Objetividade é preciso. O *lead* não pode estar no pé da matéria, por exemplo. Mas quase sempre ele está no título e nos subtítulos que muitos jornais utilizam para chamar a atenção dos leitores. (NOBLAT, 2004, p.98)

Fazer a diferença no texto. Essa é a palavra de ordem no jornalismo impresso contemporâneo. O ato de questionar o modelo da pirâmide invertida e de sugerir a aposentadoria do *lead* padrão é uma influência do pós-modernismo no jornalismo. Por esse motivo, para entender o que está nos bastidores da crítica ao modelo da pirâmide invertida é necessário discutir o impacto do pós-modernismo no jornalismo.

1.10 A pós-modernidade e sua influência no jornalismo

Com o aumento do uso da televisão após a década de 1950 e o surgimento de uma sociedade baseada no consumo, graças ao crescimento da indústria, o jornalismo impresso se espetacularizou para sobreviver à concorrência com os veículos eletrônicos. A notícia se tornou definitivamente mercadoria e, como destaca Rublescki (2009), ocorreu uma crise profissional do jornalismo porque desapareceram as fronteiras entre a prática jornalística e a publicidade.

Na segunda metade do século XX teve início a ruptura com muitas das ideias da modernidade e do período contemporâneo. É quando a pós-modernidade começa a surgir enquanto ainda vigora o modernismo. Lyotard (1993, p. 3) afirma que o saber muda de estatuto a partir do final dos anos 1950, quando as “[...] sociedades entram na idade dita pós-industrial e as culturas na idade dita pós-moderna”. Para ele, o que ocorre na pós-modernidade é uma espécie de mercantilização do saber.

Rublescki (2009, p.3) destaca que a discussão que girava em torno da ética na modernidade, passa a se concentrar em volta da estética na pós-modernidade: “No moderno, falava-se em controle, manipulação. Em tempos de liquidez pós-modernista fala-se em sedução”.

Como foi discutido anteriormente, antes do pragmatismo e do positivismo não se tinha ideia do que era realmente um jornal, por isso todo tipo de assunto figurava nas páginas sem uma ordem ou padrão, assim como textos não possuíam um modelo próprio e tinham linguagem semelhante a dos romances. É possível dizer então que essas duas correntes filosóficas do modernismo ajudaram a desencadear o paradigma da objetividade no jornalismo.

O modernismo pregava a especialização do jornalismo e a pós-modernidade chega para quebrar esse posicionamento. É por conta do advento do pós-modernismo que o jornalismo iniciou um processo de transformação, conforme explica Savianirey (2001, p. 31):

A configuração do pós-modernismo a partir da hipótese de uma quebra radical, de uma ruptura, com a ocorrência do desgaste do alto modernismo, no final dos anos 60, [...] está presente em vários segmentos da atividade humana [...] Contudo, uma das áreas fortemente marcadas por rupturas e transformações intensas nos últimos 20 anos, e ainda não bem dissecada, é a do jornal impresso, podendo-se afirmar ter ocorrido aí uma quebra radical em relação às convenções vigentes ao longo dos anos 50 e 60, período caracterizado pelo alto-modernismo.

Dessa forma, o pós-modernismo surge e instiga uma reforma no jornalismo. A visão pós-moderna faz com que a proposta da subjetividade ressurgja, ainda que dissimulada. A pós-modernidade prega que é possível relativizar o padrão de jornalismo vigente no modernismo, mas não dita que tudo é possível nas páginas dos jornais. Ainda é preciso seguir uma certa ordem. Por conta disso, aparecem as sugestões de alguns teóricos do jornalismo que defendem o uso de outros modelos de redação que são diferentes da pirâmide invertida e já foram apresentados. Esse cenário permite que a objetividade, tão defendida na vigência do modernismo, possa ser deixada- ao menos um pouco- de lado, se o mercado capitalista assim preferir. Para Marshall (2001, p.3),

Acochado diretamente por este 'novo' paradigma cultural e pela ordem do mercado, o jornalismo pós-moderno transforma-se em um amálgama estético e capitalista, um instrumento-meio dos objetivos diretos ou indiretos do sistema e da lógica ultraliberal. O jornalismo sofre mutações radicais e passa a ser constituído e normatizado pela ética da liberdade capitalista pós-moderna. [...] A imprensa passa, conseqüentemente, a falar a linguagem do capital.

Sendo assim, é possível compreender que a prática jornalística na pós-modernidade é orientada por um capitalismo que hoje, sobretudo, é calcado no conhecimento. Os critérios de objetividade, que nortearam o surgimento da pirâmide invertida no século XIX, estão sendo

questionados na contemporaneidade. Como ressalta Marshall (2001, p.12), “[...] neste novo jornalismo, não há mais limites, parâmetros ou referências. A linguagem incorpora, em dimensões variáveis, a densidade e a linguagem características da persuasão publicitária”.

Todo esse processo de mutação, no qual o jornalismo ultrapassa a fronteira com a publicidade, ocorre de fato já sob a égide do pós-modernismo. É nesse contexto que surgiram as novas tecnologias informáticas, a partir da década de 1970. Marshall (2001, p.1) destaca também que “[...] na virada do século XX para o século XXI, o universo da comunicação e da informação está radicado no espaço da pós-modernidade: livre-mercado, livre-competição, marketização, estetização, virtualidade [...]”. Dessa maneira, é possível considerar que parte desse novo movimento de renovação no jornalismo também se deve ao surgimento de um novo veículo de comunicação, uma rede mundial e virtual de computadores. Veículo esse que já nasce pós-moderno, na última década do século XX.

Assim como os ventos da inovação sopraram nas redações jornalísticas nas décadas de 1950 e 1960 por conta do advento do rádio e da televisão, um verdadeiro tornado invadiu os jornais na década de 1990. Era a Internet que chegava para desafiar os veículos de comunicação tradicionais. Mais que isso, a rede mundial de computadores não apenas estimulou os repórteres dos jornais impressos a repensarem os seus textos, também provocou impactos na atividade jornalística e apresentou aos jornalistas um novo campo de atuação, o jornalismo *on-line*. Esse é o assunto do próximo capítulo.

2 Impactos da Internet no jornalismo

Ao longo da última metade do século XX ocorreu o desenvolvimento da Internet, a rede mundial de computadores. O fato pode ser considerado um marco tecnológico que desencadeou mudanças e alterações em quase todas as atividades humanas, entre elas o jornalismo. Com a criação de aplicativos para compartilhamento de informações, como a *World Wide Web*, na década de 1990, aconteceu a expansão do uso da Internet, o que representou uma verdadeira revolução da tecnologia da informação.

A Internet não surgiu de repente, ela é fruto de um longo processo de estudos na área da tecnologia da informação.¹³ Ao abordar o evento, Castells (2000) explicou que no final do século XX a humanidade estava vivendo uma espécie de intervalo histórico, que transformaria sua cultura, por meio de um novo paradigma tecnológico organizado em torno da tecnologia da informação. Ele destaca que o surgimento da Internet representou um evento histórico com impactos semelhantes ao da Revolução Industrial, ocorrida no século XVIII, uma vez que provocou reflexos na economia, na sociedade e na cultura.

2.1 Propagação da Internet e da *World Wide Web*

A propagação da Internet pelo planeta só foi possível graças ao surgimento da *Web*¹⁴ em 1995. Segundo Dertouzos (2000) e Castells (2004) foi a *Web* que fez com que a rede se tornasse um fenômeno cultural amplo por conta da facilidade no compartilhamento de informações.

A partir daquele ano ocorreu o que Castells (2004) qualifica de internacionalização da Internet e o que Lévy (2000) chamou de “um rastilho de pólvora”, a propagação da *Web* entre

¹³ Sobre a história da Internet ver: Leão (2001), Dertouzos (2000) e Castells (2004)

¹⁴ Sobre a história da criação da *World Wide Web* ver: Leão (2001), Dertouzos (2000) e Castells (2004)

os usuários da Internet. A rápida disseminação do uso da Internet e da exploração dos recursos do aplicativo *Web* também foram uma consequência da globalização da sociedade capitalista.

2.1.1 Globalização e capitalismo

O processo de globalização é explicado por Santos (2001) como a representação, de certa forma, do ápice da internacionalização do mundo capitalista. Segundo este pesquisador, “No fim do século XX e graças aos avanços das ciências, produziu-se um sistema de técnicas presidido pelas técnicas da informação, que passaram a exercer um papel de elo entre as demais, unindo-as e assegurando ao novo sistema técnico uma presença planetária” (SANTOS, 2001, p.23).

Esse sistema de técnicas que é a globalização é visto por Santos (2001) como uma arquitetura delineada pela técnica da informação, por meio da informática e da eletrônica. De acordo com ele, a técnica da informação é que permitiu a comunicação entre as outras técnicas existentes, assegurando que em todos os lugares houvesse uma convergência de momentos e simultaneidade de ações.

Sendo assim, foi em meio ao contexto da globalização que a Internet se consolidou e, nos primeiros anos do século XXI, novos recursos foram agregados à *Web*, apresentando aos usuários uma nova geração de serviços *on-line*, batizada de *Web 2.0*. Por esse motivo, é necessário esclarecer esses conceitos e abordar qual a importância deles para o jornalismo.

2.2 Web 2.0 e Web 3.0

Em meio às dúvidas que ainda pairam sobre o processo de deslocamento do texto jornalístico para a Internet, a própria *Web* já não é mais a mesma do final dos anos 1990. A partir dos anos 2000 teve início a discussão do conceito de *Web 2.0* e, atualmente, já se fala em *Web 3.0*.

A *Web 2.0* pode ser entendida como uma segunda geração de serviços na Internet, o que, segundo Encarnação e Rodrigues (2007), representa uma revolução social que fez com que a *Web* não se restringisse a ser apenas uma ferramenta para consultar informações, mas também se tornasse uma ferramenta para criação e compartilhamento de conteúdos publicados pelos internautas.

Por esse motivo, Encarnação e Rodrigues (2007) afirmam que a fase em que não era fácil alguém sem conhecimentos técnicos publicar conteúdos na Internet pode ser chamada de *Web 1.0*. De acordo com eles, a *Web 2.0* é mais aberta à participação dos usuários e entre suas principais ferramentas estão os *wikis* (*sites* editáveis de forma compartilhada com os usuários), os *blogs* (que no princípio eram diários *on-line*, agora são usados para divulgação de opiniões e até mesmo conteúdo jornalístico), e *sites* de gestão de fotos e vídeos (onde ocorre compartilhamento de arquivos de vídeos, áudios e imagens).

As discussões e debates sobre a *Web 2.0* ainda estão acontecendo, porém teóricos afirmam que a formação da *Web 3.0* já começou e representará a próxima geração de serviços na Internet. Segundo Encarnação e Rodrigues (2007, p.5):

Apesar de a *Web 2.0* ainda ser algo recente, e ainda não descoberto por muitos utilizadores, já se fala nas tecnologias que vão fazer parte da próxima geração daquilo a que poderemos chamar de *Web 3.0*. Actualmente, nada é concreto, mas existem uma série de “tecnologias candidatas” que procuram tornar-se nas próximas fontes de uma nova revolução, principalmente a *Web Semântica* em colaboração com a *Inteligência Artificial*. No entanto existem também outras possibilidades, e apenas com o passar do tempo e com a adopção destas tecnologias por partes dos utilizadores e através da sua popularidade se saberá

quais serão as tecnologias dominantes da próxima geração, que foi exactamente o que aconteceu no processo que levou ao aparecimento da Web 2.0.

Sendo assim, é possível compreender que a *Web 3.0* ou *Web Semântica* poderá fazer parte de uma geração de serviços cada vez mais personalizada. Será a Internet de cada pessoa. Quando um indivíduo iniciar seus trabalhos em um computador conectado à *Web 3.0*, ela reconhecerá esse usuário porque quanto mais ele navegar, mais a *Web Semântica* conhecerá suas preferências.

Após a caracterização da *Web*, onde atualmente é praticado o jornalismo *on-line*, se faz necessário também caracterizar o sistema em que esse processo ocorre, a Internet. Além disso, é fundamental também discutir outros aspectos da Internet, que é uma hipermídia que explora o hipertexto, conceito que será melhor esclarecido neste capítulo. Outro fator relevante para compreender a Internet como suporte jornalístico é a abordagem da ideologia presente no ciberespaço. A partir de agora, será iniciada a discussão que aborda a Internet enquanto sistema, hipermídia e meio ideológico.

2.3 A Internet e a visão sistêmica

A Internet é um sistema social de distribuição de informações, que utiliza recursos de tecnologia da informação e possui abrangência mundial. Porém, antes de se falar propriamente do sistema Internet, é necessário definir-se o que vem a ser o conceito de sistema utilizado neste trabalho.

Segundo CNPq/Inpe (1973) as interpretações de sistema são bastante antigas e ocorriam desde a época dos filósofos pré-socráticos, sendo a ênfase a da explicação da realidade. Ao longo dos séculos, o foco do estudo dos sistemas passou pela experimentação e também pelo uso das técnicas matemáticas. Entre os teóricos que discutiram o tema ao longo dos tempos

estão Platão, Aristóteles, São Tomás de Aquino, Descartes, Leibniz, Spinoza, Kant, Marx, Hegel e Nietzsche.

Porém, as primeiras discussões teóricas sobre uma teoria geral de sistemas são atribuídas a Ludwig Von Bertalanffy, ainda na primeira metade do século XX. Era uma visão funcionalista de sistema e para ele, “Um sistema [...podia...] ser definido como um complexo de elementos em interação” (BERTALANFFY, 1975, p. 84). Essa afirmação quer dizer que o sistema se comporta como um todo, no qual seus elementos dependem uns dos outros.

Isto nos leva a concepção do CNPq/Inpe (1973) que permite vislumbrar melhor o que seja sistema na ótica funcionalista. O sistema, para essa instituição, era considerado como um conjunto de partes que se interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo com um plano ou princípio. Essa concepção de sistema vem amparada pela ideia de que a representação de sistema é calcada por um conjunto de procedimentos, doutrinas, ideias ou princípios, logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo.

Após abordar algumas concepções funcionalistas de sistema, é necessário esclarecer que além dessa interpretação, existem outras, entre elas a construtivista e é essa que interessa a este trabalho. A concepção de sistema aqui adotada está afim com o pensamento construtivista operativo de Luhmann (1980), (2005) e (2009), autor de uma teoria sistêmica sociológica, para quem todo sistema está circundado por um meio com o qual se delimita. Mas, para o sistema existir é necessário que haja uma ação, uma observação, processo que vai permitir identificá-lo. Porém, em que se constitui o sistema propriamente dito para Luhmann?

Para ele:

Uma das características importantes dum sistema é uma relação com a complexidade do mundo. Por complexidade deve entender-se a totalidade das possibilidades que se distinguem para a vivência real [...] Os sistemas constituem uma diferença entre interior e exterior, no sentido duma diferença em complexidade ou ordem. O seu ambiente é sempre excessivamente complexo,

impossível de abarcar com a vista e incontrolável; em contrapartida, a sua ordem própria é extremamente valiosa na medida em que reduz a complexidade; e como ação inerente ao sistema só admite comparativamente, algumas possibilidades. (LUHMANN,1980, p.39)

Luhmann adota posicionamento a partir de outros autores, entre eles Bateson, Neumann e Wiener. Porém, ele não apresenta um conceito acabado. Embora Luhmann ensaie uma conceituação, ele mesmo aborda a dificuldade de conceituar sistema ao afirmar que: “Geralmente, é comum responder que o sistema é indefinível, indeterminável; e que, em última instância, nesse *in* encontra-se a substância do sistêmico”. (LUHMANN, 2009, p.89).

Na tentativa de explicação do que seria sistema para Luhmann, Marcondes Filho, no prefácio do livro de Luhmann (2005), diz que o estudioso concebe sistema como uma estrutura complexa que realiza sua reprodução de forma exclusivamente interna e registra sinais que são emitidos pelo ambiente circundante. Nesse momento, existe o acoplamento estrutural através das irritações do meio ao sistema. É possível entender então que o sistema não existe sozinho porque existem as irritações, ou melhor dizendo, os estímulos. Ou seja, o homem só pode conceber uma realidade como sistema quando ele a observa e passa a perceber como seus elementos estão estruturados e funcionam. Na verdade, ele constrói essa realidade sistêmica.

A opção por seguir a concepção de Luhmann sobre sistema se justifica porque, diferentemente de outros autores, ele trabalha com o conceito de autopoiesis, que é explicado por Mathis (s/d, p. 3-4): “Autopoiesis significa que um sistema complexo reproduz os seus elementos e suas estruturas dentro de um processo operacionalmente fechado com ajuda dos seus próprios elementos”

Capra (2006) esclarece ainda mais o conceito de autopoiese em uma percepção ecológica, baseada em estudos de Francisco Varela e Humberto Maturana, afirmando que o termo significa autocriação e é um padrão geral de organização comum a todos os sistemas

vivos, seja qual for a natureza dos seus componentes. Para Capra (2006, p.89), a autopoiese pode ser definida como uma rede de processos de produção, cuja função de cada componente consiste “[...] em participar da produção ou da transformação de outros componentes da rede. Desse modo, toda a rede, continuamente, ‘produz a si mesma’. Ela é produzida pelos seus componentes e, por sua vez, produz esses componentes”. A afirmação dele conduz ao entendimento de que as redes autopoieticas estão constantemente se regenerando para se auto-organizarem, ou seja, são redes auto-reguladoras.

Segundo Capra (2006), foi o sociólogo Luhmann quem definiu o conceito de autopoiese social, na qual os processos sociais da rede autopoietica são também processos de comunicação. “Os sistemas sociais usam a comunicação como seu modo particular de reprodução autopoietica. Seus elementos são comunicações que são produzidas e reproduzidas por uma rede de comunicações e que não podem existir fora dessa rede”. (LUHMANN apud CAPRA, 2006, p. 172).

Por sua vez, ao abordar os processos comunicativos, Luhmann (2005) qualifica os meios de comunicação como um dos sistemas de funcionamento da sociedade moderna. Segundo ele, assim como outros sistemas sociais, os meios de comunicação -entre eles é possível incluir a Internet- tiveram suas capacidades reforçadas por conta da autonomia autopoietica do sistema.

Essas considerações permitem o entendimento de que a Internet funciona como um sistema social autopoietico, sistema esse que é interativo e integra os sistemas de comunicação que o antecederam, numa espécie de convergência de mídias, conforme explica Nicolau (2008, p.3):

A rede de comunicação que a internet estabeleceu no ciberespaço tem, por um lado, proporcionado a convergência das mídias tradicionais, como rádio, jornal, revista e televisão em um plano de convivência dialogal e dinâmico; por outro, faz interface com diversos suportes midiáticos tais como celulares, *palms*, *notebooks* que acompanham o tempo todo o usuário. Enquanto essas mídias

tradicionais constituíram-se em um modelo essencialmente linear de comunicação, [...] ou mesmo em um modelo circular a partir de retroalimentações estabelecidas por cartas e telefonemas, as mídias da atualidade baseiam suas atuações, cada vez mais em diálogos constantes, participações e ações interativas.

Por sua vez, Stockinger (2002) esclarece que o sistema social é um sistema vivo, que comunica, por meio da produção e processamento de informações. Essas considerações conduzem ao entendimento de que como um sistema social novo, a Internet apresentou ao mundo uma nova forma de compartilhamento de informações. Os subsistemas que a integram, assim como o meio que a circunda e influencia, se formaram dentro desse contexto.

Com o intuito de ilustrar melhor o conceito de Internet enquanto sistema recorre-se à ideia de Palácios (2003, p.7-8), para quem

[...] a Internet, no contexto do Ciberespaço, é melhor caracterizada não como um novo medium, mas sim como um sistema que funciona como ambiente de informação, comunicação e ação múltiplo e heterogêneo para outros sistemas. Sua especificidade sistêmica seria a de constituir-se, para além de sua existência enquanto artefacto técnico ou suporte, pela junção e/ou justaposição de diversos (sub)sistemas, no conjunto do Ciberespaço enquanto rede híbrida. Portanto, ao mesmo tempo em que funciona como um sistema (ou sub-sistema) na rede híbrida, a Internet, em seu conjunto, funciona também como ambiente compartilhado (de comunicação, informação e ação) para uma multiplicidade de outros (sub)sistemas sociais e também, evidentemente, para agentes cognitivos (humanos).

É possível compreender, então, que a Internet é um sistema social que permite a existência de subsistemas sociais, ambientes que existem paralelamente na rede virtual. Segundo Nicolau (2008, p.3), a Internet, enquanto mídia interativa, se configura em sistema social de estrutura complexa, pois “[...] é aberto à influência ambiental com intenso poder de adaptação a partir da capacidade de acumulação de conhecimento coletivo e diversidade de perfis individuais”

Partindo dessa reflexão, os processos de comunicação na *Web*, entre eles o jornalismo, podem ser considerados como subsistemas desse sistema social que é a Internet. É o que

esclarece Stockinger (2002, p.4), ao afirmar que “a comunicação no ciberespaço pode ser abordada, ela própria, como (sub-) sistema, como um campo de ação *sui generis*”.

Sendo assim, após o entendimento de que a Internet é um sistema social e de que o jornalismo *on-line* pode ser considerado como um subsistema na *Web*, é necessário esclarecer qual é a ideologia que envolve esse processo. Para isso, é preciso abordar com mais propriedade a ideologia no ciberespaço. Essa necessidade se justifica, uma vez que a ideologia se faz presente em todas as relações sociais, inclusive na Internet.

2.4 Ideologia no Ciberespaço

Não há como separar as relações humanas da ideologia, uma vez que esta se apresenta em todos os campos sociais. Neste trabalho, a ideologia é entendida conforme o conceito trabalhado na Análise de Discurso de linha francesa, a qual é estudada como a constituição histórica e social das relações de produção e de poder. Sendo assim, ideologia aqui é compreendida como a história da acomodação das relações de poder e definição de lugares sociais. Como explica Orlandi (2003, p.46), “a ideologia faz parte, ou melhor, é a condição para a constituição do sujeito e dos sentidos. O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer”.

Essa visão de ideologia é baseada nos estudos de Althusser, para quem a ideologia é indissociável de qualquer prática, assim como ela só existe por meio dos sujeitos e para eles: “[...] toda ideologia representa, em sua deformação necessariamente imaginária, não as relações de produção existentes (e as outras relações delas derivadas) mas sobretudo a relação (imaginária) dos indivíduos com as relações de produção e demais relações daí derivadas”. (ALTHUSSER, 1985, p.88).

O que Althusser coloca é que a ideologia interpela os indivíduos em sujeitos. Para ele, a ideologia funciona de forma a recrutar os indivíduos e transformá-los em sujeitos por meio do que ele chama de interpelação.

A existência da ideologia e a interpelação dos indivíduos enquanto sujeitos são uma única e mesma coisa [...] a ideologia sempre/já interpelou os indivíduos como sujeitos, o que quer dizer que os indivíduos foram sempre/já interpelados pela ideologia como sujeitos, o que necessariamente nos leva a uma última formulação: os indivíduos são sempre/já sujeitos. (ALTHUSSER, 1985, p.97-98).

Assim como em qualquer ambiente de relações sociais, esses sujeitos interpelados pela ideologia também estão no ciberespaço. Diferentemente de outros sistemas de comunicação, como o rádio, a TV e o próprio jornal impresso, a Internet possibilitou mais ainda um processo de interação que envolve tanto quem cria um *site* quanto quem o acessa. Todos os indivíduos encontram hoje na Internet a possibilidade de divulgarem opiniões e trocar informações. Esse processo leva apenas alguns segundos e está ao alcance de usuários em todo o planeta.

Como já foi discutido anteriormente, a Internet surge em meio ao Pós-Modernismo, que segundo Harvey (2008) aceita o que é fragmentário, efêmero, descontínuo e caótico. Além disso, Castells (2000) ressalta que a Internet e a *Web* se desenvolveram em meio a uma ideologia libertária. Gomes (2001, p.11) complementa o pensamento de Castells ao afirmar que: “Grande parte do desenvolvimento da rede [...] deve-se a uma ‘ideologia internet’, baseada principalmente sobre os princípios fundamentais da acessibilidade universal, do pluralismo democrático de opiniões e da incontrolabilidade por poderes centrais”.

É possível compreender, então, que a Internet surge em meio a uma ideologia que prega a ampliação da participação de todos e a não restrição à conexão. Foi assim que diversas atividades sociais, culturais, políticas e econômicas se interessaram pelo ciberespaço. Essa migração de atividades para o espaço virtual acabou desencadeando o deslocamento de

conceitos como tempo, espaço e de autoria de informações que são divulgadas na Internet. É o que explica Reis (2000), ao afirmar que atualmente o espaço é cibernético, a realidade é virtual, o tempo de resposta em uma atividade de comunicação é real, e os indivíduos, que antes recebiam passivamente as informações, agora interagem e até mesmo as produzem.

No ciberespaço, o leitor também pode ser autor. É o que previu Castells (2000, p.51) ao colocar que: “As novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa”.

Também já não há mais porque esperar tanto por uma resposta, uma vez que na *Web* a troca de informações pode ser em tempo real. A efemeridade, ou melhor dizendo, o anseio pelo tempo real, é um aspecto ideológico que está presente no ciberespaço. “O tempo real [...] autoriza usar o mesmo momento a partir de múltiplos lugares; e de todos os lugares a partir de um só deles. E, em ambos, os casos, de forma concatenada e eficaz”. (SANTOS, 2001, p.28).

O tempo real, para Santos (2001, p.83), representa uma mudança histórica que proporciona o conhecimento instantâneo do que acontece no mundo. “Hoje vivemos um mundo da rapidez e da fluidez. Trata-se de uma fluidez virtual, possível pela presença dos novos sistemas técnicos, sobretudo os sistemas da informação, e de uma fluidez efetiva [...]”.

Sendo assim, é possível compreender que as noções de espaço e de tempo mudam em função desses aspectos, como explica Castells (2000, p.403): “Tanto o espaço quanto o tempo estão sendo transformados sob o efeito combinado do paradigma da tecnologia da informação e das formas e processos sociais induzidos pelo processo atual de transformação histórica”.

Isto significa que, ideologicamente, o espaço virtual também é real e se constitui em um espaço de fluxos. O ciberespaço não existe fisicamente, porém existe e funciona no plano das ideias. Já o tempo, no ciberespaço, não é regido por uma lógica linear, mas sim por um fluxo contínuo que faz diferença na troca de informações, em termos de velocidade, tornando-a

simultânea. “A cultura da virtualidade real, associada a um sistema multimídia eletronicamente integrado [...] contribui para a transformação do tempo em nossa sociedade de duas formas diferentes: simultaneidade e intemporalidade”. (CASTELLS, 2000, p.486).

Assim, é possível entender que o espaço de fluxos e o tempo intemporal, esclarecidos por Castells, são componentes ideológicos na Internet. A ideologia no ciberespaço é a da efemeridade, a da simultaneidade, ou como ele afirma, a da cultura da virtualidade real. Para ele: “O espaço de fluxos e o tempo intemporal são as bases principais de uma nova cultura, que transcende e inclui a diversidade dos sistemas de representação historicamente transmitidos: a cultura da virtualidade real, onde o faz-de-conta vai se tornando realidade”. (CASTELLS, 2000, p.397-398)

A capacidade de divulgar ideias de forma veloz é indissociável na prática das atividades sociais que estão presentes na *Web*, e entre elas está o jornalismo. Como destaca Moretzsohn (2000), a rapidez é uma condição de sobrevivência das atividades no ciberespaço e, no caso do jornalismo, a lógica do tempo real é imprescindível, uma vez que radicaliza ainda mais a “corrida contra o tempo” que sempre fez parte do processo de produção jornalística.

Após caracterizar ideologicamente a Internet e compreender de que forma a ideologia da efemeridade atinge o jornalismo, também é necessário expor os aspectos do sistema Internet enquanto uma hipermídia, afim de depois ser possível destacar seus impactos na prática jornalística.

2.5 Hipermídia

O desenvolvimento de computadores pessoais (PCs) ou microcomputadores¹⁵ auxiliou muito na disseminação do uso da Internet mundo afora. Porém, um dos maiores aliados da

¹⁵ Sobre a história do desenvolvimento dos microcomputadores ver: Castells (2000)

rápida ampliação da rede de computadores foi o desenvolvimento das interfaces gráficas, que já havia permitido o surgimento da multimídia, e possibilitou que a Internet se tornasse uma hipermídia interativa. Esse processo é explicado por Bugay e Ulbricht (2000, p.41). Para eles:

A evolução e a popularização do computador, bem como o desenvolvimento das interfaces gráficas, tornou possível ter a apresentação de vários tipos de mídia (texto, imagens, animações, vídeos e sons), a Multimídia. Esta, mesmo possibilitando utilizar vários tipos de mídia em conjunto, ainda não permite a interação do usuário. Já a hipermídia fornece ao usuário ferramentas de interação, permitindo navegar dentro do documento não mais apenas de forma linear, mas sim de forma interativa: ao clicar em um botão, o computador responde mostrando uma imagem, um vídeo ou um som, por exemplo.

Essas considerações auxiliam no entendimento de que a Internet, por ser uma hipermídia, alcançou rapidamente todo o planeta. A *Web* também teve papel importante nessa rápida expansão, por ser a parte da rede baseada no hipertexto. Leão (2001, p.23) afirma que “A *Web* baseia-se numa interface gráfica e permite o acesso a dados diversos (textos, músicas, sons, animações, filmes, etc.) através de um simples “clique” no mouse. Devido à facilidade que sua interface oferece, a *Web* vem crescendo de uma forma vertiginosa”.

Sendo assim, é possível entender que a hipertextualidade é uma característica importante da Internet. Na *Web*, as informações estão ligadas de forma reticular, ou seja, formam uma teia, uma rede. Ao abordar a noção de hipertextualidade na tecnologia da informação, Lévy (1993, p.33) afirma que:

Tecnicamente, um hipertexto é 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.

Por isso, para desenhar esse percurso em rede, para construir *sites* e *links* é preciso saber explorar os recursos hipertextuais. Para percorrer as *home pages* também é necessário conhecer o ambiente hipertextual. Abordar o conceito de hipertexto é um passo relevante para a compreensão dos impactos que esse recurso causou em atividades como o jornalismo.

2.5.1 Noções de hipertexto na Web

Com o objetivo de definir a forma de escrita não linear em um sistema de informática, o norte-americano Theodore Nelson foi o primeiro estudioso a utilizar o termo hipertexto, ainda na década de 1960. De acordo com Leão (2001), esse pesquisador tinha como sonho manter os pensamentos em sua estrutura multidimensional e não-sequencial.

Como já foi citado por Lévy, é possível definir o hipertexto como uma forma de escrita não-sequencial, ou seja, um texto que se espalha em ramificações e oferece ao leitor a possibilidade de escolher caminhos de leitura, sendo melhor aplicado em telas interativas (NELSON apud BELLEI, 2002).

Isto que dizer que o hipertexto além de envolver a noção de texto, é mais que um texto, tanto é que para Leão (2001), ele, em geral, é composto por blocos de informações e por vínculos eletrônicos que são chamados de *links* e fazem a ligação entre os elementos. Antes da utilização dos computadores e dos avanços da interface gráfica, o hipertexto já existia no ambiente impresso, porém de forma mais restrita. Um exemplo são as notas de referência em artigos acadêmicos, que conduzem o leitor para uma informação que está fora da linearidade do texto. Os próprios jornais impressos também recorrem a elementos hipertextuais, entre eles o “olho”, espécie de caixa informativa que é colocada em meio ao texto, de forma não-sequencial, para chamar a atenção para um trecho da matéria.

Somente após o advento da Internet e a evolução da computação gráfica, toda a potencialidade do hipertexto foi evidenciada e explorada na forma do que ficou conhecido como navegação. Foi possível entender em que realmente consiste o hipertexto. Para Lévy, (1993, p.37):

A reação ao clique sobre um botão (lugar da tela de onde é possível chamar um outro nó) leva menos de um segundo. A quase instantaneidade da passagem de um nó a outro permite generalizar e utilizar em toda sua extensão o princípio da não linearidade. Isto se torna a norma, um novo sistema de escrita, uma metamorfose da leitura, batizada de navegação.

Essas considerações permitem a compreensão de que o ambiente hipertextual se configura em conjuntos de informação que estão conectadas por meio dos *links*, ou seja, por ligações, que Bugay e Ulbricht (2000) chamam de ponteiros sinalizados. Segundo eles, a navegação na Internet é baseada nesses ponteiros, que conduzirão o leitor pelo ambiente hipertextual de forma célere.

Assim, a estrutura do hipertexto na *Web* apresenta ao internauta um cenário de leitura multilinear e interativa, já que é o internauta que definirá seu percurso de leitura. É o que explica Bellei (2002, p.45): “o que caracteriza estruturalmente o hipertexto não é a sequência linear de blocos de significado [...] mas a possibilidade de trajetórias de leitura multilineares, indicadas pelas setas e tornadas possíveis pelas linguagens de programação [...]”.

É possível entender então que a hipertextualidade, explorada em sua real potencialidade na *Web*, apresentou ao mundo uma maneira mais atrativa e interativa de acesso a conteúdos. O novo meio oferece destaque também à função do leitor, ou melhor, do internauta, uma vez que este escolhe a sequência da leitura, sequência esta que pode até mesmo ser diferente da que foi planejada por quem construiu o hipertexto. Lévy (2000, p.57) faz esclarecimentos sobre esse processo ao afirmar que:

O navegador participa, portanto, da redação do texto que lê. Tudo se dá como se o autor de um hipertexto constituísse uma matriz de textos potenciais, o papel dos navegantes sendo o de realizar alguns desses textos colocando em jogo cada qual à sua maneira, a combinatória entre os nós. [...] Não apenas irá escolher quais links preexistentes serão usados, mas irá criar novos links que terão um sentido para ele e que não terão sido pensados pelo criador do hipertexto.

Tudo isso leva à reflexão sobre as características da Internet. Para compreender melhor os aspectos que fazem com que a Internet seja considerada pelos teóricos como um suporte mais atrativo e interativo que o meio impresso, recorre-se aos estudos de Pinho (2003). Segundo ele, a internet é bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais em aspectos como linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, interatividade, acessibilidade, custos de produção e de veiculação. Pinho defende que é preciso ter conhecimento dos aspectos que diferenciam a Internet de outros meios, para que seja possível utilizá-la adequadamente como instrumento de informação. As diferenças apontadas por Pinho podem ser visualizadas, na página a seguir, no quadro comparativo (quadro 1) entre os aspectos da Internet e do meio impresso.

ASPECTOS	MEIO IMPRESSO	INTERNET
Linearidade	Linear	Não- linear
Fisiologia	Leitura no papel com controle de distância em relação aos olhos	Leitura na tela, forçando os olhos a se ajustarem ao que é visualizado
Instantaneidade	Não imediata	Imediata
Dirigibilidade	Restrições de espaço e tempo e determinação do que é e não é notícia	Sem restrições de espaço e tempo e ausência de filtros de informação
Interatividade	Limitada	Ilimitada
Acessibilidade	Disponível a cada 24 horas	Disponível 24 horas por dia
Custos de produção e de veiculação	Elevados	Irrisórios

Quadro 1: Comparação entre o meio impresso e a Internet. Fonte: Pinho (2003)

O quadro comparativo conduz ao entendimento de que a Internet é um ambiente mais interativo que o impresso por conta da hipertextualidade. Textos produzidos para a *Web* possuem a desvantagem de não estarem nas mãos, como é o caso do meio impresso, no entanto, podem chegar aos leitores de forma instantânea, em tempo real, sem restrições de espaço e, até mesmo, sem que haja uma edição rígida da informação. Além disso, esses textos podem estar disponíveis a qualquer momento, e os custos para sua veiculação são bem mais baixos do que a impressão de um veículo *on-line*.

A possibilidade de interagir com os conteúdos é um dos principais atrativos para os internautas. Como afirma Dizard Júnior (2000, p.24), a Internet já não é mais apenas um brinquedo tecnológico de fanáticos por computadores: “A rede se expandiu em 50% a cada ano durante a década de 90, impulsionada pelo interesse dos usuários comuns de computadores na *World Wide Web* e nas demais ferramentas da Internet”.

Por conta desse crescente interesse das pessoas pela Internet, várias atividades comerciais, políticas, econômicas e sociais, entre elas o jornalismo, logo perceberam que os recursos disponíveis na Internet, como o ambiente hipertextual, seriam fundamentais para que continuassem a ter clientes (no caso do jornalismo, leitores e anunciantes).

Foi assim, que as empresas jornalísticas constataram que para se manterem em funcionamento no novo cenário midiático, que estava surgindo na década de 1990, era necessário entrar na rede e também saber utilizar seus recursos. A *Web* e o ambiente hipertextual chegaram às redações dos jornais para provocar uma verdadeira revolução na atuação dos profissionais e na produção jornalística.

2.6 Primeiras experiências de jornalismo *on-line*

Com a chegada da Internet, jornais impressos de todo o planeta perceberam que a nova mídia representava um desafio às suas atividades. Houve quem decretasse o fim da modalidade jornalística impressa, à semelhança do que ocorreu na década de 1950 com o advento do rádio e da televisão. Por outro lado, houve também quem enxergasse na Internet um potencial jornalístico a ser explorado.

Antes da abertura oficial da Internet em meados de 1995, um jornal norte-americano, o *San Jose Mercury News* se tornou o pioneiro no oferecimento de notícias por meio de um provedor *on-line* em 1994.¹⁶ Poucos anos depois, na passagem do século XX para o XXI, a maioria dos jornais de grande porte nos Estados Unidos já estava na rede, como destaca Dizard Jr (2000).

¹⁶ Mais sobre a história das primeiras experiências de jornalismo *on-line* nos Estados Unidos ver: Dizard Jr (2000)

As experiências norte-americanas de jornalismo *on-line* logo despertaram a atenção de empresas jornalísticas de outros países. No Brasil não foi diferente e os jornalistas locais também quiseram experimentar a nova mídia.

Ao chegar ao Brasil, em 1995, a *Web* surpreendeu os jornalistas em função de seu caráter dinâmico e os instigou a entrar na rede. Segundo Monteiro e Simone (2001), a primeira aventura jornalística brasileira *on-line* ocorreu em maio de 1995. Inspirado no exemplo norte-americano, o Jornal do Brasil, sediado no Rio de Janeiro, foi o primeiro jornal impresso brasileiro a disponibilizar sua edição no ambiente virtual da *Web*. Para destacar esse fato, atualmente o periódico exhibe em sua edição *on-line* o *slogan* “JB online- O primeiro jornal brasileiro na internet”.

Após a experiência do Jornal do Brasil, outros grandes periódicos brasileiros também ingressaram na Internet.¹⁷ Segundo Johnson (2006), 47 dos 373 jornais diários brasileiros já estavam na Internet em fevereiro de 1997. Após a virada do século, o número de veículos *on-line* aumentou no Brasil. De acordo com Monteiro e Simone (2001), funcionavam no Brasil, em 2001, 124 jornais *on-line*, entre jornais impressos que migraram para a *Web*, criando versões digitais, e veículos que nasceram na rede, como os informativos dos portais de conteúdo. No ano seguinte, Adghirni (2002) apontou que já existiam no Brasil 192 jornais digitais incluídos em um universo de aproximadamente 400 *sites* de notícias. Não foi possível levantar quantos *sites* de notícias e jornais *on-line* existem atualmente, uma vez não terem sido encontrados estudos mais atualizados sobre o assunto. Porém, é possível estimar que esse número já tenha crescido devido o interesse das empresas jornalísticas pelo meio digital.

Porém, nem sempre esse interesse vem acompanhado de um estudo para o deslocamento ao novo meio. De acordo com Johnson (2006, p. 12), os jornais brasileiros iniciaram a migração para a Internet, na década de 1990, de forma impulsiva, começando “[...]”

¹⁷ Mais informações sobre a história das primeiras experiências de jornalismo *on-line* no Brasil ver: Johnson (2006)

a operar na Internet por causa da crença de que havia um mercado para os jornais eletrônicos e porque eles queriam garantir um lugar no novo meio”.

Isto quer dizer que nenhum dos periódicos da época procurou identificar as verdadeiras necessidades para implementação de um negócio eletrônico. A atitude inicial dos jornais, diante da nova mídia, foi então a de apenas adaptar o conteúdo impresso ao ambiente virtual da *Web*, sem levar em conta, como destaca Alves (2006, p.94), as características da nova mídia que possui mais imediatismo e interatividade. Para ele:

Em vez de ver a *web* como um novo meio, com características próprias, as empresas tradicionais a encararam como uma nova ferramenta para distribuir conteúdos, originalmente produzidos em outros formatos. Na melhor das hipóteses, via-se a presença na Internet como uma extensão ou um complemento do produto tradicional. Assim, esta primeira década do jornalismo digital foi caracterizada por este pecado original: a simples transferência do conteúdo de um meio tradicional para outro novo, com pouca ou nenhuma adaptação.

Porém, em meio às primeiras experiências ainda confusas de migração de jornais impressos para a Internet, também ocorreu o despertar de interesse em fazer jornalismo na própria *Web*. Por esse motivo, cerca de cinco anos depois do lançamento das primeiras versões *on-line* de jornais brasileiros, surgiu o primeiro informativo com origem direta na Internet brasileira, ou seja, um jornal *on-line* que foi criado especificamente para o ambiente virtual. Em 2000, segundo Adghirni (2002), foi lançado o *Último Segundo*, informativo noticioso do *site* IG, que é considerado o primeiro jornal digital que nasceu dentro da Internet brasileira, tentando respeitar a linguagem do meio. Tanto é que Monteiro e Simone (2001) destacam que o lançamento do *Último Segundo* marca o rompimento com o costume que estava em vigor de apenas adaptar versões jornalísticas impressas para a *on-line*. Sendo assim, o *Último Segundo* inaugurou um novo modelo de jornalismo *on-line* no Brasil. É o jornalismo que está presente atualmente nos portais de conteúdo, como o próprio IG, o Terra, o UOL, entre outros.

Desde o surgimento do *Último Segundo*, as discussões sobre a linguagem jornalística na Internet estão em evidência. Como afirma Johnson (2006), a *Web* possui características como o imediatismo, a interatividade e recursos multimídia, e por esse motivo requer a criação de um produto totalmente novo, ou seja, não basta adaptar o produto impresso para ser lido na tela do computador. Os jornais tradicionais, que apenas transferiam suas versões impressas para a *Web*, começaram a perceber que esse modelo não era ideal e também iniciaram experiências de produção direta na internet, um exemplo é a Folha Online de São Paulo.

Para resumir os aspectos da primeira década de jornalismo *on-line* recorre-se a Mielniczuc (2002), para quem é possível identificar três fases distintas: a transpositiva, a metafórica, e a do webjornalismo ou, como é denominado aqui, jornalismo *on-line*. Como já foi explicado, a fase transpositiva era caracterizada pela reprodução de partes de jornais impressos com atualização a cada 24 horas em média. Já a fase da metáfora representou as primeiras tentativas de usar os recursos da rede, embora os produtos ainda estivessem muito relacionados ao modelo do impresso. A terceira fase, denominada por Mielniczuc de webjornalismo, ocorre quando os sites jornalísticos se desvinculam da ideia de fazer versões de jornais impressos para a Internet e passam a explorar as potencialidades da *Web* na elaboração de produtos jornalísticos hipermidiáticos.

Apesar de terem ocorrido alterações técnicas na produção do jornalismo *on-line*, o conflito ainda existe, como bem lembra Johnson (2006), pois mesmo depois de mais de uma década de migração dos primeiros jornais impressos para a Internet, a indústria jornalística continua a questionar como pode ajustar os procedimentos que eram utilizados na redação impressa ao novo suporte tecnológico, que é a Internet. Por conta desses questionamentos, é necessário expor os argumentos favoráveis e contrários ao uso do modelo da pirâmide invertida na Internet.

2.7 O texto jornalístico na Web- argumentos a favor e contra a pirâmide invertida

2.7.1 A favor...

O primeiro a defender a utilização da pirâmide invertida na *Web* foi o norte-americano Jacob Nielsen, estudioso da usabilidade na *Web*, no artigo “Pirâmide invertida no ciberespaço” de 1996. Naquela época, ele chegou a afirmar que, na *Web*, a pirâmide invertida seria importante porque estudos já haviam comprovado que os internautas não rolavam as páginas. Os usuários, segundo Nielsen, muito frequentemente só liam a parte superior dos textos. Em 2003, Nielsen fez uma complementação a essa ideia e afirmou que a prática da experiência de acesso às páginas da *Web* já havia tornado os usuários mais familiarizados com a rolagem das páginas. Por outro lado, ele ainda continuava a defender que a pirâmide invertida deveria ser utilizada.

Ainda no artigo de 1996, Nielsen reconhecia que fazer jornalismo na *Web* é diferente de fazer jornalismo impresso, uma vez que o hipertexto oferece recursos que vão além da elaboração de um texto linear, típica do impresso. A recomendação dele, diante dessas constatações, foi de que os jornalistas ao escreverem para a *Web* optassem por textos mais curtos, que não exigissem a necessidade de rolar páginas. Para ele, cada página deveria ser estruturada como uma pirâmide invertida, e todo o trabalho se pareceria com um conjunto de pirâmides flutuando no ciberespaço.

Em outro artigo de 1997, “Como os usuários lêem na *Web*”, Nielsen destacou que quem vai escrever para a *Web* tem que empregar um recurso que ele denominou de texto escaneável. Para isso, ele destaca que é necessário fazer uso de palavras-chave realçadas (*links* com destaque em cor diferenciada), escrever somente uma ideia por parágrafo, utilizar o

estilo da pirâmide invertida, e usar metade ou menos das palavras que usaria em um texto convencional.

Alguns teóricos brasileiros contemporâneos, como Pinho (2003) e Ferrari (2008), também sustentam que o uso de elementos que compõe o modelo da pirâmide invertida, como o *lead*, torna-se importante na *Web* por conta do fato de que os internautas não apreciam o ato de rolar páginas, o que os leva a ler em geral apenas os primeiros parágrafos de um texto.

Ao analisar a produção do texto jornalístico para a *Web*, Ferrari (2008, p.49) defende que o *lead* continue sendo usado em matérias jornalísticas na Internet, levando em consideração que ele é um “[...] conceito tradicional do jornalismo que não pode ser esquecido na *Web*- ao contrário, deve ganhar força”. Segundo ela, o jornalismo *on-line*, por se apresentar em um espaço dinâmico como a *Web*, precisa das características presentes no *lead*.

Na opinião de Moura (2002, p.55), o *lead* é importante em textos jornalísticos na *Web*: “[...] é preciso ter em mente que o leitor do veículo virtual é apressado e, se não temos um bom lide e uma boa amarração de idéias para dar continuidade até finalizar a reportagem de uma notícia [...] perdemos o freguês, que vai clicar em outro link e vai embora.”

Para Ferrari, o texto jornalístico na *Web* precisa ser sintético e encorajar o internauta a continuar a leitura. Ela explica que “Ao escrever *on-line*, é essencial dizer ao leitor de forma rápida qual é a notícia e por que ele deve continuar lendo aquele texto. Daí a importância de recorrer à velha fórmula ‘quem fez o quê, quando, onde e por quê’”. (FERRARI, 2008, p.49) No entanto, Ferrari reconhece que a Internet apresentou aos jornalistas novas formas de escrever e recursos de hipermídia a serem explorados, como os recursos de *links* para áudios, vídeos, e fotos:

A *Web* permite ao usuário decidir em que ordem quer ler ou apenas visitar um site. Isso deve [...] obrigar aos jornalistas a encontrar outras formas de contar histórias na Internet, diferentes dos grandes blocos de textos. [...] Já é possível encontrar matérias divididas em diversas notas, com clipes de áudio e vídeo, gráficos e mapas na *Web* (FERRARI, 2008, p.76)

Moura (2002) pensa da mesma forma que Ferrari ao afirmar que cada vez mais recursos de áudio e vídeo são incorporados à rede com o objetivo de fazer com que o internauta apressado não tenha tanto trabalho em ficar lendo longas explicações.

É por esse motivo, que Pinho (2003) também alerta que não é bom haver a mera transposição do modelo do texto jornalístico impresso para o ambiente *on-line* e salienta a importância da reflexão sobre o texto jornalístico na *Web*. Segundo ele, o texto para a nova mídia digital, principalmente a informação e o conteúdo jornalístico, precisam ser bem estudados, uma vez que escrever para o mundo *on-line* é diferente de escrever para um meio impresso. No entanto, apesar de avaliar que o meio digital tem diferenças em relação ao meio impresso, Pinho concorda com Nielsen e afirma que, embora existam críticas, a pirâmide invertida deve ser utilizada na *Web* para garantir a concisão e a correta apresentação de dados das matérias jornalísticas.

2.7.2 Contra...

Entre os teóricos contrários a utilização da pirâmide invertida em textos jornalísticos na *Web* está Ward (2006). Ele aconselha que as matérias jornalísticas digitais sejam divididas em blocos. Com relação aos modelos em forma de pirâmide, Ward se apresenta favorável apenas à pirâmide em formato normal e critica a forma invertida. Ele afirma que a pirâmide invertida posiciona as informações em um bloco de seções interligadas rigidamente estruturadas, o que funciona em jornais impressos, mas, segundo ele, não é adequado para textos em ambiente *on-line*. Nas suas palavras:

O modelo funciona muito melhor na posição normal, com a base mais larga para baixo. Essa forma de pirâmide, de cima para baixo, reflete tanto a importância quanto a quantidade do que será escrito. Na posição invertida, apenas a importância é refletida (a parte maior no topo). (WARD, 2006, p.114)

Já Mielniczuc (2002) avalia que características específicas do jornalismo *on-line* não favorecem o uso da pirâmide invertida. Entre essas características está a hipertextualidade, já explicada, e que faz com que o texto jornalístico na *Web* se apresente de forma mais fragmentada, o que não ocorre no jornal impresso no qual a pirâmide invertida é usada. A multimídia (possibilidade do uso de sons, fotos e vídeos) é outra característica citada por Mielniczuc como aspecto que dispensa o uso da pirâmide invertida na Internet. Para ela:

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. [...] 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. (MIELNICZUC, 2002, p.11)

Mielniczuc também afirma que a instantaneidade do texto jornalístico *on-line* faz com que as matérias estejam em construção constante, uma vez que é possível acrescentar novas informações em tempo real. Além disso, outras características do texto jornalístico *on-line*, que Mielniczuc define como interatividade e personalização, não são compatíveis com o modelo da pirâmide invertida, no qual o redator define os aspectos mais relevantes da notícia.

O jornalista não é mais o único a determinar o que é o mais importante na narrativa do fato noticioso (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 ele passa a acontecer com maiores possibilidades – comparativamente com o impresso – na hora da leitura, da navegação pelo hipertexto. (MIELNICZUC, 2002, p.12)

Totalmente contrário ao uso da pirâmide invertida na *Web*, Canavilhas (2006) provocou polêmica ao defender o uso do que ele batizou de “pirâmide deitada” como modelo ideal para o texto jornalístico *on-line*. Segundo ele, as características hipertextuais da Internet, onde o espaço para escrita é ilimitado, tornam desnecessário o uso de um modelo que foi criado por

conta da possibilidade de cortes no texto para adequação ao espaço do meio impresso. Ele afirma o seguinte:

[...] consideramos que a técnica em causa está intimamente ligada a um jornalismo muito limitado pelas características do suporte que utiliza – o papel. Usar a técnica da pirâmide invertida na *Web* é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adopção de uma arquitectura noticiosa aberta e de livre navegação. (CANAVILHAS, 2006, p.7)

Sendo assim, essas considerações conduzem ao entendimento de que, para Canavilhas, é fundamental para o texto jornalístico na *Web* utilizar um modelo que explore o recurso da hipertextualidade, o que implica em uma nova linguagem para o jornalismo *on-line*. Ainda, nas palavras dele:

Se no papel, a organização dos dados evolui de forma decrescente em relação à importância que o jornalista atribui aos dados, na *Web* é o leitor quem define o seu próprio percurso de leitura. A técnica da pirâmide invertida, preciosa na curta informação de última hora, perde a sua eficácia em webnotícias mais desenvolvidas, por condicionar o leitor a rotinas de leitura semelhantes às da imprensa escrita. (CANAVILHAS, 2006, p. 12)

Por conta de todos esses argumentos é que Canavilhas propõe o modelo da pirâmide deitada, no qual as informações são oferecidas aos leitores em maior quantidade e distribuídas de forma horizontal e não vertical, como no impresso. A notícia vai de um nível com menos informação a outros sucessivos níveis que possuem informações mais aprofundadas sobre o mesmo tema. O autor da proposta reforça que, assim como no modelo da pirâmide invertida, o leitor pode abandonar a leitura em qualquer ponto sem deixar de compreender a notícia. A diferença, conforme Canavilhas, é de que na “pirâmide deitada” o leitor pode escolher entre seguir somente um eixo de leitura ou navegar de forma livre no interior da notícia.

O desenvolvimento da notícia em forma de “pirâmide deitada”, na concepção de Canavilhas, pode ser visualizado na figura 12.

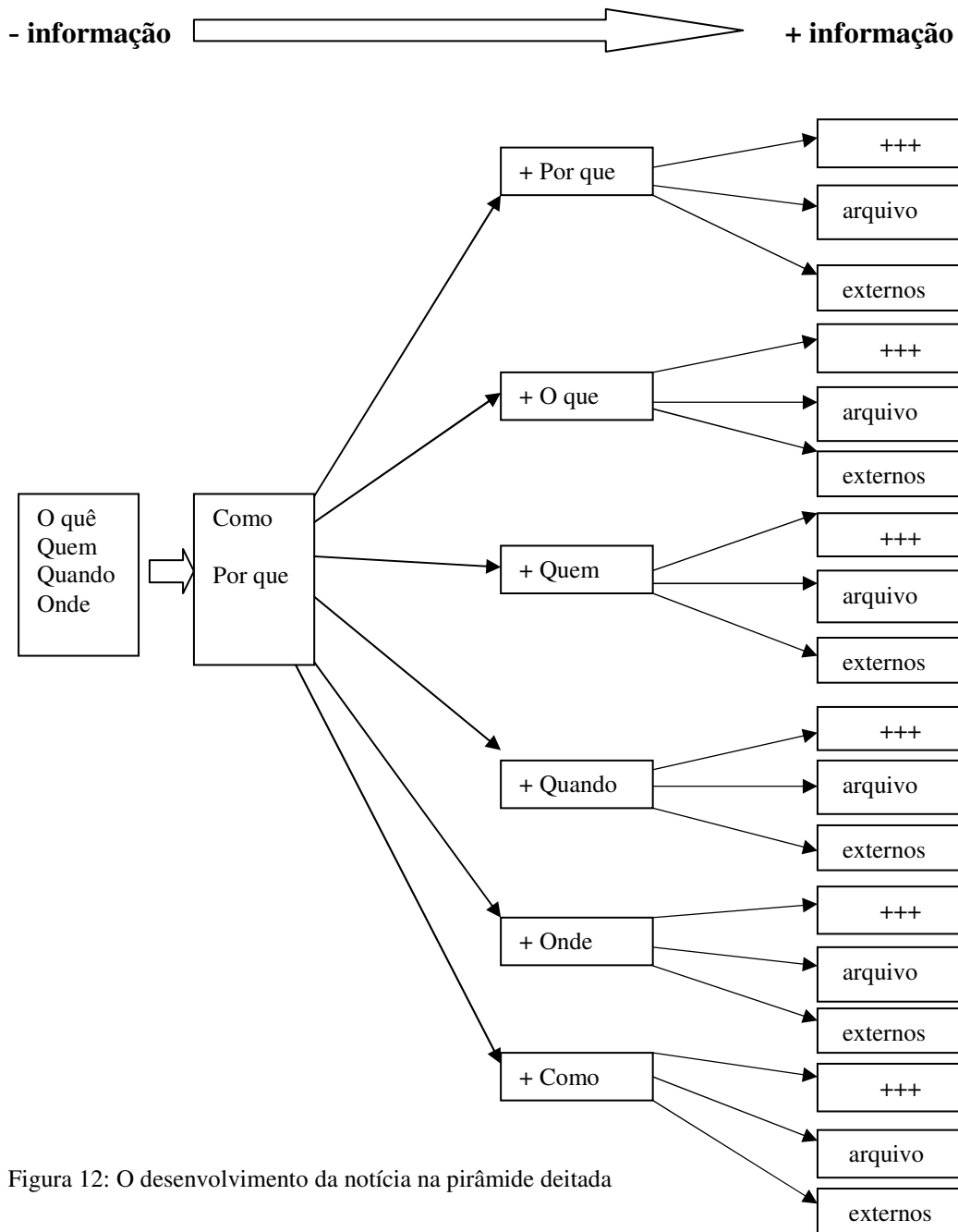
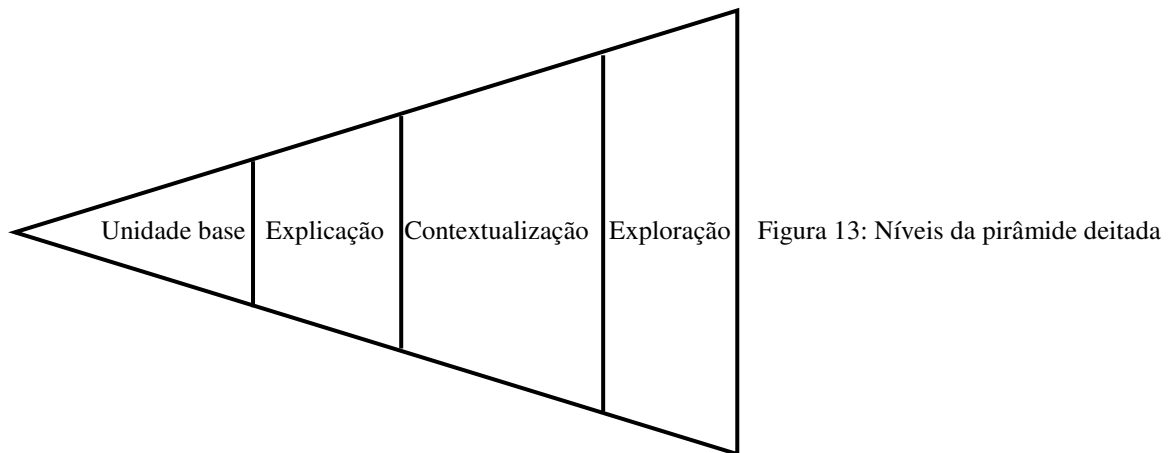


Figura 12: O desenvolvimento da notícia na pirâmide deitada

Em relação à sua ideia de “pirâmide deitada”, Canavilhas (2006) também explica que não há uma organização dos textos em função da importância informativa. O que ocorre, na verdade, são indicações das pistas de leitura. Essas pistas estão distribuídas em quatro níveis

de leitura denominados de unidade base, nível de explicação, nível de contextualização e nível de exploração. A visualização desses quatro níveis de leitura que compõem a pirâmide deitada pode ser feita na figura 13.



A figura 13 apresenta os quatro níveis de leitura e para entender melhor a concepção de Canavilhas é necessário esclarecer que a unidade base corresponderia a um *lead* que responde às perguntas o quê, quando, quem e onde. O nível de explicação responderia às perguntas por quê e como. Já o nível de contextualização oferece mais informações sobre todas as perguntas que podem ser disponibilizadas tanto em formato textual, como em fotos, vídeos, áudios, infográficos e animações. Por fim, o nível de exploração vai fazer a ligação da notícia com outros arquivos de interesse, inclusive externos.

O modelo da pirâmide deitada, segundo seu idealizador, exige uma nova postura do profissional jornalista, que deverá saber explorar os recursos que a hipertextualidade oferece.

De acordo com ele:

A pirâmide deitada é uma técnica libertadora para utilizadores, mas também para jornalistas. Se o utilizador tem a possibilidade de navegar dentro da notícia, fazendo uma leitura pessoal, o jornalista tem ao seu dispor um conjunto de recursos estilísticos que, em conjunto com novos conteúdos multimédia, permitem reinventar o webjornalismo em cada nova notícia. (CANAVILHAS, 2006, p.16)

Além da pirâmide deitada e da pirâmide normal, outra teoria que defende um modelo de redação jornalística diferente da pirâmide invertida na *Web* é o “Efeito Champanhe” ou “Taça de Champanhe”, que é mais recomendada para textos longos. No Brasil, essa teoria é citada no manual de redação do *Último Segundo*, que será discutido adiante. Com relação ao “efeito champanhe”, o manual informa que o modelo de redação foi idealizado pelo consultor na área de jornalismo, Mario García, e deve ser usado em textos longos na *Web*. O “efeito champanhe” consiste em despertar a atenção do leitor a cada 21 linhas de texto.

O consultor que criou esse modelo defende que as telas de computador podem comportar 21 linhas de texto sem necessidade de rolagem da página. Por esse motivo, ao atingir essa quantidade de linhas, o redator precisa utilizar um gancho que atraia a atenção do leitor para dar continuidade à leitura, rolando a página. A representação gráfica mais próxima do que seria o “efeito champanhe” está na figura 14.

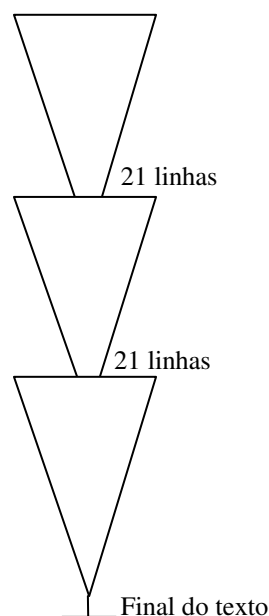


Figura 14: Efeito champanhe

Lembrando que a quantidade de partes com 21 linhas não é limitada. O principal objetivo do “efeito champanhe” é fazer com que o leitor tenha a mesma sensação de quem bebe uma taça de champanhe que ao ser esvaziada é imediatamente preenchida novamente,

fazendo com que a bebida retorne à borda. A forma de fazer isso no texto seria guardar partes relevantes da história para cada grupo de 21 linhas.

Essa proposta de nova técnica batizada de “efeito champanhe” já provocou questionamentos no meio jornalístico a respeito da necessidade de aguardar 21 linhas para colocar um “gancho”, ou seja, a informação mais atrativa. Salatiel (2007) fez uma análise sobre o impasse e chegou à conclusão de que, na *Web*, algumas matérias podem ser escritas ainda com base no *lead* e na pirâmide invertida, mas há outras que pedem um tratamento diferenciado, caso do “efeito champanhe”. Ele considera:

Interessante como o manual do IG se contradiz. Primeiro afirma que o conceito de pirâmide invertida ‘não se aplica em textos para serem lidos nas telas de computador’, para em seguida dizer que o efeito champanhe ‘só se aplica para textos analíticos, comentários e opinativos, porque os textos noticiosos nunca podem ter mais de 1500 caracteres’. Ou seja, em matérias quentes, caso da maior parte das notícias na *Web*, use a pirâmide invertida. Curtas e completas. Para matérias frias, analíticas e reportagens especiais, dilua as informações em blocos e segure o leitor em subtítulos. Ao final do texto, como no final de cada capítulo de novela, deixe um ‘rabo’ para que o leitor siga os *links* e continue a leitura. (SALATIEL,2007, s/p)

Em resumo, pelo que foi discutido até aqui é possível afirmar que ainda restam muitas dúvidas sobre qual modelo textual é o mais apropriado para a *Web*. Os estudiosos concordam em alguns pontos, porém discordam em vários. Por esse motivo, antes de encerrar este capítulo é necessário resumir o que é consenso e está estabelecido como correto; e o que é dissenso entre os teóricos e ainda não foi solucionado.

2.8 Consenso e dissenso sobre a questão da estrutura do texto jornalístico na *Web*

No que eles concordam...

- A Internet é um meio diferenciado do impresso e, por tanto, o texto jornalístico precisa ser repensando quando é escrito para o meio *on-line*

- É preciso utilizar textos breves, uma vez que o internauta não aprecia a rolagem de páginas em excesso.

No que eles discordam...

- Para alguns, a pirâmide invertida ainda é válida no meio digital
- Para outros, ela precisa ser abolida o mais rápido possível.

Ainda em meio a essas dúvidas sobre o uso da pirâmide invertida na Internet, o próximo capítulo abordará a caracterização do *Último Segundo* e definirá os parâmetros de análise, com a construção dos dispositivos teórico e analítico, baseados na Análise de Discurso de linha francesa.

3 Caracterização do *Último Segundo* e parâmetros de análise

Após discutir nos primeiros capítulos a historicidade da pirâmide invertida e os impactos da Internet na redação de textos jornalísticos, é necessário agora caracterizar o jornal *on-line* no qual será realizada a análise. Para isso, inicialmente será feito um pequeno histórico desse informativo.

3.1 O *Último Segundo*

O *Último Segundo* é o jornal do *Internet Group*, grupo que atualmente integra os portais IG, IBest e BrTurbo, pertencente à empresa Brasil Telecom. Portanto, para fazer uma abordagem precisa desse informativo, é necessário, primeiramente, realizar esclarecimentos sobre o grupo que teve início com o portal IG.

O IG é um portal que oferece acesso gratuito, foi criado no final de 1999 e lançado entre 9 e 10 de janeiro de 2000 com a sigla significando “Internet Grátis”. Em 2001, o significado da sigla passou a ser “*Internet Group*”. De acordo com Santos (2002), o lançamento do IG foi bastante discutido na época por conta do oferecimento de acesso gratuito à Internet e pelo investimento de U\$ 120 milhões, custeado pelos fundos de investimento AGP e Opportunity.

Em seu planejamento, durante o ano de 1999, o IG tinha como proposta inicial somente a disponibilização do acesso gratuito à Internet. Santos (2002) destaca que em outubro daquele ano foi acrescentada ao projeto a ideia de oferecer também conteúdo. Assim, começou a ser projetado o *Último Segundo*. Ela coloca que:

Na verdade, o IG começou com o jornal *Último Segundo*, que é um dos dois sites de conteúdo jornalístico do portal IG e o seu mais importante produto; o outro é o site Babado, cujo enfoque está centrado em notícias sobre TV e celebridades [...] O *Último Segundo* começou a ser planejado em outubro de 1999. Em 27 de dezembro daquele ano estreou de forma experimental, antes

mesmo de o serviço de acesso gratuito ser lançado no dia 10 de janeiro de 2000. (SANTOS, 2002, p.45-46)

A estreia do *Último Segundo* ocorreu sob o *slogan* “O jornal da Internet”, porém em 2001, esse *slogan* foi trocado para “O jornal líder de audiência na Internet”. Santos (2002) explica que isso ocorreu por conta do aumento da audiência do jornal. Hamilton (2002) afirma que o *Último Segundo* pode ser considerado o “carro chefe” do portal IG e concorda com Santos: “Em pouco mais de um ano de existência, o *Último Segundo* ganhou o prêmio I-Best (espécie de Oscar da Internet brasileira) e se tornou o jornal online de maior audiência no país” (HAMILTON, 2002, p.5). Atualmente, a interface inicial do *Último Segundo* não apresenta nenhum tipo de *slogan*, apenas é apresentado o título do informativo. Nas figuras 15 e 16 podem ser visualizadas as primeiras interfaces do jornal *Último Segundo*, extraídas da pesquisa de Santos (2002):



Figura 15: Primeira Interface do *Último Segundo* com o *slogan* “O jornal da Internet” em 2000
Fonte: Santos (2002)



Figura 16: Interface do *Último Segundo* com o slogan “O jornal líder de audiência na Internet” em 2002

Fonte: Santos (2002)

A figura 17 mostra a interface inicial do *Último Segundo* em 2009, sem a exibição de slogans e apresentando outro projeto de web design.



Figura 17: Interface do *Último Segundo* em 2009

Por todas as afirmações anteriores, o *Último Segundo* pode ser considerado o primeiro jornal *on-line* brasileiro a produzir notícias exclusivamente para a Internet. O IG se tornou um portal pioneiro por ter lançado esse informativo, que não se restringe a veicular matérias de agências, mas também produz suas próprias matérias. É o que destaca Santos (2002, p. 46), ao afirmar que:

A natureza da opção feita pelo grupo - oferecer conteúdo próprio, acesso, além de outros serviços gratuitos - torna o IG pioneiro no Brasil e, de certa forma, singular dentre os demais portais da mesma categoria no país, não só por ser um produto de uma empresa de comunicação que já nasceu totalmente voltada para a Internet, mas principalmente por não se limitar a disponibilizar informações oriundas de agências associadas, como boa parte dos portais o faz. O IG produz seu próprio conteúdo jornalístico, cujo pilar de diferenciação é atualização constante.

Atualmente, o *Último Segundo* é produzido por uma equipe de aproximadamente 30 jornalistas, que estão divididos em uma estrutura hierárquica similar a de um jornal impresso, ou seja, há repórteres, redatores, editores, chefe de reportagem, redador-chefe, diretor de jornalismo e tradutores, além de colunistas, colaboradores e *free lancers*. Diferentemente da mídia tradicional, o *Último Segundo* não tem um horário de fechamento, isto é, a redação trabalha 24 horas. É o que Moura (2002, p.46) explica: “Os plantões são essenciais, pois o leitor de um *Globo On Line* ou do *Último Segundo* quer acessar um desses jornais e encontrar novidades instantâneas do Brasil e do mundo”.

Os repórteres do *Último Segundo* não produzem apenas na redação, há cumprimento de pautas externas nas ruas e o trabalho não é diferente de como acontece em outras mídias. Acontecem reuniões de pautas e os repórteres são orientados por pré-pautas de matérias que serão destaque no jornal nas próximas horas.

Além do conteúdo produzido por sua equipe de repórteres, o *Último Segundo* publica textos jornalísticos de agências de notícias nacionais e internacionais, entre elas a *British*

Broadcasting Corporation (BBC), a New York Times, Reuters, a Agência Estado, Associated Press (AP) e Agence France Presse (AFP).

De acordo com o diretório “*Tudo sobre o Último Segundo*”, que está presente no informativo, a atualização de matérias é feita das “[...] formas mais diversas. Mas o conceito é velocidade de atualização, o tempo todo e toda hora. Ser o portal mais ágil e veloz na atualização de seus conteúdos”. (TUDO SOBRE O ÚLTIMO SEGUNDO, 2009, s/p)

3.2 Conteúdo

O *Último Segundo* pode ser acessado por meio de *links* nos portais IG, IBest e BRTurbo ou diretamente no endereço www.ultimosegundo.ig.com.br. A interface gráfica inicial do *Último Segundo* apresenta na faixa superior um título sem *slogan* e um *link* para o buscador do portal IG. Logo abaixo há uma linha horizontal com *links* para as editorias “Esportes”, “Brasil”, “Mundo”, “Economia”, “Blogs-opinião”, “Cultura e Diversão”, “Tecnologia”, “Educação” e “Multimídia”.

Abaixo da linha de editorias, o jornal apresenta a manchete composta por um antetítulo (ou chapéu) em fonte menor e vermelha e um título em fonte maior com destaque (ver figura 18). A seguir há, em média, de seis a sete *links* com antetítulos e títulos para outras matérias do dia.



Figura 18: Manchete na interface inicial do *Último Segundo*

Além disso, o *Último Segundo* possui diretórios que restringem o conteúdo do informativo de acordo com o interesse do internauta, entre eles estão o de “Vídeos”, “Imagens”, “Últimas Notícias”, “Manchetes anteriores”, “Mais lidas”, “Brasil”, “Mundo” “Economia” e “Esportes”. Todos os diretórios oferecem em média entre quatro e cinco assuntos por vez, conforme a atualização.

O *Último Segundo* também possui uma coluna vertical, localizada na tela à esquerda do usuário. Essa coluna é dividida em três diretórios: conteúdo, sites e serviços. Este trabalho se deteve apenas no diretório de conteúdo, onde estão localizadas as matérias jornalísticas. O diretório de conteúdo possui *links* para “Previsão do Tempo”; “Trânsito”; “Cotações”; “Simulador” (de investimentos); “Galerias de Fotos” (sobre as notícias); “Vídeos” (sobre as notícias); “Giro *Último Segundo*” (gravações de vídeo com *flashes* de notícias feitas por repórteres direto da redação ou por colunistas e comentaristas); acesso para oito colunistas; “As mais lidas da semana” (em média cinco matérias); para os textos das agências “BBC Brasil e NY Times” (são apresentados em interface gráfica igual a do *Último Segundo*); e “Poupa Clique” (serviços financeiros)

3.3 Manual de Redação

O *Último Segundo*, como já foi mencionado, possui um manual de redação *on-line* que orienta a elaboração dos textos que são postados no *site*. Na apresentação do manual, é definido que ele se “[...] baseia nos princípios do bom jornalismo, em convenções experimentadas em serviços *online* e na experiência de seus profissionais de conteúdo”. (MANUAL DO ÚLTIMO SEGUNDO, 2009, *s/p*)

O manual é dividido em oito partes: introdução, princípios editoriais, nova ortografia, *layout*, edição, redação, princípios de comportamento, bibliografia. Neste trabalho, são discutidos apenas os itens edição e redação.

No item “Edição” do manual é ressaltado que a edição da *home page* do *Último Segundo* precisa de dinamismo e deve ser elaborada de forma a oferecer uma surpresa ao internauta cada vez que ele visitar a página. O manual recomenda também o máximo cuidado com os *links*, que devem ser averiguados antes da postagem.

Quanto à manchete principal, o manual indica que ela é a notícia considerada de maior relevância no momento da edição e utiliza o maior corpo de fonte entre todos os textos exibidos. As regras são semelhantes às aplicadas em um jornal impresso, com a especificidade da manchete possuir apenas uma linha.

O item “Redação” do manual do *Último Segundo* é subdividido em três partes: tratamento da informação, regras da redação de A a Z, e titulação. Em “Tratamento da informação” são apresentados critérios que o jornal utiliza para não publicar informações erradas ou distorcidas e conteúdo ofensivo ou preconceituoso. Além disso, o item expõe procedimentos em caso de dúvidas, retificações e direito de resposta.

Na seção “Regras de Redação de A a Z” são apresentadas em ordem alfabética explicações sobre termos e procedimentos jornalísticos. Dada a grande extensão do item,

neste trabalho são discutidos apenas os subitens que se referem ao escopo de pesquisa e que tenham relação com a pirâmide invertida.

Na letra L, não há uma explicação específica para *lead*, o primeiro parágrafo do modelo tradicional da pirâmide invertida. A explicação se encontra na letra T, no item “Texto - Desburocratização do lead”:

O *Último Segundo* adota a desburocratização, ou descongelamento, do lead proposto pelo americano Rick Zahler. Ele combate o fato de o jornalista pegar eventos dinâmicos e congelá-los. No jornalismo, em geral, a sequência do tempo simplesmente vira "ontem" ou "hoje". Lugares são apenas a origem da informação, com data. A ideia é pôr as coisas em movimento. A saber:

- O Quem se converte em personagem.
- O Que é a história.
- O Onde é o cenário da ação.
- O Por Que se torna motivação ou causa.
- O Como se converte em narrativa, ou a forma como todos os elementos se encaixam.

Neste sentido o lead fica assim:

- O Quem é o personagem.
- O Que é a história.
- O Onde é o lugar da ação.
- O Como e o Por Que são o desenrolar da ação. Pode-se, então, misturar informação e narrativa. As notícias deixam de ser somente dados e ganham significados. Isso exige maior esforço de reportagem e maior curiosidade por parte do jornalista. (MANUAL DO ÚLTIMO SEGUNDO, 2009, s/p)

O esclarecimento sobre como o *Último Segundo* trata o *lead* demonstra que existem alterações no texto em comparação ao texto jornalístico da mídia impressa, na qual o tempo verbal predominante no corpo da pirâmide invertida é o pretérito. Como o *Último Segundo* é atualizado em fluxo contínuo, em tempo real, o tempo verbal não pode ser o pretérito.

Em relação à “Pirâmide Invertida”, o manual afirma o seguinte:

Técnica clássica e mais comum na construção da notícia. Escreve-se primeiro o lead (que responde as questões básicas: que, quem, quando, onde e como) e, nos parágrafos seguintes, escreve-se todas as outras informações relativas ao fato, mas em ordem decrescente de importância de maneira que, à medida que os fatos são relatados, eles serão cada vez menos essenciais. A base da notícia, que seria a base da pirâmide, deve estar na parte de cima, ao contrário da narrativa literária ou dramática. Ver Efeito Champagne. (MANUAL DO ÚLTIMO SEGUNDO, 2009, s/p)

Ao seguir a recomendação de ver o item “Efeito Champanhe”¹⁸, é possível encontrar a seguinte explanação no manual:

O conceito de pirâmide invertida, aquele que orienta o jornalista a escrever textos com as informações principais no começo do texto e inserir na sequência as informações de menor importância, não se aplica em textos para serem lidos nas telas de computador. Para os textos longos do *Último Segundo* vale o efeito champanhe, definido pelo consultor Mário Garcia. Ele ensina como usar o efeito champanhe:

- Como as telas do computador, em média, comportam 21 linhas sem necessidade do uso do scroll é preciso trocar o conceito de pirâmide invertida para o conceito de taça de champanhe.
- A cada 21 linhas o redator precisa manter o leitor interessado para que este tenha vontade de rolar a tela e continuar a ler.
- Quem gosta de champanhe sabe que a cada vez que o copo se esvazia é muito bom reabastecê-lo, ver a espuma chegar de novo às bordas.
- Esta metáfora se aplica quando se escreve para ser lido em computador.
- A cada 21 linhas o redator precisa encontrar um gancho atrativo para o parágrafo seguinte, que force o leitor, pela curiosidade, pela necessidade de entender e conhecer mais, a continuar a leitura.
- O redator deve guardar partes significativas da história, da análise ou do comentário para cada grupo de 21 linhas.
- O redator deve ter em mente que precisa continuar a atrair a atenção do leitor a cada 21 linhas.
- Atenção: no *Último Segundo* este conceito só se aplica para textos analíticos, comentários e opinativos porque os textos noticiosos nunca podem ter mais de 1500 caracteres. (MANUAL DO ÚLTIMO SEGUNDO, 2009, s/p)

Após a comparação entre os itens “Pirâmide Invertida” e “Efeito Champanhe” é possível afirmar que há uma certa contradição nas afirmações do manual¹⁹. Pelo que é possível entender, o *Último Segundo* recomenda a utilização do efeito champanhe para textos longos e não para textos mais curtos, de até 1.500 caracteres, que é o caso das matérias noticiosas. Nesse caso, o *Último Segundo* ainda faz uso da pirâmide invertida? Que textualidade jornalística é a veiculada nesse informativo? Que discursividade está presente nesse processo? É o que a análise responderá a seguir. No entanto, antes de analisar as 31 matérias-manchetes selecionadas no *Último Segundo* durante o período de 31 dias, é

¹⁸ Sobre “Efeito Champanhe”: ver também capítulo 2 deste trabalho

¹⁹ Sobre essa contradição ver também capítulo 2 deste trabalho

necessário abordar o dispositivo teórico que norteou a pesquisa, a Análise de Discurso de linha francesa.

3.4 A Análise de Discurso de linha francesa

Há séculos, a linguagem vem sendo estudada por diferentes perspectivas. No ocidente, os gregos foram os primeiros a se preocuparem com ela, passando pelos romanos, franceses, alemães, suíços, americanos, entre outros. Mas é necessário, aqui, que se detenha em alguns estudiosos para mostrar sucintamente como surgiu a Análise de Discurso.

Nas primeiras décadas do século XX, Ferdinand Saussure propôs-se a estudar a linguagem estabelecendo algumas dicotomias, entre elas a da língua e fala. Ele destacou, no entanto, que o objeto da linguística seria a língua e não a fala. Para Saussure, a língua era social e a fala individual e, por isso, ele acreditava que não era possível estudar a fala porque esta seria a fala de cada pessoa.

Isto quer dizer que esse linguista não levava em consideração o aspecto do sujeito relacionado à história. Por esse motivo, autores que o sucederam no estudo da linguística, logo encontraram limitações nas ideias de Saussure. É o que explica Brandão (2002, p.9) ao afirmar que: “Embora reconhecendo o valor da revolução lingüística provocada por Saussure, logo se descobriram os limites dessa dicotomia pelas consequências advindas da exclusão da fala do campo dos estudos lingüísticos”.

Foram outros estudiosos da linguagem, entre eles Benveniste e Bakhtin, que, também, perceberam a limitação da dicotomia saussuriana. E Pêcheux (1995, p.60) colocou que: “Saussure deixou aberta uma porta [...] essa porta aberta é a concepção saussuriana de que a idéia só pode ser, em todo seu alcance, subjetiva, individual”. Na visão dos estudiosos que

sucederam Saussure nas investigações linguísticas, como as pessoas já nascem em meio à linguagem, a fala também é social.

A partir da década de 1960, Benveniste dirigiu seus estudos para a questão da fala e da subjetividade, com ênfase no ato enunciativo. Freire (2006, p.43) esclareceu esse posicionamento: “Para Benveniste, a língua é uma realidade que somente se estabelece no ato enunciativo, quando expressa sua relação com o mundo”. Isso que dizer que Benveniste colocou o sujeito em evidência ao destacar que a língua entra em funcionamento quando é utilizada individualmente pelo sujeito. Para ele, a subjetividade não pode ser deixada de lado quando se estuda a linguagem e a enunciação é justamente a relação entre aquele que fala e a língua.

Contemporâneo de Benveniste, Bakhtin é outro teórico que percebeu limitações na dicotomia saussureana e considerava a importância da fala na linguagem. Para Brandão (2002, p.9), Bakhtin

Palmilhando a trilha aberta por Saussure, [...] parte também do princípio de que a língua é um fato social cuja existência funda-se nas necessidades de comunicação. No entanto, afasta-se do mestre genebrino ao ver língua como algo concreto, fruto da manifestação individual de cada falante, valorizando dessa forma a fala. (BRANDÃO, 2002, p.9)

Além disso, ao contrário de Benveniste que enfatizava mais a subjetividade, Bakhtin estudava a linguagem em uma perspectiva histórica, social e ideológica. Ou seja, para ele o sujeito não é a única origem da sua fala, que na verdade é resultado da sua história, da sua formação social e da ideologia que o interpela. “Para Bakhtin, a palavra é o signo ideológico por excelência, pois, produto da interação social, ela se caracteriza pela plurivalência. Por isso é o lugar privilegiado para a manifestação da ideologia [...]” (BRANDÃO, 2002, p.10).

Esses deslocamentos nos estudos da linguagem, por meio do reconhecimento da subjetividade, realizado por Benveniste, e do contexto sócio-histórico-ideológico, promovido

por Bakhtin, favoreceram a reflexão sobre a linguagem além da dicotomia que havia sido proposta por Saussure nas primeiras décadas do século XX. Brandão (2002, p.12) afirma que: “Estudiosos [...passaram...] a buscar uma compreensão do fenômeno da linguagem não mais centrado apenas na língua [...] mas num nível situado fora desse pólo da dicotomia saussureana. E essa instância da linguagem é o discurso”.

Sendo assim, é em meio aos estudos desenvolvidos por Benveniste e Bakhtin que, no final da década de 1960 e início da década de 1970, surgiram, na França, as primeiras discussões que dariam origem à Análise de Discurso, doravante denominada apenas AD. É o que explica Orlandi (2001, p.20-21)

A Análise de Discurso francesa, que tem sua origem nos anos 60, surge em um contexto intelectual afetado por duas rupturas. De um lado, com o progresso da Lingüística, era possível não mais considerar o sentido apenas como conteúdo. Isto permitia à análise de discurso não visar o que o texto quer dizer (posição tradicional da análise de conteúdo face a um texto) mas como um texto funciona. De outro, nesses mesmos anos, há um deslocamento no modo como os intelectuais encaram a “leitura” [...] A leitura aparece não mais como simples decodificação mas como a construção de um dispositivo teórico [...] A noção de ‘dispositivo’ tem, para mim, um sentido preciso que leva em conta a materialidade da linguagem, isto é, sua não-transparência e coloca a necessidade de construir um artefato para ter acesso a ela, para trabalhar sua espessura semântica-lingüística e histórica- em uma palavra, sua discursividade.

Esse artefato para trabalhar a discursividade, ao qual se refere Orlandi, é a AD e foi Pêcheux que propôs o estudo do discurso vinculado ao sujeito e relacionado à ideologia, baseando-se em autores como Althusser (ideologia), Lacan (psicanálise) e Foucault (de quem emprestaria o conceito de formação discursiva). Esse conceito foi explicado por Pêcheux (1995, p.160) assim: “Chamaremos, então, formação discursiva aquilo que numa formação ideológica, dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito [...]”

Diante dos estudos de Pêcheux, Mazière (2007, p. 50) destacou que ele: “[...] vai introduzir na AD uma outra lingüística, formal, a de Culioli, que não justapõe enunciação e

construção; uma filosofia acerca das ideologias, a de Althusser; outra abordagem de sujeito, a de Lacan”.

Foi recorrendo a esses teóricos que Pêcheux chegou à conclusão de que o discurso é efeito de sentido entre locutores (ORLANDI, 2003). Ele, baseado em Althusser, também concluiu que “[...] os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos-falantes (em sujeitos de seu discurso) pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes” (PÊCHEUX, 1995, p. 161).

Sendo assim, a importância dos estudos de Pêcheux para a análise da discursividade é inegável. É por isso que este trabalho seguiu a proposta dele, que definiu o lugar de trabalho da AD não como o da descrição, mas sim o da interpretação. Nas palavras de Pêcheux (2002, p. 53):

[...] toda descrição- quer se trate da descrição de objetos ou de acontecimentos ou de um arranjo discursivo-textual não muda nada, a partir do momento em que nos prendemos firmemente ao fato de que ‘não há metalinguagem’- está intrinsecamente exposta ao equívoco da língua: todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro (a não ser que a proibição da interpretação própria ao logicamente estável se exerça sobre ele explicitamente). Todo enunciado, toda seqüência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar a interpretação. É nesse campo que pretende trabalhar a análise de discurso.

Dessa forma, o lugar de trabalho da AD é a interpretação, mas é uma interpretação em busca da compreensão, como destaca Gallo (1992, p.28):

A escolha do método de Análise do Discurso (A.D.), portanto se justifica por ser um método que parte do texto (produto “ahistórico”), refaz a trajetória do sujeito que produziu o texto, através das pistas que o texto oferece, passando necessariamente pelas condições de produção do texto (o discurso), para retornar finalmente ao texto e compreendê-lo. [...] Nesse sentido, a A.D. se propõe menos a entender ou a interpretar e mais a compreender.

Todo esse processo explicado por Gallo é ideológico, uma vez que os sujeitos que estão interpretando são indivíduos interpelados pela ideologia. Além disso, a AD faz uma reflexão sobre “[...] a maneira como a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua”. (ORLANDI, 2003, p. 16). É por isso que, para a AD, a linguagem não é neutra, muito menos transparente; como destaca Brandão (2002, p.12):

A linguagem enquanto discurso não constitui um universo de signos que serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamento; a linguagem enquanto discurso é interação e um modo de produção social; ela não é neutra, inocente (na medida em que está engajada numa intencionalidade) e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia.

Após compreender o ponto de vista da AD sobre a linguagem, é necessário também explicar como essa teoria define o discurso. Para isso, recorre-se a Possenti (2004, p.18):

O discurso é entendido, aqui, como um tipo de sentido- um efeito de sentido, uma posição, uma ideologia- que se materializa na língua, embora não mantenha uma relação biunívoca com recursos de expressão da língua. É pela “exploração” de certas características da língua que a discursividade se materializa.

Partindo desses pressupostos, o interesse desta pesquisa foi a discursividade jornalística que, na perspectiva da AD, não possui a neutralidade e a objetividade pregadas nos manuais que ensinam a redigir o texto jornalístico. Para entender melhor como funciona essa discursividade jornalística foi adotado como ponto de partida o modelo de produção do discurso proposto por Orlandi (2001, p.9) e que implica em três momentos de relevância:

1. Sua constituição, a partir da memória do dizer, fazendo intervir o contexto histórico-ideológico mais amplo;
2. Sua formulação, em condições de produção e circunstâncias de enunciação específicas e
3. Sua circulação que se dá em certa conjuntura e segundo certas condições.

Sendo assim, é possível entender que para a Análise do Discurso, “[...] os sentidos são como se constituem, como se formulam e como circulam” (ORLANDI, 2001, p.12). Também é possível compreender que toda prática de linguagem (isso inclui a discursividade jornalística) é composta por uma memória histórica e ideológica do que vem a ser essa prática- que no caso do discurso jornalístico é o modelo clássico da redação da pirâmide invertida; o momento da enunciação ou formulação- que é quando o discurso é posto em prática; e o momento da circulação- que é o “onde” no qual o discurso formulado vai circular. Se ocorre uma alteração em qualquer uma dessas fases, há uma mudança na produção do sentido.

Orlandi (2003, p.33) oferece ainda mais esclarecimentos sobre os momentos de produção do discurso:

A constituição determina a formulação, pois só podemos dizer (formular) se nos colocamos na perspectiva do dizível (interdiscurso, memória). Todo dizer, na realidade, se encontra na confluência dos dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram seus sentidos.

É exatamente isso que ocorreu quando a discursividade jornalística- que possui constituição, formulação e circulação para o ambiente impresso- foi deslocada para o ambiente digital. Seguindo as recomendações de Orlandi, para que a análise fosse realizada foi necessário observar os modos de construção, estruturação e circulação da textualidade do *Último Segundo* com o objetivo de encontrar a discursividade, uma vez que “Compreender como um texto funciona, como ele produz sentidos, é compreendê-lo enquanto objeto lingüístico-histórico, é explicitar como ele realiza a discursividade que o constitui” (ORLANDI, 2003, p.70).

Foi por isso que, ao longo deste trabalho, abordou-se o processo de constituição ao discutir a historicidade do texto jornalístico no meio impresso e na Internet. A fase de

formulação nos meios impresso e *on-line* também foi comparada no capítulo 2. Após todas as ilações, foi possível inferir que o momento de circulação pode representar mudanças significativas na discursividade. Essas alterações promoverão também mudanças na formulação, que terá que ser reformulada diante de uma circulação diferente.

Ao surgirem na década de 1990, a Internet e a *Web* apresentaram um novo meio de circulação ao texto jornalístico e, com o passar dos anos, as formulações da textualidade e da própria discursividade jornalística podem ter sofrido alterações. Para entender como o texto jornalístico se textualiza no jornal *on-line* *Último Segundo* e como a discursividade jornalística está funcionando nesse jornal foi realizada a análise a seguir. Porém, é necessário esclarecer que embora a análise parta dos textos veiculados no *Último Segundo*, ela se remeterá ao campo discursivo. Gallo (1992, p.27) faz uma diferenciação entre discurso e texto que contribui para a melhor compreensão do procedimento da AD.

Discurso, então, se define como prática lingüística de um sujeito em determinadas condições de produção (sociais, políticas, históricas, etc). O texto é, então, considerado como o produto de um discurso, é material ahistórico, mas que no entanto conserva em si as pistas que remontam a materialidade histórica que está na origem de sua produção, e que são atualizadas pelo sujeito em um movimento de reprodução, transformação.

Dessa forma, para a AD, conforme também explica Orlandi (2003), o texto é apenas uma das peças do processo discursivo, ou seja, é uma unidade que auxilia o analista a acessar o discurso.

4 Análise do Corpus

O corpus desta pesquisa foi constituído de matérias-manchete (principais), como no exemplo da figura 19, que foram utilizadas para analisar as propriedades da discursividade jornalística. Foi feito um recorte, no período de 31 dias do mês de julho de 2009, de matérias com *link* na área superior e com maior destaque na interface inicial. Foi coletada uma matéria por dia, entre 6h e 12h da manhã, horário de Manaus, Amazonas. A análise ocorreu na área de interface de matérias jornalísticas (ver figura 20).



Manchete principal
(de matéria selecionada
para coleta)

Manchetes secundárias

Figura 19: Manchete principal e manchetes secundárias no *Último Segundo*



Matéria
jornalística

Links de
publicidade

Figura 20: Exemplo da interface em que foram postadas as matérias analisadas

A construção do dispositivo analítico envolveu três fases. Na primeira, foram definidas as discursividades jornalísticas ligadas a textos produzidos para serem lidos e que podem ser definidas como analógica e digital. Em seguida, na segunda fase, foram delineadas as propriedades dessas duas discursividades. Por fim, na última fase do dispositivo analítico foi verificado como a circulação interferiu na constituição e formulação da discursividade jornalística digital que, por sua vez, modificou o padrão da pirâmide invertida na Internet.

4.1 Definição das discursividades jornalísticas

Ao longo desta pesquisa foi possível observar que o texto jornalístico escrito, produzido para leitura, circula atualmente em duas estruturas de maior relevância, a tradicional no impresso, que também pode ser chamada de analógica; e a digital, caso do jornalismo *on-line*.

Sendo assim, é possível colocar que essas discursividades jornalísticas também podem ser definidas como analógica e digital. Na atualidade, são encontrados exemplos dessas duas discursividades separadas e até mesmo unidas em um funcionamento híbrido.

Exemplificando: os jornais tradicionais que são encontrados nas bancas possuem discursividade analógica se seus textos foram pensados e escritos para um suporte impresso; um jornal que circula somente em meio *on-line*, como o *Último Segundo*, a priori possui discursividade digital porque é pensado e escrito para esse meio.

No entanto, também é possível encontrar exemplos de jornais com discursividade analógica circulando digitalmente. Um deles é o jornal Diário do Amazonas que expõe em seus *sites* as páginas do jornal impresso, por meio do software *Virtual Paper*, desenvolvido no Canadá (ver figura 21). O programa faz uma publicação virtual da edição e permite ao internauta folhear as páginas. Ou seja, embora esteja *on-line*, a discursividade da versão digital do Diário do Amazonas é também analógica.



Figura 21: interface da página digital do Diário do Amazonas utilizando o *Virtual Paper*

No entanto, a circulação do analógico no digital produz um efeito de sentido diferente do que ocorre na circulação do impresso. O contrário também é possível. Hoje é fácil encontrar em veículos impressos referências a uma discursividade digital. Exemplos são revistas semanais que em suas reportagens fornecem endereços de *links* para mais informações ou acesso a vídeos, que poderão ser visualizados em suas *home pages*. É uma discursividade digital embora esteja circulando em um meio analógico.

Também há modelos realmente híbridos, caso do jornal Folha de São Paulo. Durante o dia, esse jornal produz matérias que são postadas no meio digital em primeira versão, seguidas de atualizações ao longo das horas. À noite, com base na produção realizada no decorrer do dia, é fechada uma edição para a versão impressa que será vendida nas bancas no dia seguinte.

Por sua vez, a versão impressa da Folha de São Paulo também já pode ser vista na *home page* da Folha de São Paulo *on-line*, por meio de um *software* semelhante ao que o Diário do Amazonas utiliza, o *Digital Pages* que foi desenvolvido por uma empresa paulista. Porém, ao contrário do jornal amazonense que permite o acesso gratuito, a Folha de São Paulo cobra uma assinatura de R\$ 29,90 para o acesso. Após todas essas observações sobre a Folha de São

Paulo *On-Line*, é possível dizer, então, que está havendo um retorno da discursividade analógica ao suporte digital utilizado pela Folha de São Paulo. Isso indica que, como no exemplo desse jornal, as discursividades analógica e digital não estão separadas, uma vez que as duas estruturas ainda se intercalam.

Todas essas considerações permitem o entendimento de que não é o suporte que define a discursividade, mas sim as propriedades do discurso (GALLO, 1992). Por isso, nesta análise foi necessário definir as propriedades das discursividades jornalísticas que estão presentes em textos elaborados para serem lidos.

4.2 Propriedades das discursividades jornalísticas analógica e digital

Para esclarecer as diferenças entre as duas discursividades foi construído primeiramente um quadro comparativo (quadro 2) entre a analógica e a digital, seguido de explicações exemplificadas sobre as propriedades dessas discursividades, principalmente sobre a digital que é o objeto de estudo desta pesquisa.

Discursividade analógica	Discursividade digital
Unidirecionalidade	Interatividade
Linearidade	Hipertextualidade
Espaço limitado	Espaço ilimitado
Maior extensão textual	Menor extensão textual
Assincronia temporal	Sincronia temporal
Correção proprietária	Correção multidirecional
Modelo pago	Modelo livre

Quadro 2: Comparação entre propriedades das discursividades analógica e digital

4.2.1 Discursividade analógica

- **Unidirecionalidade:** a discursividade da maioria dos jornais impressos tradicionais, ou seja, analógicos, não permite um nível alto de interação. O discurso é unidirecional, ocorrendo algum tipo de interação no máximo em áreas como “Cartas de Leitores”, quando elas ainda existem. Um exemplo é o Diário do Amazonas que não possui mais uma seção de cartas de leitores. O jornal possui apenas convites para encaminhar sugestões e comentários via *e-mail*, sem que esses comentários sejam publicados realmente no dia seguinte. Os convites são antecedidos por expressões como “seu comentário”, “fale com a gente” ou “fale com o editor”, mas essa interação é limitada.
- **Linearidade:** a discursividade jornalística analógica é linear por conta da elaboração do jornal em uma sequência predeterminada e sem abertura para outras fontes de consulta. Não há grande exploração de hipertextualidade. Podem até ocorrer indicações de outras fontes, mas no momento da leitura não é possível acessá-las. O jornal impresso é um produto acabado, uma edição fechada. Como exemplo é possível observar a figura 22, que apresenta páginas fechadas no Diário do Amazonas.



Figura 22: duas páginas da edição impressa do Diário do Amazonas

- Espaço limitado: como já foi dito, o jornal impresso é uma edição pronta, com interação limitada e sem abertura para outros produtos. Sua elaboração se restringe ao espaço em centímetros das páginas impressas. Como exemplo é possível citar uma edição do Diário do Amazonas em dias úteis que sempre se limita a no máximo 40 páginas (incluindo caderno de classificados e caderno especial de esportes).
- Maior extensão textual: embora haja uma limitação de espaço, os textos noticiosos de jornais impressos são mais longos que os publicados em jornais *on-line*, se considerarmos as categorias de notícias factuais e reportagens especiais²⁰. Normalmente, esses tipos de textos jornalísticos para suporte impresso ultrapassam o limite de 1.500 caracteres e os textos digitais encontrados em informativos *on-line*, em geral, estão abaixo dessa quantidade de caracteres. No entanto, nos jornais impressos também é possível encontrar textos bem curtos, caso das notas. Na própria figura 22 também é possível observar a diagramação de matérias mais longas e mais curtas, assim como notas, nas páginas da edição impressa do Diário do Amazonas.
- Assincronia temporal: a discursividade jornalística do jornal impresso não circula em tempo real. Não há simultaneidade entre a produção do material, publicação e leitura. A discursividade está no pretérito, uma vez que as matérias foram produzidas no dia anterior. O que é lido hoje em um jornal impresso é notícia de ontem.
- Correção proprietária: quando um jornal impresso erra, a correção está somente em seu poder e só ocorrerá no dia seguinte, ou seja, na próxima edição.
- Modelo pago: na maioria dos casos, é preciso pagar para ler a edição impressa de um jornal tradicional, mas já existem jornais que disponibilizam a edição impressa na íntegra em suas *home pages*, como já foi citado o Diário do Amazonas. Também há casos de jornais impressos que são distribuídos gratuitamente para o público, um

²⁰ Mais detalhes sobre reportagem e notícia enquanto gêneros jornalísticos ver: capítulo 1

exemplo é o jornal “Metro” que o grupo Bandeirantes distribui em São Paulo. O jornal é a edição brasileira de um informativo da empresa sueca Metro Internacional, que circula em 21 países da Europa. Possui formato tablóide e apresenta ao leitor um resumo com as principais notícias internacionais, nacionais e locais.

4.2.2 Discursividade digital

- **Interatividade:** diferente da discursividade analógica, a digital envolve maior nível de interação. Os leitores participam do processo de produção do discurso por meio da elaboração de comentários postados em tempo real. Um exemplo desse procedimento pode ser observado na interface de matérias noticiosas do Estado de São Paulo *on-line*, que, após o texto da matéria, destina um espaço para os comentários. É o que pode ser observado nas figuras 23 e 24, que mostram detalhes das áreas superior e inferior de uma matéria jornalística no Estado de São Paulo *on-line*, que apresentam indicações de comentários.

Indicação da quantidade de comentários



ESTADAO.COM.BRO ESTADO S. PAULO JORNAL DA TARDE E INVESTIMENTOS SEL

estado.com.br

O ESTADÃO DIGITAL DE HOJE NO DESKTOP NO CELULAR ACESSO

PRIMEIRA PÁGINA OPINIÃO NACIONAL INTERNACIONAL VIDA & ECONOMIA

POLÍTICA | QUESTÕES SOCIAIS | AMAZÔNIA | ELEIÇÕES 2008

NACIONAL | POLÍTICA

sábado, 28 de novembro de 2009, 19:54 | **Online**

25 comentário(s)

Vídeo mostra Arruda com R\$ 50 mil

Em fita entregue pela procuradoria, governador do DF aparece com maços de dinheiro

Figura 23: detalhe da área superior da interface de matéria jornalística no Estado de São Paulo *on-line*

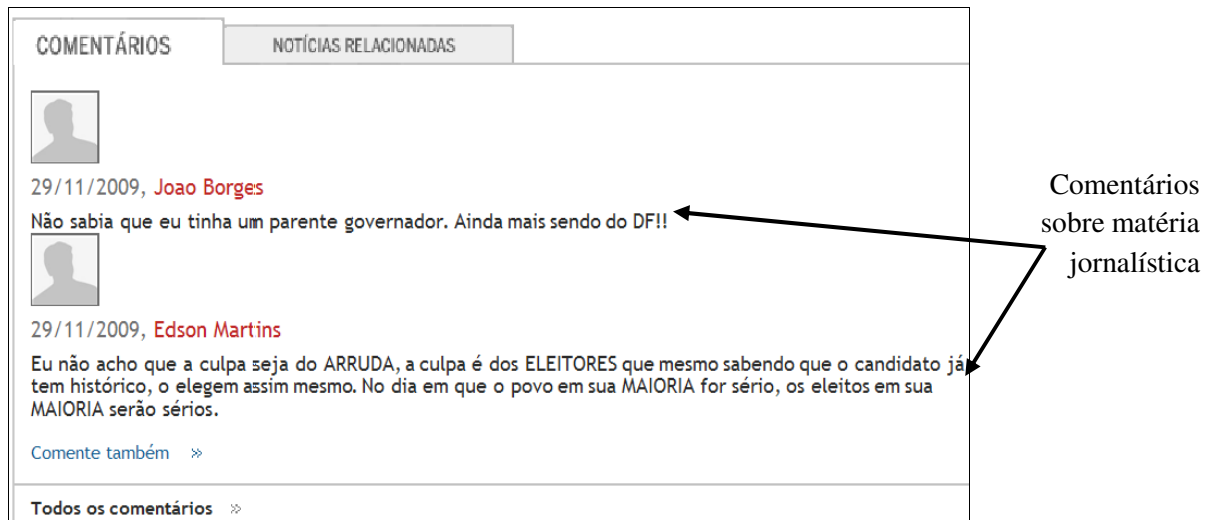


Figura 24: detalhe da área inferior da interface de matéria jornalística no Estado de São Paulo *on-line*

- **Hipertextualidade:** a discursividade digital não possui propriedade linear. É não-linear por conta da exploração da hipertextualidade presente no suporte digital. Como foi discutido no capítulo 2 deste trabalho, a hipertextualidade no ambiente da *Web* se configura pela existência de conjuntos de informações que estão conectados, ou seja, ligados por meio dos *links*. No mesmo capítulo, foi constatado que a estrutura do hipertexto na *Web* proporciona ao internauta a possibilidade de uma leitura multilinear e interativa, uma vez que é o internauta que escolhe a ordem que a leitura seguirá. Sendo assim, a utilização dos recursos hipertextuais permite que os leitores participem da produção do discurso, uma vez que eles constroem o próprio percurso de leitura. Se for tomada como exemplo uma página com matéria jornalística do portal de notícias G1 do grupo Globo, é possível encontrar ao lado do *lead* três títulos de outras matérias antecedidos da expressão “Saiba mais”. Todos os títulos são na verdade *links* para outras matérias. O leitor tem a opção de continuar a leitura na mesma página ou partir para outras. Em meio ao texto, também é possível encontrar frases ou expressões que oferecem *links* para outras matérias. Isso pode ser observado na figura 25.

26/11/09 - 15h19 - Atualizado em 26/11/09 - 15h41

Bolsas europeias caem mais de 3% por temor de 'calote' em Dubai

Emirado informou intenção de pedir moratória de 6 meses em dívida. Em Londres, o FTSE-100 cedeu ou 3,18%.

Do G1, com informações da France Presse

Tamanho da letra A- A+

saiba mais

- Temores sobre calote em Dubai derrubam bolsa de São Paulo**
- Dubai pede prazo para pagamento de dívida de US\$ 59 bi**
- Mercado externo pressiona e dólar opera em alta**

Os temores sobre um possível "calote" em Dubai dominaram os negócios nas bolsas europeias nesta quinta-feira (26) e levaram os principais indicadores do continente a fecharem com perdas de mais de 3%.

Em Londres, o FTSE-100 cedeu 3,18%, a 5.194,13 pontos, seguido pelo índice Dax da Bolsa de Frankfurt, com queda de 3,25%, e pela Bolsa de Paris - em baixa de 3,41%.

O Emirado de Dubai, atingido em cheio pela crise financeira depois de anos de crescimento ininterrupto, informou sobre a intenção de **pedir aos credores de seu conglomerado Dubai World seis meses de moratória** para o pagamento de uma dívida.

Os riscos de falência do Emirado de Dubai reavivam as inquietações sobre a saúde financeira de alguns países, em especial da Europa do Leste, esmagados pelo endividamento público e enfraquecidos pela recessão mundial.

Leia mais notícias de Economia e Negócios
Leia mais notícias de indicadores de mercado

primeira página

Temor de 'calote' em Dubai faz bolsas europeias caírem

Economista debate fase do Brasil em chat, participe

Anvisa vai investigar origem de abortivo enviado pelo correio

Aids diminui em grandes centros e cresce em cidades menores

ACORDO ORTOGRÁFICO [saiba mais](#)

/ plantão

QUL, 26/11/2009

15h55 | Planeta bizarro
Crabata de mulher nua confunde usuários do Google Street View

15h56 | rio de janeiro
Crico mil cartões são roubados após tumulto na estação de Nova Iguaçu

15h54 | mundo
Irá confiscou o Nobel da Paz da ativista Shirin Ebadi, diz governo da Noruega

[» todas as notícias](#)

Figura 25: Interface de matéria noticiosa no Portal G1 utilizando recursos de hipertextualidade

- Espaço ilimitado: não há limites definidos para a circulação da discursividade digital jornalística, uma vez que o espaço na Internet é ilimitado.
- Menor extensão textual: embora o espaço na Internet seja ilimitado, há tendência de produção de textos mais curtos em veículos jornalísticos *on-line*. Moura (2002, p. 49) garante que por conta da *Web* ser mais dinâmica, “[...] as matérias são tratadas de forma mais objetiva e simples. O leitor de uma tela de computador se assustaria ao dar de cara de uma só vez com uma grande massa de texto. Seria um convite a não ler mais.” Na própria figura 25 é possível observar que a extensão do texto da matéria é curta e não chega nem mesmo aos 1.500 caracteres. Porém, ainda é possível encontrar, em muitos portais de notícias e versões *on-line* de jornais impressos, textos longos e com bem mais de 1.500 caracteres. Isso ocorre porque as discursividades analógica e digital ainda se intercalam.

- Sincronia temporal: a discursividade digital está relacionada à ideologia do tempo real, da efemeridade. Os discursos possuem constituição, formulação e circulação simultâneas e em sincronia temporal. De acordo com Moura (2002, p. 70), o lema dos jornais *on-line* é divulgar a notícia rápido, pois quem informar primeiro poderá cativar o leitor. “[...] o internauta é apressado porque está em uma realidade onipresente, na qual tudo pode mudar a todo segundo. Aquele que, durante alguns minutos, conquistar a atenção do internauta em seu site pode ser considerado um vitorioso na rede.” Em portais de notícias como o G1 (Globo) e o R7 da Rede Record de Televisão, as matérias são postadas assim que estão prontas e os textos estão sempre acompanhados da data e da hora da postagem. Quem navega nesses portais, percebe que as atualizações ocorrem muito rapidamente. Em questão de minutos, há uma matéria nova para ser lida. É possível ver a indicação de publicação em tempo real na figura 26, que apresenta o detalhe do horário de postagem de uma matéria jornalística no portal de notícias R7.

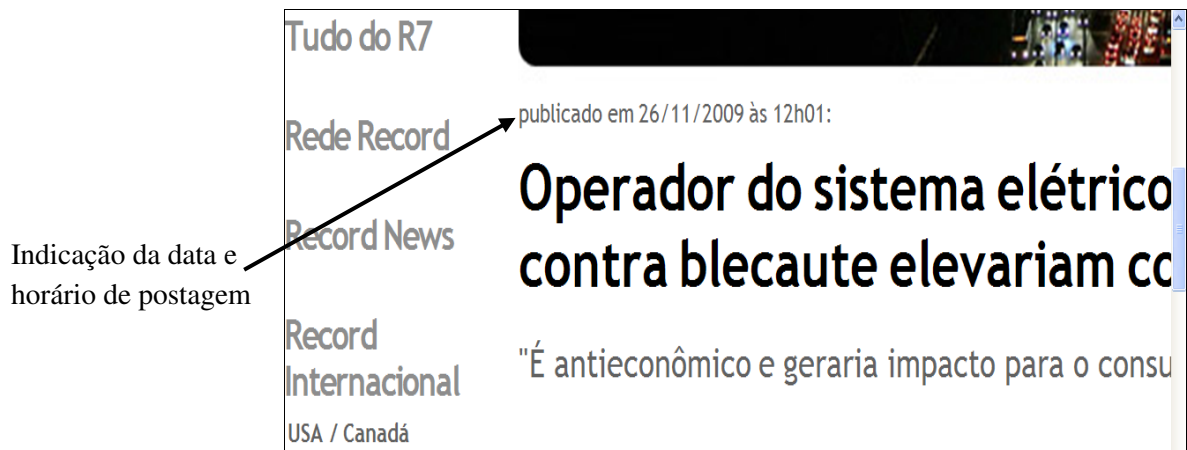


Figura 26: detalhe de postagem de matéria jornalística no portal de notícias R7

- Correção multidirecional: diferente da discursividade analógica, a discursividade digital está relacionada a uma correção que não está concentrada apenas nas mãos do veículo jornalístico, mas também é compartilhada com os leitores que, por meio dos

comentários, participam da construção da matéria jornalística e até mesmo corrigem dados e informações. Um exemplo é a Folha de São Paulo *On-Line* que, embora não deixe um espaço para comentários, oferece aos leitores *links* para comunicar erros nas matérias, como pode ser observado no detalhe da figura 27.



Figura 27: detalhe da interface de notícias na Folha de São Paulo OnLine

- Modelo livre: A discursividade na Internet tem circulação livre, sem as restrições que ocorrem no meio impresso. Grande parte dos *jornais on-line* não cobra assinaturas para serem acessados, mas há casos como o da própria Folha de São Paulo *On-Line* e do Estado de São Paulo *On-Line* que cobram assinaturas para acesso a conteúdos específicos dos seus *sites*.

4.3 A discursividade jornalística no *Último Segundo*

Após terem sido definidas as propriedades das discursividades jornalísticas, a análise prosseguiu com a identificação da discursividade digital no informativo *Último Segundo*, por meio da observação de 31 matérias jornalísticas postadas entre os dias 01 e 31 de julho de 2009. Como foi discutido no capítulo 3, o *Último Segundo* é um informativo jornalístico que já nasceu no ambiente da *Web* e, por esse motivo, a inferência era de que as propriedades de

sua discursividade fossem digitais. Considerando esse fato, foi necessário observar cada uma das propriedades da discursividade digital para confirmar a hipótese. É necessário lembrar, porém, que os textos das 31 matérias selecionadas não foram analisados na íntegra e nem descritos. Conforme foi abordado no capítulo 3, os textos foram considerados aqui somente uma das peças do processo discursivo, que auxiliou no acesso à discursividade. O trabalho desta análise foi mais de interpretação e compreensão do que de descrição. Portanto, a análise prosseguiu com a identificação das propriedades da discursividade no *Último Segundo* por meio de interpretação. Todas as 31 matérias foram observadas, mas como os detalhes das propriedades investigadas são recorrentes, apenas exemplos de algumas matérias foram apresentados.

4.3.1 A interatividade nas matérias jornalísticas do *Último Segundo*

No *Último Segundo*, os leitores participam do processo de produção da discursividade jornalística, uma vez que o informativo disponibiliza, na área inferior da interface das matérias jornalísticas, um espaço para comentários. O texto das matérias também é antecedido por *links* com as expressões “comentar”, “corrigir” e “fale conosco”. Ao final das matérias há ainda um convite com a seguinte expressão em *link*: “Você tem mais informações? Envie para Minha Notícia”. O “Minha Notícia” é o site de jornalismo colaborativo do portal IG.

Em todas as 31 matérias observadas foram encontrados esses elementos. No horário em que foram coletadas, 16 delas já possuíam comentários postados e as demais apresentavam o convite para comentar com espaço disponível. Das 16 matérias com comentários, 11 delas apresentavam entre um e dez comentários. Duas matérias possuíam entre 30 e 50 comentários, duas apresentavam entre 60 e 90 comentários e uma estava acima dos 200 comentários no momento de coleta.

Sendo assim, por conta de todos esses aspectos, é possível avaliar que o discurso é constituído, formulado e circula de modo interativo nesse informativo. É possível observar um exemplo desse procedimento na figura 28, que mostra a área de comentários da matéria “Fundação de Sarney dá verba da Petrobras a empresas fantasmas”, postada às 04h22 (horário de Brasília) do dia 9 de julho de 2009. A matéria foi coletada às 9h (horário de Manaus) quando já existiam 263 comentários postados. Inicialmente, é possível visualizar no máximo dois relatos (dependendo do tamanho do texto) na caixa de comentários e para ver o restante, usa-se a barra de rolagem.

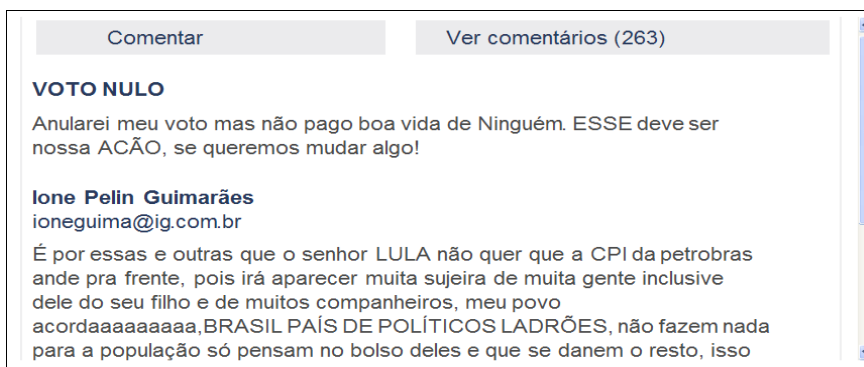


Figura 28: comentários em matéria jornalística do *Último Segundo*

Como é possível observar, os leitores têm acesso à área de comentários para expressar suas opiniões. Sendo assim, a discursividade da matéria jornalística é também construída por eles de modo interativo.

4.3.2 A hipertextualidade nas matérias jornalísticas do *Último Segundo*

As matérias jornalísticas no *Último Segundo* utilizam elementos hipertextuais, o que faz com que a discursividade em circulação esteja relacionada à construção de um percurso de leitura pelo internauta. Ele decidirá se lerá a matéria na ordem em que está na página ou se seguirá os *links* oferecidos em meio ao texto. No caso específico do *Último Segundo* foi

possível observar que o informativo utiliza o recurso de colocar uma série de *links* para outras matérias logo após o *lead*. Das 31 matérias analisadas, 24 possuem *links* logo após o *lead* e antecedendo o restante do texto da matéria. Também há casos de frases com *link* no decorrer do texto, como as encontradas em três das 31 matérias, e de *links* após a matéria, antecidos de expressões como “Entenda” ou “Leia também”. Foram encontrados *links* após os textos em 28 das 31 matérias analisadas. A figura 29 mostra como o *Último Segundo* explora a hipertextualidade após o *lead* e em meio ao texto, na matéria postada em 11 de julho de 2009 às 08h25 e atualizada às 11h03 do mesmo dia.

The image shows a screenshot of a news article from the website 'Último Segundo'. The article title is 'Secretaria de São Paulo investiga como menina pegou a "gripe suína"'. The lead paragraph is: 'A Secretaria de Saúde de São Paulo ainda não sabe explicar como a primeira vítima no Estado do vírus da "suína" (rebatizada de gripe A H1N1) foi contaminada. Na família de Osasco, pai, mãe e irmão da menina de 11 anos, que morreu no dia 30, também foram diagnosticados com a doença. Apenas o pai permanece internado no Hospital Emílio Ribas, na capital, e o seu estado de saúde é bom. Ele deve receber alta nos próximos dias.' Below the lead is a list of links: 'Tire suas dúvidas sobre a "gripe suína"', 'Infectologistas reforçam dicas preventivas', 'Estado de São Paulo tem cinco pacientes internados', and 'Ministério fecha parceria contra gripe suína no Rio Grande do Sul'. There is a photo of a man and a text block starting with 'De acordo com o secretário de Saúde do Estado, Luiz Roberto Barradas Barata, os pais da menina relataram que não fizeram nenhuma viagem a lugares com registro da doença nem tiveram contato com outras pessoas infectadas.' Annotations with arrows point to the title, the lead, the list of links, the text block, and the continuation of the text.

Secretaria de São Paulo investiga como menina pegou a "gripe suína" ← Título

11/07 - 08:25 , atualizada às 11:03 11/07 - Redação com Agência Estado

Imprimir | Enviar | Corrigir | Fale Conosco

A Secretaria de Saúde de São Paulo ainda não sabe explicar como a primeira vítima no Estado do vírus da "suína" (rebatizada de gripe A H1N1) foi contaminada. Na família de Osasco, pai, mãe e irmão da menina de 11 anos, que morreu no dia 30, também foram diagnosticados com a doença. Apenas o pai permanece internado no Hospital Emílio Ribas, na capital, e o seu estado de saúde é bom. Ele deve receber alta nos próximos dias.

- [Tire suas dúvidas sobre a "gripe suína"](#)
- [Infectologistas reforçam dicas preventivas](#)
- [Estado de São Paulo tem cinco pacientes internados](#)
- [Ministério fecha parceria contra gripe suína no Rio Grande do Sul](#)

De acordo com o secretário de Saúde do Estado, Luiz Roberto Barradas Barata, os pais da menina relataram que não fizeram nenhuma viagem a lugares com registro da doença nem tiveram contato com outras pessoas infectadas.

Lead

Links em meio ao texto

Links para outras matérias

Continuação do texto

Figura 29: *links* em matéria jornalística do *Último Segundo*

4.3.3 O espaço ilimitado no *Último Segundo*

Por conta da hipertextualidade, discutida no item anterior, é possível afirmar que não há limites definidos para a circulação da discursividade de uma matéria jornalística no *Último*

Segundo. Todas as 31 matérias observadas no informativo possuem *links* que direcionam para outros conteúdos, sendo alguns após o *lead*, outros após o texto e uns até mesmo em meio à matéria, como foi determinado no item sobre a hipertextualidade no *Último Segundo*. Os *links* presentes em uma matéria conduzem a outras matérias, que por sua vez também possuem *links* que conduzem a outras informações e assim sucessivamente. Se forem observados, por exemplo, os *links* da sessão “Leia também” da matéria “PT decide não prestar apoio incondicional a Sarney; partido faz nova reunião hoje”, postada às 08h12 de 01 de julho de 2009 e atualizada às 09h41 do mesmo dia, é possível constatar que não há como definir o espaço de circulação da discursividade da matéria jornalística em questão. Ver figura 30.

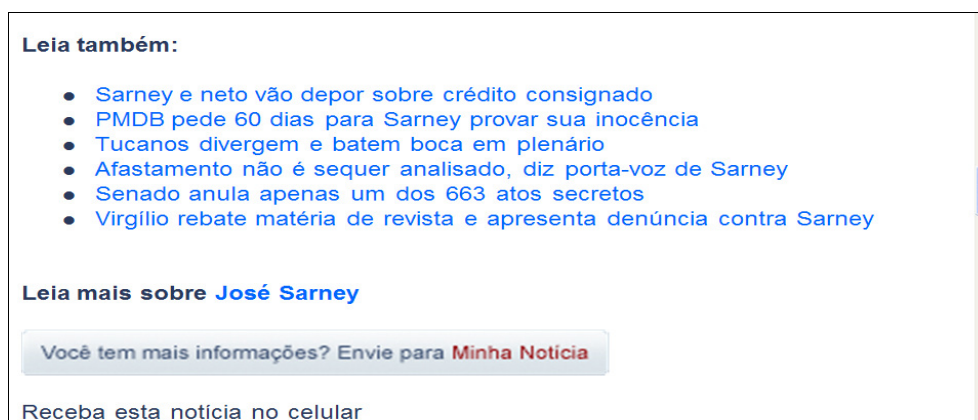


Figura 30: sessão “Leia também” de uma matéria jornalística do *Último Segundo*


4.3.4 Menor extensão textual no *Último Segundo*

Conforme foi discutido no capítulo 3, o Manual de Redação do *Último Segundo* sugere que matérias jornalísticas factuais não excedam o limite de 1.500 caracteres. Porém, entre as matérias observadas, foi possível encontrar textos mais longos, o que comprova que as discursividades analógica e digital ainda se intercalam na produção de textos no *Último Segundo*. Das 31 matérias analisadas, apenas cinco possuíam textos abaixo dos 1.500 caracteres. Dez delas apresentavam textos entre 1.500 e 2.000 caracteres; três matérias

estavam com caracteres entre 2.000 e 2.500; quatro matérias possuíam entre 2.000 e 3.000 caracteres; nove apresentavam texto entre 3.000 e 4.000 caracteres; duas estavam com textos entre 4.000 e 6.000 caracteres; e apenas um possuía texto acima dos 6.000 caracteres. Em resumo, é possível considerar que a maioria das matérias, 18 delas, não ultrapassou os 2.500 caracteres e foram produzidas em um limite próximo ao sugerido pelo Manual de Redação do *Último Segundo*. Um exemplo de menor extensão textual no informativo é a matéria visualizada na figura 31, que possui menos de 1.500 caracteres e foi postada no dia 10 de julho às 07h47 e atualizada às 07h59 do mesmo dia.


G8 promete US\$ 15 bilhões para garantir alimentos

10/07 - 07:47 , atualizada às 07:59 10/07 - AFP



| Imprimir | Enviar | Corrigir | | | Fale Conosco

Os membros do G8 e outros países participantes da reunião de cúpula de L'Aquila (Itália) se comprometeram nesta sexta-feira a liberar pelo menos US\$ 15 bilhões de em três anos para garantir o abastecimento de alimentos no mundo, segundo uma declaração conjunta.

-  [Veja a galeria de fotos da reunião do G8](#)
- [Editorial do NYT: Presidente Obama deve liderar para justificar G8](#)
- [G8 se reúne em meio a "crise de identidade"](#)
- [Lula e Obama concordam em não retroceder no comércio](#)
- [Países concordam em retomar Rodada de Doha, diz premiê](#)

"Celebramos os compromissos adotados pelos países representados em L'Aquila, de mobilizar pelo menos 15 bilhões de dólares em três anos para assegurar o desenvolvimento duradouro da agricultura, ao mesmo tempo que mantém a determinação de fornecer uma ajuda alimentar de urgência adequada", afirmam os líderes do G8, as potências emergentes e os países africanos presentes em L'Aquila.

"Continuamos profundamente preocupados com a segurança alimentar mundial, o impacto da crise financeira e econômica e o aumento dos preços dos alimentos ano passado, que afeta os países menos capazes de enfrentar o agravamento da fome e da pobreza", completa a nota dos governantes na "Iniciativa de L'Aquila sobre a segurança alimentar", da qual a AFP obteve uma cópia.

"Apesar da redução dos preços dos alimentos básico em comparação aos níveis recordes de 2008, continuam em níveis historicamente elevados e instáveis", completa a declaração.

Leia mais sobre: G8

Você tem mais informações? Envie para [Minha Notícia](#)

Receba esta notícia no celular

Figura 31: matéria com menos de 1.500 caracteres no *Último Segundo*

4.3.5 Sincronia temporal no *Último Segundo*

Como foi abordado no capítulo 3, as matérias jornalísticas no *Último Segundo* são postadas e atualizadas em tempo real, o que confere uma discursividade digital relacionada à efemeridade. Em todas as 31 matérias analisadas foram encontradas as referências a horários de postagem e/ou atualizações, o que comprova que o informativo posta e atualiza as matérias em tempo real. No detalhe da figura 32, é possível observar uma matéria que foi postada exatamente às 06h49 do dia 04 de julho de 2009 e atualizada 1 hora e 39 minutos depois em tempo real.



Figura 32: horário de postagem e atualização de uma matéria jornalística do *Último Segundo*

4.3.6 Correção multidirecional no *Último Segundo*

Conforme já foi detalhado no item sobre a interatividade no *Último Segundo*, o informativo disponibiliza aos seus leitores um espaço para comentários, que podem contribuir também para corrigir dados e informações nas matérias. Além disso, o *Último Segundo* também oferece *links* com as expressões “corrigir” e “fale conosco” que ficam localizados acima do texto e podem ser utilizados pelos leitores para enviar correções diretamente aos editores do informativo. Das 31 matérias observadas nesta análise, todas possuíam *links* para correção abertos ao uso dos leitores, embora a interface das matérias não apresente um espaço

para visualização das correções ou sugestões enviadas. Nesse caso, os editores as recebem e fazem alterações, caso haja necessidade, nas atualizações. O detalhe dos *links* para correção e para contato com os editores pode ser visualizado na figura 33, referente à matéria postada às 11h52 do dia 24 de julho.



Figura 33: *links* para corrigir matérias e entrar em contato com editores do *Último Segundo*

4.3.7 Modelo livre do *Último Segundo*

O *Último Segundo* disponibiliza seu conteúdo gratuitamente e obtém lucros por meio de venda de espaço publicitário para anunciantes, área na interface que recebe o nome de “links patrocinados”. Na figura 19, apresentada no início deste capítulo é possível observar a presença dos *links* publicitários na interface de uma matéria jornalística. Na interface de todas as 31 matérias analisadas foram encontrados espaços ocupados por material publicitário, tais como anúncios em movimento (semelhantes a vídeos), anúncios estáticos (sem movimento) e vídeos. Na figura 34, é possível observar o detalhe de um anúncio da empresa OI na interface da matéria postada no dia 31 de julho, às 07h14.

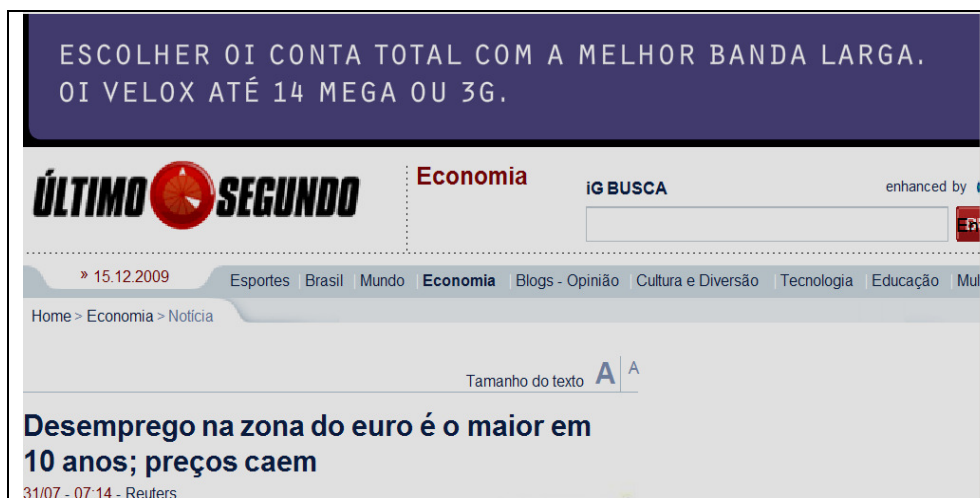


Figura 34: detalhe de anúncio publicitário na interface de matérias do *Último Segundo*

Outro aspecto que comprova o modelo livre do *Último Segundo* é o fato de que o internauta pode compartilhar o conteúdo do informativo imprimindo notícias, enviando por *e-mail*, recebendo e enviando as matérias pelo celular (nesse caso pagando taxa de R\$ 0,31 mais impostos por esse serviço). O *Último Segundo* também oferece a possibilidade de acompanhar notícias pelo serviço RSS (*Really Simple Syndication*), que permite ao leitor receber mensagens no computador ou celular assim que houver uma atualização no informativo. Para isso é necessário a instalação de um programa chamado de agregador. Todas as matérias analisadas possuem *links* com as expressões “Imprimir”, “Enviar”, “IG Celular” e “RSS”, o que também pode ser observado na figura 33, apresentada na página anterior.

4.4 A pirâmide invertida relacionada à discursividade no *Último Segundo*

Após identificar as propriedades da discursividade jornalística no *Último Segundo*, foi possível concluir que o informativo possui discursividade digital, embora ainda existam elementos ligados à discursividade analógica, como a ocorrência de textos acima dos 1.500 caracteres.

Como foi discutido no primeiro capítulo deste trabalho, a pirâmide invertida é um modelo textual que também está relacionado à discursividade analógica e foi criado ainda no final do século XIX. No capítulo 2, foram debatidas teorias que defendem a pirâmide invertida na Internet e outras que a rechaçam. Depois de todas as considerações realizadas até esta fase, foi necessário identificar se o *Último Segundo* utilizava a pirâmide invertida e de que forma a constituição, formulação e circulação da discursividade interferiu nesse modelo.

A interpretação diante das evidências encontradas na análise é de que as matérias do informativo não são mais produzidas dentro do modelo textual da pirâmide invertida, composto por uma estrutura formada de *lead*, parágrafos com detalhes relevantes e parágrafos com pormenores dispensáveis para finalizar a matéria. A maioria das 31 matérias analisadas, 24 delas, possui *links* após o *lead* e 28 delas também apresentaram *links* ao final do texto. A presença desses aspectos hipertextuais demonstra que o modelo textual utilizado não é fechado e sim aberto, por conta dos *links* e da interatividade.

A discursividade digital, intercalada em alguns momentos pela discursividade analógica, na produção do discurso jornalístico no *Último Segundo* indica que o modelo textual presente no informativo possui ainda influência da pirâmide invertida tradicional. No entanto, por conta de todas as propriedades digitais que foram abordadas; tais como a interatividade, a própria hipertextualidade, a correção multidirecional, a menor extensão textual, o espaço ilimitado e a sincronia temporal; é possível afirmar que esse modelo é aberto e multidirecional. Sendo assim, a conclusão deste trabalho é de que o *Último Segundo* sugere como modelo textual uma pirâmide invertida aberta e multidirecional, cuja proposta de estrutura pode ser visualizada na figura 35, a seguir.

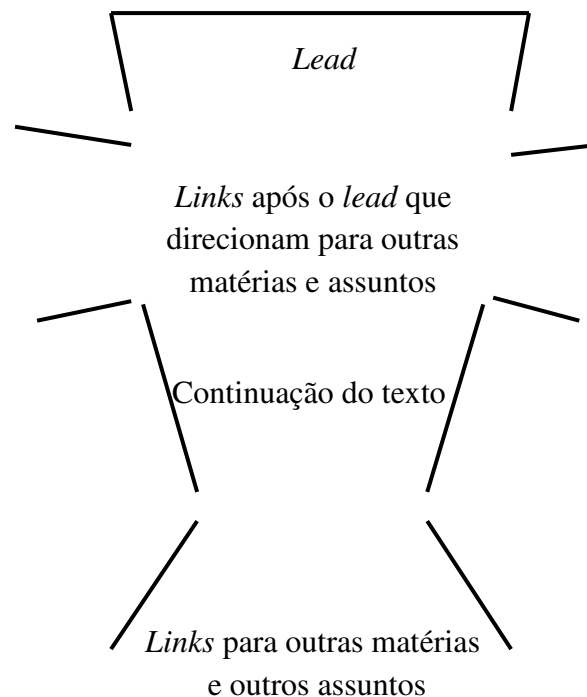


Figura 35: Pirâmide aberta e multidirecional

Essa constatação aconteceu também por conta das informações sobre as questões sistêmicas e a observação de que a Internet funciona como um sistema social autopoietico. Sendo assim, quando um sujeito observa a realidade *on-line* do *Último Segundo* verifica que, enquanto a pirâmide invertida era pautada pelo positivismo, pragmatismo e objetivismo, a pirâmide multidirecional é pautada pelo pós-modernismo e subjetivismo.

Por isso, esse sistema, enquanto linguagem, apresenta uma ideologia pós-moderna. Na ideologia presente na Internet, que é a ideologia da efemeridade e do tempo real, é permitida a inclusão da subjetividade. Isto não quer dizer que o jornalismo atual não continue a requerer o objetivismo; no entanto, para a Análise de Discurso, não existe o distanciamento da subjetividade.

Vale ressaltar que a observação deste trabalho foi calcada nos princípios e procedimentos da Análise de Discurso de linha francesa e, por esse motivo, talvez seja possível que em outras perspectivas metodológicas ocorram outras visões, proporcionando conclusões diferentes da mesma realidade.

Conclusão

Ao longo deste trabalho foi possível compreender a relevância do debate sobre o deslocamento, para o suporte digital, de um modelo de redação construído para o jornalismo impresso ainda no século XIX, que é o caso da pirâmide invertida. Para isso, o resgate da historicidade da criação do modelo, do desenvolvimento da pirâmide invertida no jornalismo impresso tradicional, e da sua chegada ao ambiente virtual no final do século XX foi relevante para reconstituir o cenário da materialidade histórica e da formação ideológica da época em que o modelo surgiu.

O processo para entender os impactos da Internet no jornalismo incluiu também os estudos a respeito das características da Internet, enquanto um sistema social e uma hipermídia, e sobre a ideologia no ciberespaço. Esta investigação permitiu a compreensão de que os suportes, nos quais são veiculados os textos jornalísticos, não são neutros e influenciam na produção de sentidos.

Com o surgimento da Internet e da *Web*, a discursividade jornalística, inicialmente analógica, sofreu deslocamentos, o que fez com que surgisse a discursividade jornalística digital, que está presente com mais ênfase na rede. No entanto, esse deslocamento não é um processo fechado e totalmente delimitado, porque, como foi evidenciado ao longo das investigações desta dissertação, as duas discursividades ainda se intercalam nos jornais *on-line* da atualidade. Assim como os jornais impressos tradicionais já recorrem a elementos característicos da discursividade digital na tentativa de promover inovações.

De acordo com os exemplos encontrados em alguns jornais brasileiros, que foram apresentados no capítulo de análise, já há discursividade digital circulando em veículos analógicos, assim como ainda há discursividade analógica circulando em veículos digitais.

Esse processo de intercalação de discursividades também pode ser comprovado na análise de matérias do *Último Segundo*.

Uma importante constatação, com apoio da Análise de Discurso de linha francesa, é a de que não é a materialidade que define o discurso, ou seja, não é o suporte que define a discursividade, e sim as propriedades do discurso que está circulando. Isto que dizer que, no caso específico desta pesquisa, não é porque um jornal está circulando no ambiente da *Web* que ele é *on-line*. Isto foi comprovado por meio dos exemplos de jornais que mantêm na Internet versões digitais que nada mais são do que *fac símiles* de suas versões impressas.

Esse não é o caso do *Último Segundo*, uma vez que ele é o primeiro informativo *on-line* que nasceu diretamente na Internet brasileira e possui, em grande parte, características da discursividade digital. A observação das matérias veiculadas nesse jornal *on-line* auxiliou no esclarecimento da questão sobre a mudança de sentido que ocorre pela alteração na forma de circulação do discurso jornalístico, originalmente constituído e formulado para circular no ambiente impresso.

Na condição não apenas de método de análise, mas principalmente na condição de teoria, a Análise de Discurso contribuiu na elaboração do trabalho, uma vez que direcionou a análise para a interpretação em busca da compreensão a respeito do processo de produção do discurso e sobre as propriedades das discursividades jornalísticas. Por conta disso, a pesquisa alcançou seus objetivos de investigação ao encontrar as respostas para as problematizações iniciais, que consideravam a possibilidade de estarem ocorrendo modificações no modelo da pirâmide invertida no ambiente virtual e, por consequência dessa mudança de ambiente de circulação, estar acontecendo a produção de um novo sentido do discurso jornalístico.

Sendo assim, foram confirmadas as hipóteses de que: o ambiente virtual, por conta das características inerentes ao hipertexto, impôs novos elementos e recursos ao modelo clássico da pirâmide invertida, modificando-o; e de que o processo de circulação do discurso

jornalístico no ambiente hipertextual da *Web* resultou na mudança de suas propriedades constitutivas

Por conta das constatações realizadas no decorrer do desenvolvimento deste trabalho, foi possível encontrar elementos que evidenciam a proposta de pirâmide aberta e multidirecional como o modelo textual utilizado em matérias noticiosas do jornal *on-line Último Segundo*. A conclusão é de que o modelo usado pelo informativo *Último Segundo* continua sendo uma pirâmide, com formato semelhante ao da invertida, porque ainda existem elementos de propriedades da discursividade analógica na sua elaboração, porém, essa pirâmide é aberta porque está no ambiente interativo e de modelo livre da *Web*; e é multidirecional porque é hipertextual e possui correção multidirecional, características importantes da discursividade digital.

Embora este trabalho tenha encontrado as respostas que buscava, algumas questões sobre o texto jornalístico na *Web* ainda estão abertas e podem ser exploradas em trabalhos futuros. O que foi debatido nesta dissertação é referente a um jornalismo característico da *Web 2.0*, mas como foi apresentado no segundo capítulo desta investigação, a *Web 3.0*, ou *Web Semântica* (assim chamada porque organizará os dados para atender o usuário de forma mais precisa), já está começando a funcionar e será uma *Web* cada vez mais personalizada. O que ocorrerá com o jornalismo *on-line* nessa nova conjuntura é questionamento relevante para futuras pesquisas.

Além disso, as redes sociais como *Orkut*, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, entre tantas outras, estão cada vez mais em evidência e desafiam o jornalismo todos os dias. E não é apenas um desafio simples: as redes sociais já pautam e até mesmo “furam” (passam na frente em termos de divulgação) os jornais tradicionais e também os *on-line*. O que ocorre nas redes sociais é um exemplo da discursividade digital em pleno funcionamento das propriedades de interatividade, sincronia temporal e correção multidirecional. O que o jornalismo *on-line* está

fazendo diante dessa concorrência com as redes sociais também é tema importante e atual para investigações acadêmicas.

Em meio a questões em aberto e diante das constatações as quais chegou esta dissertação, uma das expectativas desta pesquisa é a de que sirva de contribuição bibliográfica para outros pesquisadores e também como embasamento teórico para futuros estudos na área do jornalismo digital e análise de discurso jornalístico. Espera-se também que este trabalho possa contribuir, na condição de embasamento teórico, para a formação de estudantes de jornalismo e também para a prática de quem já exerce esta profissão ou outra fundamentada na escrita para veículos impressos e digitais.

Anexos

Relação de matérias analisadas com horário de postagem e de coleta

PT decide não prestar apoio incondicional a Sarney; partido faz nova reunião hoje (01/07/2009 - 08:12 , atualizada às 09:41 01/07, coletada às 9h)

Corinthians empata com Inter e é campeão da Copa do Brasil (02/07/2009 - 00:00, atualizada às 06:04 02/07, Redação iG Esporte, coletada às 6h)

Sarney oculta da Justiça Eleitoral casa de R\$ 4 milhões (03/07/2009 - 08:05 - Agência Estado, coletada às 8h)

Coreia do Norte lança sétimo míssil em um dia (04/07/2009 - 06:49 , atualizada às 08:28 04/07 - Redação com agências internacionais, coletada às 8h)

OEA suspende Honduras por causa do golpe de Estado contra Zelaya (05/07/2009 - 01:07 , atualizada às 02:24 05/07 - Redação com agências internacionais, coletada às 11h)

Zelaya pede às Forças Armadas que baixem as armas em Honduras (06/07/2009 - 01:30 , atualizada às 03:11 06/07 – EFE, coletada às 6h)

China declara toque de recolher em foco de violentos distúrbios (07/07/2009 - 06:57 , atualizada às 07:11 07/07 – EFE, coletada às 7h)

Receita abre consulta a lotes de restituição do Imposto de Renda de 2009 e 2008 (08/07 - 07:00 – Redação, coletada às 7h)

Fundação de Sarney dá verba da Petrobras a empresas fantasmas (09/07 - 04:22 - Redação com agências, coletada às 9h)

G8 promete US\$ 15 bilhões para garantir alimentos (10/07 - 07:47 , atualizada às 07:59 10/07 – AFP, coletada às 8h)

Secretaria de São Paulo investiga como menina pegou a "gripe suína" (11/07 - 08:25, atualizada às 11:03 11/07 - Redação com Agência Estado, coletada às 10h)

Curso revela fraude em Fundação Sarney (12/07 - 08:03 - Agência Estado, coletada às 11h)
Nova lei ajuda candidatos com problemas na Justiça (13/07 - 07:17 - Congresso em Foco, coletada às 9h)

Lucro do Goldman Sachs no segundo trimestre fica acima do esperado (14/07 - 09:59, atualizada às 10:43 14/07 – Redação, coletada às 10h)

Avião iraniano cai com 168 pessoas a bordo (15/07 - 07:02 , atualizada às 08:23 15/07 - Redação com agências internacionais, coletada às 8h)

Filho de Sarney é indiciado pela Polícia Federal por três crimes (16/07 - 07:41 - Agência Estado, coletada às 9h)

Lucro do Bank of America cai menos que o esperado no segundo trimestre (17/07 - 08:29 , atualizada às 08:55 17/07 - Redação com agências, coletada às 8h)

Sinopse de imprensa: Eletrobrás financiou ONG de filho de Sarney (18/07 - 07:41 – Redação, coletada às 9h)

Sinopse de imprensa: Senado fez "trem da alegria" secreto (19/07 - 04:06 – Redação, coletada às 7h)

Em dia de alívio nos mercados financeiros, dólar recua e Bovespa opera em alta (20/07 - 09:37 , atualizada às 11:51 20/07 - Redação com agências, coletada às 11h)

"Gripe suína" já matou mais de 700 pessoas, diz OMS (21/07 - 07:02 - Redação com agências internacionais, coletada às 8h)

CPI da Petrobras ameaça 'boom' do petróleo no Brasil, diz 'Financial Times' (22/07 - 05:17, atualizada às 05:32 22/07 - BBC Brasil, coletada às 6h)

Taxa de desemprego cai a 8,1% no mês de junho, diz IBGE (23/07 - 09:04 , atualizada às 09:40 23/07 - Redação com agências, coletada às 9h)

Menos de um dia após alta, Alencar volta a hospital em São Paulo (24/07 - 11:52 – Redação, coletada às 11h)

Objeto atinge Massa, e piloto sofre forte acidente na Hungria (25/07 - 10:00, Agência Warm Up, coletada às 10h)

Em comunicado, Ferrari informa que condição de Massa segue estável (26/07 - 05:30, Agência Warm Up, coletada às 7h)

Massa melhora aos poucos e já é capaz de mover braços e pernas (27/07 - 06:57, Agência Warm Up, coletada às 6h)

Médicos acreditam que Massa pode deixar hospital em até dez dias (28/07 - 06:27, Agência Warm Up, coletada às 8h)

Atentado fere 48 na Espanha; ETA pode ter cometido crime (29/07 - 03:56, atualizada às 04:45 29/07 – EFE, coletada às 6h)

Inep divulga simulado do Enem; consulte (30/07 -00:13
Redação com Agência Brasil, coletada às 7h)

Desemprego na zona do euro é o maior em 10 anos; preços caem (31/07- 07:14, Reuters, coletada às 8h)

Referências

ADGHIRNI, Zélia. **Jornalismo on line**: em busca do tempo real. 2002. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/18685/1/2002_NP2ADGHIRNI.pdf>. Acesso em: 21 maio 2008

ALVES, Rosental Calmon. **Jornalismo digital**: dez anos de web... e a revolução continua. 2006. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/cs_um/article/viewFile/4751/4465> Acesso em: 12 maio 2009.

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado. 2. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**-História da imprensa brasileira. 4. ed. rev. aum. São Paulo: Ática, 1990.

BELLEI, Sérgio Luiz Prado. **O livro, a literatura e o computador**. São Paulo: EDUC; Florianópolis: UFSC, 2002.

BELTRÃO, Luiz. **A imprensa informativa**. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

BERTALANFFY, Ludwig Von. **Teoria geral dos sistemas**. 2. ed. Petrópolis: Vozes; Brasília: INL, 1975.

BOND, F. Fraser. **Introdução ao jornalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Agir, 1962.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 8. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2002.

BULGAY, Edson; ULBRICHT, Vânia. **Hipermídia**. Florianópolis: Bookstore, 2000.

BUNGE, Mário. **Ciência e Desenvolvimento**. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Edusp, 1980.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em: 01 dez. 2008.

CAPELATO, Maria Helena. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto/ Edusp, 1988.

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida**- uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

_____. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO (CNPq)/INSTITUTO DE PESQUISAS ESPACIAIS (INPE). **Engenharia de Sistemas: planejamento e controle de projetos**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1973.

CUPANI, Alberto. **A objetividade científica como problema filosófico**. 1989. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/fisica/article/view/10067/9292>>. Acesso em: 15 abr. 2009.

DERTOUZOS, Michael. **O que será: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas**. 3. reimp. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

DIZARD JR, Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. 2.ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

EMERY, Edwin. **História da Imprensa nos Estados Unidos**. Rio de Janeiro: Lidaador, 1965.

ENCARNAÇÃO, Denis; RODRIGUES, Tiago. **WEB 2.0**. 2007. Disponível em: <<http://trodrigues.net/stuff/ManuscritoIEEE-Web2.0.pdf>>. Acesso em 29 jun.2009.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

FERREIRA, Paulo Henrique de Oliveira. **O jornalismo online: do telégrafo à internet móvel**. 2003. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/files/others/ojornalismoonlineedotelegrafoointernetmovel.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2009.

FREIRE, Sérgio Augusto. **Conhecendo Análise do Discurso- Linguagem, Sociedade e Ideologia**. Manaus: Editora Valer, 2006.

GALLO, Solange Leda. **Discurso da Escrita e do Ensino**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1992.

GOMES, Wilson. **Opinião política na Internet- uma abordagem ética das questões relativas à censura e liberdade de expressão na comunicação em Rede**. 2001. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/etica/txts/opiniaopolitica.pdf>>. Acesso em: 06 ago. 2009.

GREGORIO, Domenico de. **Metodologia del periodismo**. Madrid: Ediciones Rialp, 1966.

HAMILTON, Fernando Arteché. **Webjornalismo: novo ritmo do fazer jornalístico ou atividade derivada?** Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002_Anais/2002_NP2HAMILTON.pdf> Acesso em: 19 ago. 2009.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**-uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 17. ed. São Paulo: Loyola, 2008.

HOHENBERG, John. **Manual de Jornalismo**. Rio de Janeiro: Fundo da Cultura, 1962.

JOHNSON, Telma Sueli Pinto. **Jornais eletrônicos do Brasil: a primeira geração**. 2006. Disponível em: <http://www.redealcar.jornalismo.ufsc.br/cd4/digital/t_johnson.doc>. Acesso em: 05 maio 2009.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: Norte e Sul**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2002.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. 5. ed. São Paulo: Ática, 2004.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**-arquitetura e navegação no ciberespaço. 2. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**- o futuro do pensamento da era da informática. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.

_____. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Ed.34, 2000.

LUCCHESI, Ivo. **Crise continental e a imprensa local**. Observatório da Imprensa n.169. 2002. Disponível em: <<http://br.geocities.com/mcrost11/oi009.htm>>. Acesso em: 15 abr. 2009.

LUHMANN, Niklas. **Legitimação pelo procedimento**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1980.

_____. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

_____. **Introdução à teoria dos sistemas**. Petrópolis: Vozes, 2009

LYOTARD, Jean François. **O pós-moderno**. 4. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1993.

MACLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

MANUAL DO ÚLTIMO SEGUNDO. 2009. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/manual/>>. Acesso em: 30 ago. 2009.

MARSHALL, Leandro. **A estética da mercadoria jornalística**. 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/marshall-leandro-estetica-mercadoria-jornalistica.pdf>>. Acesso em: 12 maio 2005.

MATHIS, Armin. **A sociedade na teoria dos sistemas de Niklas Luhmann**. s/d. Disponível em: <http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/luhmann_05.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2009.

- MAZIÈRE, Francine. **A Análise do Discurso-** história e práticas. São Paulo: Parábola, 2007.
- MENDONÇA, Thais. **Cronologia da notícia** (de 740 a.C. a 2020). 2004. Disponível em: <http://www.redealar.jornalismo.ufsc.br/cd/.../historia%20dos%20jornalismo/trabalhos_selecionados/thais_mendonca.doc>. Acesso em: 15 maio 2009.
- MIELNICZUC, Luciana. **A pirâmide invertida na época do Webjornalismo:** tema para debate. 2002. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_mielniczuk_piramides_invertidas.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2008.
- MONTEIRO, Mariana; SIMONE, José Fernando. **Jornalismo online-**O futuro da informação. Rio de Janeiro: Graflina Editora, 2001.
- MORETZSOHN, Sílvia. **A velocidade como fetiche** - o discurso jornalístico na era do tempo real. Rio de Janeiro: UFF, 2000. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade de Comunicação Social, UFF, 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=moretzsohn-sylviavelocidade-jornalismo-0.html>. Acesso em: 08 jan.2009.
- MOURA, Leonardo. **Como escrever na rede-**manual de conteúdo e redação para a Internet. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- NICOLAU, Marcos. **Fluxo, conexão, relacionamento:** um modelo comunicacional para as mídias interativas. 2008. Disponível em <http://www.cchla.ufpb.br/culturasmidiaticas/pdf/01/03_marcos.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2009.
- NIELSEN, Jakob. **Inverted Pyramids in Cyberspace.** 1996. Disponível em: <<http://www.useit.com/alertbox/9606.html>>. Acesso em: 05 maio 2009.
- _____. **How Users Read on the Web.** 1997. Disponível em: <<http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>>. Acesso em: 05 maio 2009.
- _____. **Changes in Web Usability Since 1994.** 1997. Disponível em: <<http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>>. Acesso em: 03 ago. 2009.
- NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário.** 5. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- ORLANDI, Eni. **Discurso e Texto-** Formulação e circulação de sentidos. Campinas: Pontes, 2001.
- _____. **Análise de Discurso-**Princípios e procedimentos. 5. ed. Campinas: Pontes, 2003.
- PALÁCIOS, Marcos. **Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas:** Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_redeshibridas.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2009.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 2. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1995.

_____. **O Discurso-Estrutura ou acontecimento**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2002.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

POSSENTI, Sírio. **Os limites do discurso- ensaios sobre discurso e sujeito**. 2. ed. Curitiba: Criar Edições, 2002.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo Participativo e a produção aberta de notícias**. 2006. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2009.

REIS, Fábio André. **Uma Breve Análise Sociológica do Ciberespaço**. 2000. Disponível em: <<http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/index.php/buscalegis/article/viewFile/25769/25332>>. Acesso em: 29 jun. 2009.

ROCHA, Hélio Costa Lima. **Verdade e rigor no jornalismo- A intersubjetividade como referência da construção da notícia**. 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_244.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2009.

RUBLECKI, Anelise. **Jornalismo pós-moderno: uma discussão dos valores míticos na sociedade hiper-espetacular**. 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/anelise-jornalismo-pos-moderno.pdf>>. Acesso em: 18 maio 2009.

SALATIEL, José Renato. **Pirâmide invertida ou efeito champanhe?** 2007. Disponível em: <<http://salatiel-reuniaodepauta.blogspot.com/2007/09/piramide-invertida-ou-efeito-champanhe.html>>. Acesso em 17 ago.2009.

SANTAELLA, Lúcia. **Da cultura das mídias à cibercultura**. 3. ed. São Paulo: Summus, 2008.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização- do pensamento único à construção universal**. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SANTOS, Ana Lúcia Prado Reis dos. **Informação fast-food - Um estudo de caso do jornal “Último Segundo” do portal IG**. Salvador: UFBA, 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea), Faculdade de Comunicação Social, UFBA, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/santos-prado-ana-fast-food.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2009.

SAVIANIREY, Luiz Roberto. **Jornal impresso e pós-modernidade: projeto Ruth Clark e a espetacularização da notícia**. 2001. Disponível em: <<http://www.puccamp.br/centros/clc/jornalismo/revista/jornalismo3-4%202/jorn3.pdf>>. Acesso em: 18 maio 2009.

SILVA, Carlos Eduardo. **O adiantado da hora- a influência americana sobre o jornalismo brasileiro**. São Paulo: Summus, 1991.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4. ed. atual. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUZA, Rodrigo Augusto. **O pragmatismo de John Dewey e sua expressão no pensamento e nas propostas pedagógicas de Anísio Teixeira**. Paraná: PUC, 2004. Dissertação (Mestrado em Educação), Centro de Teologia e Ciências Humanas, PUC-PR, 2004. Disponível em: <http://www.biblioteca.pucpr.br/tede//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=205>. Acesso em: 15 maio 2009.

STOCKINGER, Gottfried. **A interação entre cibernsistemas e sistemas**. 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/stockinger-gottfried-interacao-cibersistemas.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2009.

TEBBEL, John. **Os meios de comunicação nos Estados Unidos**. São Paulo: Cultrix, 1978.

TUDO SOBRE O ÚLTIMO SEGUNDO. 2009. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/tudo_sobre_us.html>. Acesso em: 30 ago. 2009.

VALETIM, Lucy Mary Soares. **O pragmatismo e a escola nova no Brasil**. 2003. Disponível em: <http://www.fafibe.br/down/revista/revista_hl_03.pdf#page=94>. Acesso em: 13 maio 2009.

VIVALDI, Gonzalo Martin. **Generos Periodisticos**. Madrid: Paraninfo, 1973.

WARD, Mike. **Jornalismo online**. São Paulo: Roca, 2006.