

## A WEB SOMOS NÓS

A sociedade atual move-se em torno das pessoas, das suas histórias, de seus costumes, suas experiências de vida, enfim, da informação individualizada. Naturalmente, o processo de comunicação está relacionado de modo íntimo com esse macromercado de seres humanos que precisam de informação e comunicação todos os dias, da mesma maneira que precisam do ar que respiram. Com a mídia eletrônica, as informações diferenciam-se de outros meios tradicionais como, por exemplo, a impressão ou a transmissão por ondas eletromagnéticas. Ela perde sua característica unívoca, de relação um para um, para transformar-se em dado com múltiplos significados e leituras.

Aos 19 anos conheci Hilda Hilst em um sarau de poesia. Vivia um momento rico da minha vida, dividida entre o curso de Jornalismo, o curso de História (ambos na PUC-SP), o teatro no Tuca e o PC do B. Em meio a esse turbilhão de coisas, escrevia poesias. Elas brotavam em bloquinhos de papel que carregava no metrô, ônibus e bares. Me apaixonei por Hilda logo que a vi, pois ela transitava entre caminhos entrecruzados, produzindo visões fragmentadas do mundo. O livro *Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital* oferece essa visão fragmentada da sociedade a partir de sua teia não linear e suas múltiplas possibilidades de interação. Uma visão que surgiu nas

cabeças delirantes da minha geração de 1980. Fomos nós que gestamos a web que vivenciamos hoje.

A gente não percebe isso no dia a dia, mas o suporte não importa mais, o hardware não importa mais. Se usarmos um computador pessoal, notebook, palm, celular ou uma geladeira inteligente, o importante é ter a informação ao alcance das mãos, ou seja, onde você precisa, na hora em que precisa. A era digital está invertendo o cenário da baixa capacidade de acesso. Lembra como era caro ter celular no ano 2000? Cada vez mais presenciamos interconexões de plataformas. Seja com celular, fixo, *Wi-Fi*, YouTube etc.

O jornalista, o comunicador, o produtor, o publicitário, o cineasta, o artista multimídia, o professor, entre outros profissionais, que lidam com informação como matéria-prima de seu trabalho, têm que aprender a disseminar a informação da melhor maneira possível. Em 2006, éramos 76 milhões de brasileiros com celular. Precisamos ficar de olhos bem abertos para as tendências. Este livro se propõe a mostrar o novo, o que está sendo pensado pelos pesquisadores e jornalistas que vivenciam a hipermídia. Vale citar um exemplo corriqueiro, mas que consegue quantificar essa revolução silenciosa que estamos vivenciando, quase sem perceber.

Eu estive no primeiro show do U2 – famosa banda irlandesa – no Brasil em 1998. Lembro como se fosse hoje das pessoas acendendo isqueiros na hora de cantar *Miss Sarajevo*. Na última apresentação da banda em São Paulo, em 21 de fevereiro de 2006, os celulares substituíram os isqueiros. Isso é mudança de comportamento, mudança de sociedade. O movimento de braço, o balançar do punho era o mesmo, mas agora o celular, além de iluminar, também mandava mensagens, tirava foto, trocava sms. Não podemos negar tudo isso, não podemos fingir que nada mudou e continuar fazendo o nosso jornal diário de cada dia, como se ainda estivéssemos nos periódicos da década de 1980.

“A construção da notícia em tempo real”, título do capítulo de Adriana Garcia Martinez, mostra como o surgimento da internet fez com que o modo de publicação “atacadista” das agências de notícias fosse parar no “varejo”, ou seja, nos portais. A preferência pelo *wire* como modo de exibição, com enumeração cronológica, trouxe mais confusão do que didatismo para o leitor. Essa é uma, mas não deveria ser a única forma de agrupar informações noticiosas na web. Com o passar dos anos, alguns sites foram criando capas, canais e dispositivos para separar estilos, mas a notícia escrita – que na internet tem a instantaneidade do rádio – ainda pede uma maior transparência para o leitor.

O professor de Jornalismo e Fotografia da Escola de Comunicação da Universidade de Miami Bruce Garrison nos oferece um capítulo que investiga o uso do e-mail nas redações norte-americanas. Complementando a pesquisa de Bruce, levantei como os jornalistas brasileiros estão utilizando o e-mail no seu dia a dia.

“Blog: uma ferramenta para o jornalismo”, texto de André Borges, dialoga com o leitor no sentido de traçar uma linha histórica sobre a evolução dos blogs. Se até pouco tempo os blogs se limitavam a transportar narrativas e conteúdos típicos de tradicionais diários pessoais para os meios eletrônicos, atualmente ocupam espaço entre as demais fontes de informação, alimentando debates sociais e, por vezes, tradicionais veículos de mídia de massa. Mas até que ponto os blogs influenciam na maneira de se fazer jornalismo? O que muda na postura do profissional da informação? De que forma conceitos básicos como apuração e credibilidade da fonte passaram para o meio eletrônico? Essa é a realidade dos blogs, prática que tem transformado o comportamento do leitor e, ainda mais profundamente, o jornalismo e seus processos de produção da informação.

O capítulo de Paulo Henrique Ferreira, “Com você, a imprensa móvel”, nos oferece um detalhado mapeamento do mercado editorial de conteúdo para telefones celulares. Com informações colhidas junto a grupos brasileiros de mídia (Editora Abril, Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Terra, iG, entre outros), começamos a entender os modelos de negócio adotados por esse mercado; a complexa cadeia de valor que envolve operadoras de telefonia celular e empresas especialistas em tecnologias móveis; a evolução das aplicações e do comportamento dos usuários brasileiros; os métodos de produção de conteúdo e as categorias mais acessadas; bem como o cenário internacional, no qual esse mercado já tem sido desenvolvido e divulgado por grupos de mídia de países como Japão, Finlândia, Estados Unidos e Argentina.

“Da rigidez do texto à rigidez do hipertexto”, de Urbano Nobre Nojosa, é o capítulo seguinte. Considerado uma linguagem híbrida, o hipertexto é capaz de se revigorar a partir da dicotomia entre oralidade e escrita, tornando muito positivo este movimento de ruptura, que vários autores identificam como pós-modernidade. O autor propõe uma nova articulação de resistência em que expande a diversidade de manifestações culturais e políticas.

“A hipermídia entrelaça a sociedade”, capítulo proposto por mim, parte da análise da narrativa informativa, que vem sofrendo a influência de uma inovação tecnológica: a internet passa pelos impactos provocados pela Comunicação Mediada por Computador (CMC) e nos mostra que precisamos reavaliar o ser humano, no seu modo de pensar e de se relacionar com o mundo. Se considerarmos que está surgindo um novo homem, teremos que levar em conta a mudança do sujeito coletivo para o sujeito conectivo. Comecei a perceber no dia a dia que a textura híbrida da hipermídia entrelaçou a sociedade atual em uma hierarquizada rede rizomática. Se pegarmos o termo matriz e transportá-lo para a comunicação, juntamente com o conceito de raiz da Biologia, conseguimos enxergar que a simples busca que executamos no Google é um rizoma com características bem orgânicas. Deleuze já dizia na década de 1950 que o século XXI viveria a desterritorialização da escrita.

“O jornalista no mundo dos *games*”, capítulo de Analu Andrigueti, nos fala sobre como o termo “interatividade” tem sido utilizado de maneira imprecisa e excessiva, principalmente após o advento e a disseminação da internet, de 1996 a 2007. O resgate desse conceito, buscado em pensadores do ciberespaço e autores anteriores à web, é fundamental para repensarmos a promessa da interatividade na internet, que estruturalmente oferece mais possibilidades do que os demais meios de comunicação para que o usuário assuma um papel imersivo e participativo, em oposição ao contemplativo.

Vicente Gosciola, em “A linguagem audiovisual do hipertexto”, transita entre o uso da expressividade audiovisual do cinema, absorvida cada vez mais pelos *games*. O *game* pertence ao universo das novas mídias, isto é, está circunscrito à perspectiva da linguagem hipermidiática. E aqui a hipermídia é vista como um audiovisual, um meio e uma linguagem que faz uso do som e da imagem para comunicar. Portanto, todo *game* é um meio de comunicação audiovisual, assim como é o cinema, a televisão e o vídeo.

“Elementos das narrativas digitais”, capítulo de Nora Paul – diretora do Instituto de Estudos das Novas Mídias da Escola de Jornalismo da Universidade de Minnesota –, faz um rico mapeamento da evolução da narrativa a partir de um paralelo inicial com a edição de notícias para a televisão, que no início da mídia eram simplesmente reportagens de rádio lidas diante de uma câmara. Levou anos para o aprimoramento de novas técnicas que tirassem proveito da nova mídia: filmagem com várias câmaras, tomadas ao vivo, vídeos

gravados, fotos e gráficos. O uso de taxonomias capazes de propor conteúdos digitais de acordo com o perfil de leitor também faz parte do estudo, que traz preciosos ensinamentos.

Conforme nos apresenta Adriane Canan, em seu capítulo “A não linearidade do jornalismo digital”, as narrativas para hipermídia se aproximam do roteiro cinematográfico não linear. Tomando como ponto de partida o filme *Rashomon* (1950), de Akira Kurosawa, que oferece ao espectador uma série de “caminhos possíveis” para entender a história, o estudo se propõe a refletir sobre as possibilidades que a narrativa não linear pode proporcionar ao usuário da web, principalmente em portais de jornalismo. Será que a hipermídia pode nos levar a decidir com mais autonomia sobre nossa “entrada” nos temas? A “ciberdemocracia” pode ser entendida, para além das muitas vozes, como um possível aprendizado para leitura mais crítica das notícias, em relação às mídias tradicionais, pelo menos para as gerações que já nascem sob a égide do *www*?

Tais Bressane propõe a compreensão dos significados interacionais gerados pela navegabilidade de sistemas hipermídia no capítulo “Navegação e construção de sentidos”. A autora, com base em ferramentas teóricas da Linguística Aplicada, analisa casos autênticos de design de sites de gêneros diferentes, a fim de perceber como os recursos tecnológicos empregados na edição de conteúdo contribuem e interferem na construção de sentidos. Ela acredita que as escolhas de navegação não são ideologicamente neutras e podem liberar ou restringir a ação do usuário, além de indicar o grau de comprometimento do autor com as informações que veicula.

“A velocidade necessária”, capítulo de Edilson Cazeloto, traça paralelos entre conceitos cunhados por pensadores sociais contemporâneos para descrever o cenário socioeconômico, tais como Giddens, Bauman, Kuman, Jameson, Negri e Foucault, e a informatização do cotidiano. Trata-se de verificar em que proporções a disseminação das técnicas digitais pode ser interpretada como, ao mesmo tempo, resultado e ferramenta privilegiada para a reprodução das condições de existência e inteligibilidade da chamada “pós-modernidade”.

Trata-se de uma equipe com a participação dos maiores especialistas em hipermídia do Brasil e do mundo. É o caso de Bruce Garrison e Nora Paul. Em abril de 1995, um seminário reuniu no Instituto Poynter, na Flórida (EUA), 17 pesquisadores pioneiros na produção on-line de conteúdo, entre eles a professora Nora Paul, que é diretora do Instituto

de Novas Mídias da Universidade de Minnesota desde 2000, além de prestar serviços editoriais para o jornal *Herald* de Miami (EUA) e Instituto Poynter. Nora esteve em março de 2006 no Brasil participando de um evento promovido pela *Revista Imprensa*.

Bruce Garrison, professor do Departamento de Comunicação da Universidade de Miami (EUA), vem, desde 1998, trabalhando com as potencialidades que o meio digital oferece aos Jornalistas, bem como todas as habilidades necessárias para se aproveitar o ciberespaço como fonte de informação para o exercício do Jornalismo.

Acredito na Web 2.0 como uma fase de maturidade do leitor, maturidade tecnológica e maturidade comercial. A rede torna-se mais viável a cada dia. Estimam-se 30 milhões de leitores on-line. O Brasil é líder no tempo de navegação doméstica. O que mostra que o brasileiro tem abertura para o novo. E isso nos obriga a prestar mais atenção à comunicação digital. A blogosfera já tem 34 milhões de blogs no mundo. E 70 mil novos nascem todos os dias. A cada dia, 70 mil pessoas estão publicando o seu jornal na rede. Tim Berners Lee, o pai da World Wide Web, lidera um grupo de pesquisa chamado W3C no MIT (Massachusetts Institute of Technology). O grupo trabalha na construção de uma rede em que os computadores entendem semântica. Eles compreenderiam o significado das palavras que usamos na rede. A imprensa já divulga que "a terceira geração da web" está próxima. Alguns sites como o Joost ([www.joost.com](http://www.joost.com)), um repositório de vídeos que analisa as preferências dos internautas, criado por Janus Friis, um dinamarquês de 30 anos, e Niklas Zennström, um sueco de 40 anos, pode futuramente destronar o YouTube, pois sua proposta é indicar uma tv sob medida ao usuário. Boa leitura para todos.

No fim do livro há um glossário com os termos próprios da área. Para facilitar a consulta, os termos que formam o glossário aparecem em negrito ao longo do livro.

*A organizadora*