

Notícia digital: processos de construção

Ricardo Nunes*

“The internet has the potential to change the way news is made”

Jeff Boutler

Tendo em conta a “Falta de unanimidade sobre como deve ser uma notícia difundida através de Internet”¹, torna-se imperioso avaliar os modos de produção informativa para e através da rede internacional de computadores, recorrendo a uma metodologia de trabalho com bases sólidas, que permita um desempenho mais eficaz, sempre que se enuncie uma notícia digital. Inquietação idêntica é trazida por Chris Lapham, que equaciona o problema desta maneira, “The bottom line, whatever the medium, is how well you tell a story”².

Embora este seja o momento de avaliar os procedimentos que permitem a construção de uma notícia *on-line*, é determinante reconhecer que “Cyberspace belongs to rea-

ders, not writers”³. A validação desta teoria surge em *Newswriting for the Web*, um estudo do The Poynter Institute of Media Studies da Universidade do Alasca Anchorage. Sustenta Carole Rich, ao introduzir as linhas centrais da investigação, que “The journalist who carefully crafts a story with a lead, middle and ending is at the mercy of World Wide Web users who resemble TV couch potatoes with a mouse for a remote control. With a world at their fingertips, readers can link to another Web site in an instant before they even access the story”.⁴ Este é o cenário real. Cada vez mais, a decisão encontra-se na ponta dos dedos, remetendo a escolha para o círculo das preferências individuais. Cumprir na internet, o formulário de requisitos do jornalismo tradicional, significa, antes de mais, não estar conforme o novo media, no limite, desenvolver um trabalho de qualidade e eficácia altamente duvidosas.

*Mestre em Ciências da Comunicação. Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal

¹ Pérez-Luque, Maria José e Foronda, Maider Perea, “*El reto de crear noticias on-line - Análisis de la comunicación on-line actual y perspectivas de futur*”o, in Cuadernos de Documentación Multimedia, s/d, <<http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/noticias.htm>> (24.7.99)

² (Lapham,1995, citado pro Vincent Meddis). Identificar devidamente

³Rich, Carole, “*Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*”, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afer/poynterhome.htm>> (28.2.99)

⁴ Rich, Carole, “*Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*”, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afer/poynterhome.htm>> (28.2.99)

Lembra a autora que, inclusive, no formato tradicional, a notícia produzida corre igualmente riscos de não ser lida na totalidade, ou olhada apenas de rompante. “But news stories on the Web offer more diversions and problems. With a multitude of links to others sites and technology that causes poor readability and slow download time, getting and keeping readers attention is more difficult *on-line* than a print”.⁵

Vale a pena fixar as questões principais deste estudo, de modo a contextualizar a investigação que se pretende realizar. Interroga-se Carole Rich

- “Should we write inverted pyramid stories, with the most important information at the top of the story?”
- “Should we write in narrative form like a fiction story with a plot that unfolds from beginning to end?”
- “Should we organize in chunks for readers to click on or in continuous screens they can scroll?”
- Or should we create new forms of storytelling for the Web?”.⁶

Se nos posicionarmos no patamar de quem escreve e apresenta a informação periodicamente nos meios de comunicação social,

⁵ RICH, Carole, “*Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*”, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afer/poynterhome.htm>>(28.2.99)

⁶ RICH, Carole, “*Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*”, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afer/poynterhome.htm>> (28.2.99)

não só a estrutura hipertextual se apresenta como uma condição *sine qua non* para descrever a realidade através dos media eletrónicos, como esta nova arrumação permite uma eficácia porventura maior do que a utilização exclusiva da clássica estruturação em forma de pirâmide invertida nos media tradicionais. Erik K. Meyer, no texto *Tomorrow's News Today* sustenta que “As seen in modern broadcast and headline writing, inverted pyramid stress the value of each word. It includes only the most important and discards or downloadns the rest”⁷

Quando o jornalista digital produz as suas notícias, terá que ter presente um aspecto fundamental que Balasubramanian situa no conceito de Hipertexto: permitir a navegabilidade no interior do documento, mas também abrir fronteiras para o exterior. Melinda Mcadms *em Inventing an On-line Newspaper* refere que as diferenças entre um jornalista de imprensa escrita, e um profissional orientado para o media digital acusam características e estratégias de construção radicalmente diferentes - “A journalist with little *on-line* experience tends to think in terms of stories, news value, public service, and things that are good to read. These are the staples of a one way medium. But a person with a lot of *on-line* experience thinks more about connections, organization, movement within and among sets of information, and communication among different people. *On-line* is bi-directional”⁸

⁷ MEYER, Erik K., “*Tomorrow's News Today*”, A research report from Newslink Associates, Spring, 1997. Citado em Pérez-Luque, Maria José e Foronda, Maider Perea, Op. cit, p.6

⁸ MCADAMS, Melinda, *Inventing an On-line Newspaper*, Center for Teaching and Technology Georgetown University, Washigton

A este propósito J.D. Lassica em *Net Again*, um texto publicado na *American Journalism Review* escreve “On line coverage could involve a multiple branch of short of things where, for example, you start out talking about childhood adoption, and you do one branch from the child’s point of view, one branch from the birth mother’s point of view, and one from the agency point of view”⁹. Esta é uma das mais valias da notícia interactiva, a rede tentacular que se estende de acordo com um cardápio sugerido pelo jornalista, que deverá ir ao encontro dos interesses do utilizador.

O exercício do jornalismo através do estabelecimento de links levou uma das repórteres do Wall Street Journal a deixar a seguinte interrogação: Journalist or “linkalist”? Journalism or “linkalism”? Apesar de ter sido apresentado como uma piada, durante um congresso de jornalismo, não caiu bem o humor feito pela jornalista Kara Swisher, ao pronunciar na *Berkeley’s Graduate School of Journalism* qual o entendimento que tem sobre a nova vaga do jornalismo electrónico. Partindo do conceito de “link”, a repórter fez um trocadilho e juntou-o à profissão de jornalista e à actividade do mesmo. A boa disposição de Swisher não conseguiu contagiar a plateia, e alguns dos presentes manifestaram desagrado. A forma redutora como a mais recente aventura comunicacional e jornalística foi assumida, constitui uma visão parcelar e deformada do que é de facto a informação *on-line*,

e a actividade exigente de quem a exerce. Não incorre em erro quem afirmar que o jornalismo electrónico se faz de múltiplas ligações, da conjugação de vários recursos em busca de um produto equilibrado, do ponto de vista dos conteúdos, e agradável, do ponto de vista estético e formal. Embora tenha fundamentado minutos depois porque razão tomava esta atitude, o mal estar tinha contaminado a plateia, predisposta a aceitar o maravilhoso suporte electrónico... A repórter viria a concretizar a ideia ao afirmar que a informação deve ser a alavanca para a actividade jornalística, e não deve ser encarada, exclusivamente, como trampolim para a construção de complexas narrativas noticiosas. Explicado o argumento de base, a plateia ficou mais serena e mostrou-se disposta a escutar a mensagem da interveniente.

George Landow, professor na Universidade de Brown, especialista em Hipermédia, defende o uso de metáforas, estrutura ramificada, uma escrita desenvolvida em caixas sucessivas ou o recurso à Web que permite uma estrutura não linear da escrita. Landow, escreve em *Hypermedia and Literary Studies* que “Hypermedia as a medium conveys the strong impression that its links signify coherent, purposeful, and above all useful relationships. It still depends upon many of the same organizing principles that make page-bound discourse coherent and even pleasurable to read.”¹⁰ Entende este universitário que é preciso ter um cuidado extremo na estrutura de ramificação, que vai permitir os vários

DC, 1995, <<http://www.jan.ucc.nau.edu/~ipct-j/1995/n3/mcadams.txt>> (27.06.00)

⁹ LASICA, J.D., *Net Gain - Journalism’s Challenge in an Interactive Era*, Novembro, 1996 <<http://www.newslink.org/ajrwww.html>> (06.04.2000)

¹⁰ LANDAW, George, citado por RICH, Carol, “*Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*”, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afepoynterhome.htm>> (28.2.99)

desenvolvimentos do corpo central da notícia. É motivo de confusão e baralhamento quando uma pista sugerida frustra as expectativas do leitor “When users follow links and encounter materials that do not appear to possess a significant relation to the document from which the link pathway originated, they feel confused and resentful”¹¹.

Mas se esta é a novidade estrutural que se impõe no formato digital de informação, há princípios que devem ser respeitados, de modo a alcançar eficácia. Pixie Ferris, escreveu na *Computer Mediated Communication Magazine* o que entende ser a cartilha para bem escrever na Internet. Em *Writing in Cyberspace*, é defendido que uma boa escrita deve contemplar um objectivo, conteúdo, organização, estilo e audiência.

A receita de Ferris, baseia-se num pressuposto de que a eficácia da notícia depende em boa parte do respeito que deve ter pela sua organização formal, mas também ao nível dos conteúdos. Analisada ao pormenor, a notícia bem estruturada deve dizer objectivamente qual é o seu alvo de actuação, descrever com rigor e síntese os episódios que a constituem, revelar organização interna, apresentar os elementos de forma lógica.

A notícia deve ainda ser reveladora de quem a escreveu, a marca pessoal indelével e discreta do seu autor. Por último, qualquer conteúdo informativo deve ser orientado para uma audiência, para um público específico. No limite, será esta audiência que vai condicionar a eficácia da notícia levada ao prelo, ou apresentada de modo digi-

tal. Esta última condicionante, remete a análise para um outro nível de complexidade, se a notícia deve ter como referente a audiência a que é dirigida, então, o cibernauta, irá exigir, mais do que conteúdos renovados, um formato radicalmente diferente da imprensa escrita. O discurso parcelar, potenciador de abordagens particulares, remetendo permanentemente para outras paragens, prefigura, um convite constante à exploração informativa.

Para que fique claro quais são as premissas defendidas por Pixie Ferris, apresento uma descrição sumária, cruzada com os postulados de Jakob Nielsen e a experiência de Melinda Mcadms. Estes são alguns contributos norteadores do novo jornalismo digital:

Objectivo

Começar a notícia pela notícia. A clareza do objectivo é meio caminho andado para que essa notícia seja lida com eficácia. Na estruturação de uma notícia, o que é verdadeiramente importante, não pode aparecer descrito no corpo da mesma, ou na pior das hipóteses em rodapé.

Conteúdo

A forte aposta nos conteúdos, faz da notícia matéria prima por excelência da nova linguagem digital. A ênfase do jornalismo é agora colocada na esfera dos conteúdos disponíveis *on-line*.

Identificar a fonte de informação é determinante para credibilizar a notícia. Com a proliferação de experiências informativas na rede, torna-se crucial reconhecer a quem pertence determinado site, quem escreveu de-

¹¹ LANDAW, George, citado por RICH, Carol, “*Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*”, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afer/poynter-home.htm>> (28.2.99)

terminada notícia. Esta preocupação ao nível dos conteúdos é fundamental para que se estabeleça a fronteira nítida entre a actividade jornalística e a propaganda, publicidade, etc.

Daí que a descrição dos conteúdos com base na hipertextualidade, deverá permitir ao utilizador aceder a links reconhecidos pelo jornalista e pelo media em questão. Desta forma fica reforçada a idoneidade dos destinos sugeridos ao longo do texto, dos seus recursos e fontes.

Organização

A contenção no desenvolvimento da notícia pressupõe que a escrita se desenvolva com base numa estrutura arborescente. O hipertexto vai permitir que a informação se alongue no justo equilíbrio entre os elementos disponíveis para a construção da notícia e o interesse do leitor. Ao analisar as novas *Cartas de Navegação*, Carlos Correia constata que “(...)o modelo interactivo possui um sistema estruturado de menus e submenus, portos de abrigo primários e secundários a partir dos quais a navegação interactiva se pode iniciar, desenvolver e abrigar”¹².

A ligação dinâmica, assinalada pela cor contrastante ou por outra diferença gráfica, remete possíveis desenvolvimentos, para leituras transversais do documento. As páginas secundárias, assumem o papel de background, ou, narrativa particular de uma das componentes da notícia. Ao construir as ramificações de um jornal, ou de uma notícia Melinda Mcadams apercebe-se da necessidade de ser flexível na construção “(...)a de-

sign or hierarchy that we think is very good may have to be changed substantially if we discover that users find it unwieldly or unintuitive”¹³.

A clareza da organização é determinante para a arquitectura da escrita, por isso, sugerem-se palavras, conceitos e metáforas, absolutamente determinantes e essenciais Melinda Mcadams defende que “A fundamental principle of this venture has been that the newspaper metaphor provides a superior structural model for an *on-line* service”¹⁴. Mcadams sustenta que “The importance of a good user metaphor can not be underestimated. (...) A designer must choose metaphors that help the users understand the system. The newspaper metaphor uses the “front page” as the entry point to the system; it relies on headlines to tell users what items in the system are most important; it employs division into sections similar to the sections of a large metropolitan daily. It does not restrict the content of the system to the content of newspaper, but it promotes an assumption that users can follow a typical newspaper organizational structure to find any information they want”¹⁵.

¹³ MCADAMS, Melinda, “*Inventing an Online Newspaper*”, Center for Teaching and Technology Georgetown University, Washington DC, 1995, <<http://www.jan.ucc.nau.edu/~ipct-j/1995/n3/mcadams.txt>> (27.06.00)

¹⁴ MCADAMS, Melinda, “*Inventing an Online Newspaper*”, Center for Teaching and Technology Georgetown University, Washington DC, 1995, <<http://www.jan.ucc.nau.edu/~ipct-j/1995/n3/mcadams.txt>> (27.06.00)

¹⁵ MCADAMS, Melinda, “*Inventing an Online Newspaper*”, Center for Teaching and Technology Georgetown University, Washington DC, 1995, <<http://www.jan.ucc.nau.edu/~ipct-j/1995/n3/mcadams.txt>> (27.06.00)

¹² CORREIA, Carlos, *Multimédia On e Offline*, Lisboa, Editorial Notícias, 1997, p. 28

Está subjacente ao comentário de Mcadms uma preocupação, absolutamente determinante no universo das novas tecnologias, ou seja, o modo como o homem se relaciona com a máquina e vice-versa. Daí que, a optimização do interface seja decisiva para que se retire o melhor partido dos recursos apresentados ao público. No entanto, a defesa da metáfora enquanto entidade integradora, através da estimulação visual, de construções aproximadas a objectos do quotidiano, ou a sínteses de funções está longe de ser consensual.

Ted Nelson é um dos críticos da utilização da metáfora, enquanto elemento de representação digital. O recurso ao *desktop*, é no entender do criador do hipertexto, *uma amálgama afixada no ecrã*, que grosseiramente estabelece pontos de contacto com a realidade quotidiana. Por seu lado, Nicholas Negroponte, director do *Media Lab* do *MIT* sonha com um computador semelhante ao homem. A defesa desta ideia remete o conceito de interface para um conjunto de características absolutamente fundamentais “(...)precisa de possuir uma configuração, uma forma, uma cor, um tom de voz e todo o poder de atracção sensorial”¹⁶. Negroponte chega a personificar esta interface ideal - *um mordomo inglês com muito estilo*... Um agente de interface que estabelecesse as diplomacias, fizesse cumprir os protocolos, de modo subtil mas imediato e eficaz.

Um outro contributo decisivo para enquadrar esta questão, surge nas propostas de Brenda Laurel, uma referência fundamental

¹⁶ NEGROPONTE, Nicholas, citado por CORREIA, Carlos, *Multimédia On e Offline*, Lisboa, Editorial Notícias, 1997, p. 30

quando se trata de estabelecer um diálogo frutuoso entre o conhecimento académico e a prática instrumental. A autora defende a aproximação entre o interface gráfico e o teatro, uma forma de avaliar os processos de mediação entre utilizador e máquina através das mais variadas figuras da representação. Laurel sugere uma aproximação entre duas funções específicas: o construtor de interfaces gráficas e o director de teatro, já que ambos têm muitas coisas em comum.

De acordo com o enquadramento teórico referido é possível identificar, telegraficamente, algumas situações que se apresentam como referencial ou padrão:

O recurso a títulos, sub títulos, ligações dinâmicas deve pontuar a notícia, de modo equilibrado, para que não provoque dispersão na leitura. A escrita por tópicos, limitada às principais *guide-lines*, do tipo - um parágrafo, uma ideia; sugere uma construção sustentada na simplicidade e no recurso ao essencial.

Não só as palavras, mas também as fotografias, os vídeos, a infografia, o som devem confluir na organização interna da notícia. A combinação dos elementos envolvidos permite acrescentar novos métodos de abordagem, enriquecendo a notícia, e dando ao leitor coordenadas várias que complementam o todo informativo.

Um *media on-line* terá que ter uma preocupação fundamental com a escrita. A capacidade de síntese é determinante para uma boa construção da notícia, aconselhando-se a reduzir para metade as palavras que, eventualmente poderiam ser escritas num *media* tradicional.

Organizar a notícia de modo a permitir uma leitura rápida. Está provado que perante um ecrã de computador fica mais reduzida a

capacidade de leitura e compreensão. O utilizador não tem por hábito ler os documentos, em vez disso, utiliza a visão como um *scanner*, identificando blocos e estímulos ao longo da narrativa.

Porque a leitura se faz em parcelas, a fórmula clássica de pirâmide invertida, tem sido adoptada pelo novo media, ainda que nem sempre cumprida à risca. A graduação da notícia consiste em reduzir a importância dos seus elementos à medida que se desenvolve. Primeiro a resposta à notícia, depois os pormenores, por último o background da informação.

Estilo

No contexto da informação *on-line*, esta característica não assume um papel preponderante. O estilo é, frequentemente, moldado pelo próprio meio de comunicação social onde se exerce a actividade. No entanto, faz sentido falar em estilo pessoal e intransmissível (sobriedade/exuberância, protagonismo/descrição, etc.), que em circunstância alguma poderá colidir com as regras gramaticais e os preceitos linguísticos. Pretende-se que impere uma abordagem directa, factual, afastada de editorialismos e preceitos rebuscados. A informalidade e o estilo coloquial devem sobrepôr-se às abordagens formais.

Propositadamente, a análise sobre a Audiência, será desenvolvida no próximo sub-ponto do trabalho, já que as questões que lhe estão subjacentes serão articuladas com a Leitura e o processo de construção da narrativa

Uma outra abordagem é ainda proposta por Jakob Nielsen ao avaliar em *How to Write for the Web* quatro modelos de escrita. Um modelo fundado nos sites comerciais,

propondo uma abordagem promocional da informação, recorrendo ao uso de adjetivos; outro na concisão dos textos, utilizando, em média, metade das palavras das utilizadas num modelo tradicional. Uma terceira proposta assente numa página que possibilita a busca de informação como se a visão tivesse a característica de um scanner; por último um formato de escrita baseado numa linguagem objectiva, ausente de adjetivos. Notaram os autores que “The concise text was the most popular, followed by the scannable model with bullets and then the objective language model.”¹⁷

A estória digital

Tendo em conta as características enunciadas, que pretendem ser orientações para encarar a notícia *on-line*, podemos afirmar, que é o carácter multimédia que vai tornar original esta unidade informativa e a sua renovada organização interna. É essa riqueza de produção, de encenação dramática que leva Pierre Levy a considerar que uma escrita baseada no hipertexto “estará seguramente mais próxima da montagem de um espectáculo do que da redacção clássica”¹⁸. Tal como na montagem de um espectáculo, também aqui se depreende que haja um colectivo de especialistas em vários domínios de modo

¹⁷ RICH, Carole, *Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afer/poynterhome.htm>> (28.02.99)

¹⁸ LÉVY, Pierre, *As Tecnologias da Inteligência*, Colecção Epistemologia e Sociedade, Lisboa, Instituto Piaget, 1994 citado por BASTOS, Helder, Bastos, *Jornalismo Electrónico*, p. 148

a levar à boca de cena a produção noticiosa mais completa e estimulante.

Esta ideia de realização cinematográfica, surge também no estudo de Carole Rich. Quando a autora se debruça sobre o *Online Writing Process*, é identificada, à cabeça uma ideia estruturante - tudo começa com o planeamento da estória. Esta é a etapa em que se avaliam as notícias e os recursos técnicos que a vão cruzar, mas também o corpo humano necessário para que tal tarefa se realize. Jeff Garrard, Produtor Executivo da *CNN Interactive*, um dos convidados a opinar nesta investigação sobre a experiência do site que produz, refere que o planeamento da estória envolve uma equipa vasta, da qual se destacam o autor/escritor, o editor, um especialista em Multimédia e pessoal técnico. Habitualmente, as linhas fortes da actualidade são colocadas num quadro, e a partir daí é feita a selecção das notícias que vão integrar a página. Passos seguintes: “Then a writer and associate producer team up. The writer sifts through wires, CNN reports and video feeds. The associate producer tracks down multimédia elements and consults with a multimédia designer. A Web editor then searches the Internet for appropriate links”.¹⁹

Mas antes mesmo da notícia começar a ser teclada, é crucial descrever o seu *storyboarding*. A construção desse mapa informativo afigura-se determinante para que a estória se encaixe sem sobressaltos, e para que fiquem inventariados todos os elementos e recursos imprescindíveis. Carole Rich define

¹⁹ RICH, Carole, *Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afer/poynterhome.htm>> (28.2.99)

esta etapa da construção noticiosa - “A storyboard is a diagram like an organizational chart. Each chunk of the story is a box on the chart. Including audio and visual elements. The storyboard is a concept borrowed from film or cartooning where each panel of the cartoon is a box in the diagram showing the sequence”.²⁰

Ainda no estudo desenvolvido por Rich, surge uma outra abordagem que enriquece a análise sobre o processo de construção da notícia *on-line*. Leah Gentry enquanto dirigiu editorialmente a versão digital do *Los Angeles Times* sugeriu uma forma de formatar a actualidade, apostando num processo de *Desconstrução e Reconstrução*. Desconstruir uma estória significa cumprir estes procedimentos “Divide your story into component pieces. Look for similarities and relationships between the pieces. Group those that are similar”.²¹ Cumprida esta primeira fase, sucede-se o processo de reconstruir a narrativa “Then use a storyboard to diagram the relationships between the groupings”.²² Para que a notícia, enquanto unidade discursiva faça sentido, Gentry entende que deve ser encontrado o seu componente fundamen-

²⁰ RICH, Carole, *Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afer/poynterhome.htm>> (28.2.99)

²¹ GENTRY, Leah, citado por RICH, Carole, *Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afer/poynterhome.htm>> (28.2.99)

²² RICH, Carole, *Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*, University of Alaska Anchorage, 1998, <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afer/poynterhome.htm>> (28.2.99)

tal. Quer isto dizer que “Every story has a *micro element*, the part of the story that must be linear. For example, a man walk into a room and is shot. The man must have walked into the room before he can be hit with the bullet, so that sentence is the micro story, a linear part that explains what the story is about. It could be a sentence or paragraph similar to a nut graph or several paragraphs”.²³

Todos os desenvolvimentos que tenham a ver com o resto da estória, dizem respeito à *macro story*, ou seja, contexto e informação relacionada com o enredo central. Já na fase de abordagem multimédia, Leah Gentry é defensora da libertação da notícia através dos mais variados recursos. “Not all parts of the story have to be text”²⁴. Devidamente articulados, a directora editorial do *Los Angeles Times* digital, defende o recurso a imagens, som gráficos, etc. Também John Caserta, Web Designer do Chicago Tribune entende que “Design is communication of information in a clear way. Text is not always the best way to communicate it. I think the traditional story should be questioned”²⁵. Gentry deixa, no entanto, um alerta, em relação ao uso de recursos e tecnologia de forma

exagerada e gratuita. Os excessos podem traduzir-se na ampliação do ruído, e numa óbvia perda de eficácia informativa.

A variedade de meios e recursos, a confluência de dados de natureza diferente, faz da notícia multimédia uma unidade síntese de *contaminações e mestiçagens*. A abordagem que é sugerida por Gonzalo Abril remete esta nova figura do jornalismo e dos media para um patamar inovador da produção informativa. A simbiose que se afigura, remete a análise para renovadas inquietações avaliadas nestes termos: “(...)entre cotidianidad y fantasia, entre experiencia sentimental y discurso racional, entre narración dramática y argumentación, entre repetición e innovacion; dicotomías que remiten al abigarrado y paradójico engranaje entre e proyecto ilustrado de lo público e la expresión, a menudo resistente, de las culturas populares sometidas al orden capitalista”.²⁶

Deixando de lado a interpretação política, as dicotomias assinaladas traduzem os parâmetros em que as estórias do quotidiano se enquadram. Ou seja, a construção da notícia, e mais ainda da notícia *on-line*, aproxima-se progressivamente da *ficcionalização* e da *virtualização* dos factos²⁷. O discurso das notícias será o espaço, por excelência, das tecnologias audiovisuais e dos múltiplos recursos da comunicação. O produto final resultará da performance conseguida pelos vários profissionais envolvidos e pelo cruzamento das fontes. Com este pano de fundo, Abril defende que “La hipótesis de que los hábitos y

²³ RICH, Carole, *Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*, University of Alaska Anchorage, 1998. <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afep/poynterhome.htm>> (28.2.99)

²⁴ RICH, Carole, *Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*, University of Alaska Anchorage, 1998. <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afep/poynterhome.htm>> (28.2.99)

²⁵ CASERTA, John, citado por RICH, Carole, *Newswriting for the Web - a study for the poynter of Media Studies*, University of Alaska Anchorage, 1998. <<http://www.cwolf.alaska.edu/~afep/poynterhome.htm>> (28.2.99)

²⁶ ABRIL, Gonzalo, *La noticia, lo cotidiano y el espejo de la ficcion*, <<http://ucm.es/info/per3/cic/cic2ar10.htm>> (6/6/99)

²⁷ CASASÚS, J.M., citado por ABRIL, Gonzalo, *La noticia, lo cotidiano y el espejo de la ficcion*, <<http://ucm.es/info/per3/cic/cic2ar10.htm>> (6/6/99)

disposiciones que orientan nuestra experiencia cultural han sido intensivamente trabajados por una cultura audiovisual espectacularizante, desrealizadora y generadora de incertidumbre cognitiva y moral no es descabellada”²⁸.

Neste sentido, a notícia multimédia surge como a mais recente curta metragem da actualidade ao mostrar os factos, com a riqueza da *mise en scène* e apresentada na subtilidade do *plateau*. Doravante, a notícia não surge apenas para servir “(...)o sangue discursivo ou o discurso sanguinário na taça de cristal de um banquete que acompanha a morte do imprevisível”²⁹. A partir deste momento, ao relatar os factos com elementos de várias origens, ao compor a realidade da forma mais espectacular, ao buscar o sucesso da sua apresentação, a notícia multimédia, produz, constrói, organiza, planifica, realiza, ficciona, serve o fim trágico, por exemplo, da Princesa Diana. A mais recente estrela do jornalismo electrónico mostra a cada segundo que passa a produção noticiosa mais elaborada da história do jornalismo mundial.

²⁸ ABRIL, Gonzalo, *La noticia, lo cotidiano y el espejo de la ficcion*, <<http://ucm.es/info/per3/cic/cic2ar10.htm>> 6/6/99)

²⁹ RODRIGUES, Adriano Duarte, *O Campo dos Media*, A Regra do Jogo, Lisboa, 1984, p.72