

FACULDADE 7 DE SETEMBRO

CURSO DE JORNALISMO

ADAILSON NOGUEIRA SILVA

O JORNALISTA NO MERCADO DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO WEBWRITER

FORTALEZA – CE

2017

ADAILSON NOGUEIRA SILVA

O JORNALISTA NO MERCADO DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO WEBWRITER.

Artigo apresentado ao curso de jornalismo do
Centro Universitário 7 de setembro.

Prof.: Vânia Tajra

FORTALEZA – CE

2017

RESUMO

Este artigo traz uma análise sucinta sobre o trabalho do jornalista na função do webwriter, trazendo informações sobre o seu papel nas três funções básicas as de reportagem (coleta de informações), a de redação (organização desta em textos) e a de edição (seleção e hierarquização das informações com o produto final), demonstrando assim a correlação com o trabalho do webwriter que atua em mídias digitais, tendo como objeto de trabalho não só o texto propriamente dito, mas também toda e qualquer informação textual ou visual que seja veiculada. Sendo assim, sua preocupação não deve estar restrita à precisão, qualidade e criatividade do texto, mas também a questões ligadas à organização e à facilidade de acesso à informação. É importante ressaltar que por mais que o papel do jornalista e do webwriter sejam aparentemente distintos eles se complementam, pois existe algo em comum nessas duas profissões que é a informação, a comunicação e o meio que eles utilizam para repassar todos os seus trabalhos, como exemplos as mídias digitais e os jornais e revistas online, que na era digital passou a ser utilizados sites e blogs ao invés de papeis, gerando economia e menos prejuízo à natureza. Com a chegada da era digital se fez necessário a aparição dos webwriters, com isso este artigo se propôs a analisar os aspectos fundamentais do seu trabalho, pois um dos objetivos desta pesquisa está em proporcionar mais conhecimento aos leitores devido ser tanto um tema recente quanto uma profissão ou função no mundo digital. Ao longo da pesquisa foram abordadas questões a cerca das diferenças entre o trabalho do jornalista e do webwriter, a questão da era do conhecimento, da era digital, do posicionamento dessas duas profissões frente a essas eras e uma questão primordial que trata do jornalista desenvolver com todo o seu conhecimento e experiência a profissão de webwriter.

Palavras – chaves: Jornalista; Webwriter; Era Digital.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. DESENVOLVIMENTO.....	9
2.1 O PAPEL DO JORNALISTA NA WEB.....	9
2.2 A PROFISSÃO DE WEBWRITER NA ATUALIDADE.....	10
2.3 O POSICIONAMENTO DO JORNALISTA COMO WEBWRITER.....	12
3. CONCLUSÃO.....	14
REFERÊNCIAS.....	15

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, independente da área de atuação, o mundo vem passando por mudanças com muita velocidade, em especial a quantidade de informação e na geração de conhecimentos, pois através do advento da internet no início dos anos 1990, o mundo sofreu diversas transformações no que diz respeito às novas formas de comunicação. Site, e-mail, download e diversas outras palavras e siglas, começaram a fazer parte do cotidiano dos profissionais. A mídia impressa como jornais e revistas ainda exercia grande influência nas pessoas, pois, a televisão e o rádio, era ainda o principal canal de comunicação e de marketing.

O século XXI reservou enormes desafios ao jornalismo e a quem se dedica à profissão. Em tese, qualquer pessoa pode produzir conteúdo, mas sabemos que o jornalismo é uma atividade que exige recursos para uma apuração mais aprofundada. O jornalismo agora é global, digital e em tempo real, independentemente do tipo de veículo e do meio, impresso ou eletrônico. A internet e as redes sociais foram os grandes agentes de transformação e deram um empoderamento inédito à audiência.

Quando tratamos do jornalismo na era digital percebemos que ele não foi substituído, mas reposicionado para um ponto mais acima na cadeia editorial. O jornalista deixou de ser o ator principal no sistema da informação ele agora é um coadjuvante, o que não lhe retira importância, mas muda a sua forma de atuar, ele já não produz observações sobre os fatos sociais, mas exerce uma função cuja ênfase é verificar, interpretar e dar sentido à enxurrada de texto, áudio, fotos, e vídeos produzida pelo público. De qualquer modo, é evidente que o jornalista já não precise buscar pelas informações iniciais, mas sim apurar a veracidade das mesmas.

A comunicação digital vem ganhando cada vez mais acessibilidade da internet, a facilidade e rapidez com que transmitimos as informações fizeram de plataformas como blog, sites e Facebook as principais áreas de navegação dos internautas e propagação de notícias. Podemos classificar a era digital como uma revolução da comunicação e uma grande mudança na informação. Trata-se de um novo ciclo na rotina e na cultura popular mundial. Não se trata somente da cultura, mas dos costumes e das regras sociais. A era digital alterou radicalmente os paradigmas da comunicação, os padrões da publicidade e os hábitos do comércio.

A internet é a principal fonte de informação dos dias atuais. Seja pra saber a previsão do tempo ou realizar uma pesquisa mais complexa, o ambiente virtual é a saída mais rápida para a maioria das pessoas. No início dos anos 2000, com a popularização das Tecnologias de Informação e Comunicação, o mundo viu surgir novas formas de se comunicar e, principalmente, de influenciar pessoas. Com o surgimento das redes sociais, passamos a participar ativamente das notícias por meio de comentários, discussões e compartilhamentos de informações.

Com todas essas mudanças, surgiu um novo tipo de profissional que, nos últimos anos, tem ganhado grande destaque por parte dos especialistas em comunicação: o webwriter. Enquanto o redator tradicional deve simplesmente escrever o texto, o webwriter tem diversas outras preocupações, pois um texto digital possui características que vão além da sua mensagem. O escritor da web é o profissional que cria conteúdos textuais para a web. Esse profissional surgiu devido ao fato de que textos criados para a mídia impressa são bem diferentes dos produzidos para a internet com todo seu leque de plataformas.

Os profissionais do jornalismo e do webwriter diante da era digital tem muitos pontos em comum, em que a troca de papéis seria de fácil execução, pois na era que vivemos as duas profissões tem papéis fundamentais na divulgação de informações. O intuito desse artigo está justamente na interação e no entrelaçamento das profissões de jornalismo e webwriter, pois com a chegada da era do conhecimento, da informação e principalmente da era digital surgiu duas tendências primeiro que o jornalista teve que se reinventar e se reorganizar, segundo que surgiu a profissão de webwriter.

A profissão de webwriter surgiu porque ocorreu uma rápida mudança do mundo material para o mundo digital, exigindo desse profissional na hora de escrever a utilização de símbolos, gírias, palavras estrangeiras, imagens com direitos autorais, traduções e outros fatores como gramática e ortografia, com isso percebermos que a troca de papéis entre um jornalista e o webwriter se torna acessível.

É interessante lembrar que o profissional webwriter deve possuir conhecimento multidisciplinar não basta escrever bem, é necessário ler muito, possuir conhecimentos de diversas áreas e noções das tecnologias e conceitos empregados na web, pois será exigida dele a criação de textos dinâmicos, interativos, claros e que empreguem o uso da combinação de texto verbal, som, imagens e vídeos.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 O PAPEL DO JORNALISTA NA WEB

Na década de 90 começou mudanças fortes e rápidas com relação aos jornais e revista impressos para meios digitais, como afirma Moura (2002) que desde 1994, empresas jornalísticas decidiram ingressar nesse segmento. Jornais como: JB, Globo news, Último Segundo, Jornal da Lillian, Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, O Dia e muitos outros, foram ganhando reconhecimento. Ele destaca que a consolidação da internet, de fato, aconteceu em 1997, com serviços e conteúdo de português disponível para todos. Essa época foi um marco para os profissionais do meio jornalístico levando-os a se reorganizar e se reinventar nas técnicas tradicionais.

O webjornalismo, o jornalismo online, o ciberjornalismo, o jornalismo eletrônico ou jornalismo digital são denominações para uma mesma função, a qual este profissional está inserido. Mais do que nunca o papel deste profissional está sendo praticado no novo meio comunicacional que é a internet. De acordo com alguns autores como (ROCHA, 2000; PALACIOS, 2002; MIELNICZUK, 2001) existem algumas características interessantes do jornalismo na web como “a Instantaneidade, a Interatividade, a Perenidade (memória, capacidade de armazenamento de informação), a Multimediação, a programação, a Hipertextualidade, a Personalização de conteúdo e a customização”. Esses atributos em que essa profissão exige são meramente qualidades para uma desenvoltura diante do trabalho do dia a dia do profissional da web como jornalista, assim como afirma Moura:

Não são as instituições de ensino que formam grandes jornalistas, redatores ou escritores. A boa escrita vem do prazer que o ser humano tem em disparar palavras num caderno ou, simplesmente, em ouvir o clique do teclado no momento em que passa uma idéia para o computador. (MOURA, 2002, p.10).

O webjornalista tem uma referência múltipla, uma vez que os acontecimentos que lhe servem de experiência se processam simultaneamente no ciberespaço e fora dele. Assim, a informação webjornalística precisa articular em linguagens ambas as referências. Não se trata, portanto, nem de linguagem jornalística tradicional, nem de mero manuseio de recursos de linguagem do meio, mas sim algo híbrido, plural e multifacetado.

Os jornalistas Tom Rosenstiel e Bill Kovach partem da afirmação de que a principal finalidade do jornalismo na web é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar. Ocorre que na era digital:

“A informação é tão livre que a noção de jornalismo como uma entidade homogênea pode até parecer meio exótico. Sem dúvida a idéia da imprensa como um guardião – decidindo que informação o público deve saber e qual não – não mais define bem o papel do jornalismo. Se o The New York Times decide não publicar alguma matéria, pelo menos um dos inúmeros sites da Internet o fará. [...] o novo jornalista não decide mais o que o público deve saber. Ele ajuda o público a pôr em ordem as coisas. [...] eles necessitam da habilidade para olhar as coisas sob múltiplos pontos de vista e chegar ao fundo [...]” (ROSENSTIEL; KOVACH: 2003).

A situação é única para o jornalismo, uma vez que os meios de comunicação de massa representam acontecimentos exteriores ao veículo e, na Internet, acontecimentos do ciberespaço e fatos webjornalístico encontram-se no mesmo ambiente. Consequentemente, torna-se possível, através do hipertexto jornalístico, conectar inicialmente fatos a acontecimentos de modo do que se diz inovador, reconfigurando técnicas e convicções. Essa é uma possibilidade ainda pouco explorada no texto webjornalístico que, de modo geral, limita-se a fornecer o link da ocorrência em pauta, sem consideráveis alterações significativas em termo de profundidade na composição do texto jornalístico na web.

No jornalismo da web os níveis informativos propõem maior investigação, devido à quantidade de notícias apresentadas nos portais. Os fatos são híbridos e instantâneos, muitas vezes até em tempo real, isto é, a Internet se utiliza da linguagem imagética da televisão e a instantaneidade do rádio. A notícia é apresentada ao vivo através de imagens instantânea, ou seja, uma linguagem que seduz o web-leitor.

2.2 A PROFISSÃO DE WEBWRITER NA ATUALIDADE

Jakob Nielsen foi uma das primeiras pessoas a pensarem em conteúdo digital. Ele ajudou a desenvolver uma ciência chamada de usabilidade. (RODRIGUES, 2006). Essa ciência é responsável por facilitar o uso de algo, mais especificamente, mostrando a velocidade de aprendizagem, eficiência e utilização de um site por um usuário, a fim de evitar erros na arquitetura da informação. (NIELSEN, 2007).

A concorrência virtual é cada vez maior e para prender a atenção do leitor é preciso lançar mão de todos os recursos disponíveis. Um webwriter precisa ser um comunicador por excelência, necessita dominar a arte da comunicação.

Ele não escreve só para extravasar o que lhe vai na alma. Ele escreve para atrair e prender a atenção dos internautas, para isto precisa captar o âmago da sua necessidade. O Webwriter é um profissional que escreve para a web, diferente de outro tipo de redação. Não existe uma formação específica para esta profissão, por ser uma atividade recente, mas este profissional escreve seguindo procedimentos e técnicas que auxiliam no ranking dos buscadores.

Existem muitas definições, mas a melhor delas apresenta o webwriting como um “conjunto de técnicas” porque, para ajudar no trabalho de disponibilização de dados em páginas de um site, por exemplo, há princípios e aspectos que o webwriting nos oferece e que são ótimas ferramentas de trabalho. Falar em “distribuição de conteúdo” é deixar transparente a tarefa mais difícil do webwriting: aliar texto, design e tecnologia, e tratá-los como um componente único – a informação. (RODRIGUES, 2000, p. 5).

O profissional do webwriting surgiu “para suprir a necessidade de se pensar o texto e produzir conteúdo em sintonia perfeita com o mundo online” (RODRIGUES, 2000, p. 1). Como já foi visto, a Internet apresenta uma série de particularidades e, portanto, escrever para a Web não é o mesmo que redigir para um jornal ou revista impressa. Além da necessidade de se ter um domínio sobre o texto, a redação para a Internet exige também conhecimentos tecnológicos, de forma a poder distribuir a informação da melhor maneira possível.

O webwriter também não pode esquecer que, nas mídias interativas, o poder está todo nas mãos do usuário, o que faz com que seu texto precise assumir sempre uma postura persuasiva. Tal exigência torna-se ainda mais importante quando se constata que o trabalho deste profissional quase sempre está inserido em uma equipe multidisciplinar, sendo fundamental a multiespecialização, a fim de viabilizar o diálogo entre os membros do grupo. Quanto às técnicas, vale lembrar que as mesmas têm tido uma evolução vertiginosa, não havendo verdades absolutas quando o tema é webwriting, mas sim indicações que servem como bússola ao profissional.

Quanto à formação, não resta nenhuma dúvida de que se trata de um profissional da área de Comunicação. Entretanto, não só jornalistas estão aptos a desempenhar a função, mas também

publicitários e profissionais de marketing. Assim, conhecimentos de marketing são fundamentais para um bom desempenho profissional, bem como intimidade com o meio digital. Sendo o usuário o centro das atenções, torna-se fundamental conhecê-lo a fundo. O ideal seria que, no futuro, as universidades oferecessem uma nova especialização, ao lado das que conhecemos hoje: Comunicação com especialização em Mídia Digital. Ou que houvesse uma pós-graduação em Mídia Digital.

O profissional de webwriting deve adotar uma postura diferenciada em relação aos redatores tradicionais, assumindo um paradigma construtivista, onde promover, instigar e facilitar o diálogo seja uma prioridade constante. Para isso é necessário dominar uma série de técnicas ligadas ao meio e ainda conhecer conceitos de áreas afins, com destaque para as noções de web design, arquitetura da informação, usabilidade, web marketing e gestão do conhecimento. Além de conhecer essas áreas o webwriter deve trabalhar em certos princípios fundamentais como o princípio da Acessibilidade, o da Objetividade, o da Navegabilidade e o da Encontrabilidade.

2.3 O POSICIONAMENTO DO JORNALISTA COMO WEBWRITER

O exercício do jornalismo na Internet ainda é objeto de muita discussão, principalmente quanto à existência de uma linguagem própria para a web. Da mesma forma como aconteceu com o rádio ou a televisão, com o surgimento de uma nova mídia há um processo de adaptação até chegar a uma linguagem própria. O trabalho do jornalista na função de webwriter segue a mesma linha de pensamento com relação ao jornalismo na internet, pois é necessário um tempo de adaptação a fim de se adequar e se organizar para exercer a profissão de webwriter, portanto o que se percebe é que essas duas profissões andam interligadas devido às ferramentas em que elas utilizam.

A história é antiga e se repete por ocasião do nascimento de cada nova mídia. O rádio, o cinema e a televisão, cada um no seu tempo, surgiram com conteúdos que reproduziam as mídias que os precederam. À medida que eles foram amadurecendo, os conteúdos tornaram-se aos poucos mais adequados ao formato do novo meio. Finalmente foram desenvolvidas formas próprias, como a linguagem radiofônica, a linguagem cinematográfica e a linguagem televisiva, que exploram melhor as características de cada meio e permitem tirar o máximo proveito de suas potencialidades. A Internet ainda não é muito diferente. Na sua parte multimídia, a World Wide Web oferece amplas possibilidades para o emprego de áudio e de

imagens, mas são fundamentalmente as palavras que continuam prevalecendo.
(PINHO, 2003, p.181)

O que se observa, após diversas leituras sobre os jornais online e webwriter, a possibilidade de destacar algumas recomendações e algumas práticas consolidadas, baseando-se na prática e tendo em vista utilizar da melhor forma possível as potencialidades do meio. Não se trata de definir um conjunto de técnicas rígidas ou regrinhas que determinarão como se deve escrever para um veículo online. Mais adequado seria relatar como o texto para o jornalismo online vem sendo escrito e, em cima dessa experiência, extrair os acertos e êxitos.

Da mesma forma que o jornal tradicional, a produção de notícias online envolve “alguns processos, entre eles: planejamento, pesquisa, organização, escrita e reescrita. Esses procedimentos devem ser adotados segundo a elaboração de um roteiro para produção de textos e utilização de recursos multimídia” (MOHERDAUI, 2000, p.65). Diante desta nova forma de se lidar com a informação no ambiente web, o jornalista deve adotar uma postura que vá ao encontro das características de um webwriter.

A internet ainda está em gestação, a caminho de uma linguagem própria. Não podemos encará-la apenas como uma mídia que surgiu para viabilizar a convergência entre rádio, jornal [impresso] e televisão. A internet é outra coisa, outra verdade e conseqüentemente outra mídia, muito ligada à tecnologia e com particularidades únicas. (FERRARI, 2003, p. 45).

Portanto, assim como as mídias tradicionais, a internet possui uma linguagem própria, que a torna única. O principal desafio do jornalista enquanto webwriter está na necessidade de escrever para páginas que podem ser acessadas independentemente do restante do site, pois na rede, não há um caminho único, as pessoas podem anotar o endereço de uma página específica ou até mesmo encontrá-la por um mecanismo de busca.

A função de webwriter exercida por jornalista tem sido muito comum no meio digital, pois existe uma necessidade dos jornalistas não só trabalhar com textos impressos, mas com mídias digitais, isso tem contribuído muito para a geração de conteúdo na web como, por exemplo, o trabalho de Search Engine Optimization (SEO) e a técnica de marketing digital que ajuda a melhorar o posicionamento de um determinado site informacional nos mecanismos de busca.

“Como o jornalista tem na escrita sua principal ferramenta de trabalho, é preciso conhecer os fatores que condicionam a redação na web”. (RODRIGUES, 2001), Bruno Rodrigues especialista em webwriting, afirma que esta atividade é um exercício constante de planejar e repensar o conteúdo, obedecendo a três princípios básicos: objetividade, visibilidade e navegabilidade.

Uma das principais características do jornalista na função de webwriter é com relação à notícia, pois é essencial dizer rapidamente o fato através do lead e persuadir o leitor a partir para outro texto relacionado, seja um artigo, uma matéria ou a mesma notícia escrita de forma mais elaborada.

Os títulos devem apresentar o assunto em poucas palavras e os subtítulos devem resumir a notícia em frases curtas. Ambos devem conter verbos na voz ativa e no presente – com poucas exceções, dependendo do acontecimento. Assim o jornalista se torna com muita destreza em um webwriter devido a algumas técnicas, habilidades e princípios que devem ser seguidos e praticados.

3. CONCLUSÃO

Este artigo conclui contribuindo para a compreensão de como se dá o trabalho do jornalista, do webwriter e de como o jornalista se comporta na função de webwriter diante da era digital. Assim o webjornalismo e o webwriter como um meio híbrido e rico, usa a mistura da instantaneidade do rádio, com a imagem da televisão e o poder da escrita do jornal impresso, que apresenta uma nova linguagem, proporcionando um prolongamento aperfeiçoado dos meios de comunicação de massa, algo totalmente novo e que proporciona muitas coisas boas.

Outra conclusão que se chega foi o uso dos métodos, ferramentas e princípios utilizados tanto por parte dos jornalistas quanto por parte dos webwriter na construção de textos para a web, que a pesar de serem diferentes eles conseguem utilizar mesmo invertendo os papéis, pois a forma que eles exercem suas profissões não é oposta, por isso é necessário que o jornalista ao exercer a profissão de webwriter aprenda princípios e métodos novos para se ter um bom rendimento nessa profissão.

O que se percebe ao longo de toda a pesquisa é que não só o jornalista pode exercer a profissão de webwriter, mas o web designer, arquiteto da informação, analista de mídia

online, blogger profissional, especialista em otimização de sites, desenvolvedor de web e etc, isso acontece devido todos terem algo em comum nas suas profissões que é a internet, portanto o que diferencia são as ramificações que cada profissão segue ao partir da internet. Quando observamos todos esses profissionais se percebem que o mais próximo da profissão de webwriter é a de jornalista, demonstrando que o jornalista tem assumido com mais intensidade as funções webwriter e vice versa.

REFERÊNCIAS

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. Rio de Janeiro: Contexto, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web: produção e edição de notícias online**. São Paulo: SENAC, 2000.

MOURA, Leonardo de Souza. **Como escrever na rede: manual de conteúdo e redação para internet**. Rio de Janeiro: Recorde, 2002.

NIELSEN, Jakob. **Usabilidade para Web**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007, p. 406.

PALACIOS, Marcos. **Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático**. Salvador: FACOM, 2002.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Apresentado nas Jornadas de Jornalismo Online, Departamento de Comunicação e Artes, Universidade da Beira Interior, Portugal, sob a coordenação do prof. Antonio Fidalgo. Jun. 2002.

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

ROCHA, J. A. M.. **Entendendo o Jornalismo Online**. In: Ivan Pinheiro Machado. (Org.). Tendências na Comunicação. 1 ed. Porto Alegre, 2000, v. 3, p. 84-94.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: redação & informação na Web**. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: pensando o texto para a mídia digital**. São Paulo: Berkeley, 2000.

ROSENSTIEL, Tom; KOVACH, Bill. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.