

SEMIÓTICA PEIRCEANA APLICADA NA  
ANÁLISE DE SITES INFORMATIVOS ESPANHÓIS

Paula Vizaco Rigo

Titulação:

Mestranda em Comunicação e Linguagens – Universidade Tuiuti do Paraná  
Especialista em Web Design – PUCPR  
Graduada em Desenho Industrial – Programação Visual – PUCPR  
Técnica em Desenho Industrial – CEFET-PR

Local de Trabalho:

EMBAP  
Tamanduá Design

[paula@tamanduadesign.com.br](mailto:paula@tamanduadesign.com.br)

## *Resumo*

Este artigo trata do jornalismo digital, a linguagem por ele adotada na atualidade e analisa, por meio de um exemplo ilustrativo, do ponto de vista da semiótica de Peirce os elementos gráficos dos sites informativos. O conteúdo escrito também é analisado, em relação a versão do jornal impresso, se a linguagem é a mesma ou é adaptada ao meio internet.

*Palavras-chave:* jornalismo digital, semiótica, linguagem, internet, design, interação.

## *Abstract*

This article deals the digital's journalism, the language for adopted it in the present time and analyzes, by means of a illustrative example, of the point of view of the semiotics of Peirce the graphical elements of the informative sites. The written content also is analyzed, in relation of the version of the periodical printed matter, if the language is the same one or is adapted to the internet.

*Key words:* journalism digital, semiotics, language, internet, design, interaction.

## 1. Introdução

Para entendermos melhor como ocorre a comunicação por meio dos sites jornalísticos, é preciso, primeiramente, contextualizar a evolução do jornalismo moderno, que serviu de modelo para adaptação do jornalismo para a internet.

O jornalismo moderno surgiu na época da revolução industrial, a partir da efervescência cultural dos séculos XVIII e XIX. O interesse pelo jornalismo impresso aumentou o número de jornais em todas as partes do mundo, levando à uma produção em larga escala, a partir da modernização dos meios de impressão e da utilização da publicidade para cobrir parte dos gastos. Todos esses fatores auxiliaram a difusão da informação, pois o preço do impresso caiu, possibilitando que um maior número de pessoas tivessem acesso aos jornais, mudando o perfil do público leitor.

A partir do século XX, com as diversas inovações tecnológicas – telégrafo, telefone, rádio, comunicação via satélite e a revolucionária internet - é que o jornalismo evoluiu em estilo e produção, fazendo com que as notícias chegassem mais rápido ao leitor. Surgem os grandes jornais como o *The New York Times*, *Le Figaro*, *The Sunday Times* e no Brasil, *O Globo* e *O Estado de São Paulo*.

O *boom* dos diários digitais foi entre 1995 e 1996; e, desde então, muitos teóricos das mais diversas áreas (Filosofia, Informática, Comunicação, Sociologia etc) discutem sobre a extinção do jornal impresso, mas o que vimos até agora são jornais disponibilizando seus conteúdos integralmente na Rede. Entre os primeiros jornais digitais estão *The Nando Times* (1994) e o *The San Jose Mercury Center*, disponibilizado na *web* no início de 1995, ambos dos Estados Unidos. A iniciativa foi de um grupo de empresários que teve a idéia de distribuir notícias na *Internet*, por causa da rapidez de difusão da informação (QUADROS, 2002).

No Brasil, o *Jornal do Brasil* foi o primeiro a fazer uma cobertura completa no espaço virtual no País. Ele foi disponibilizado integralmente na *web* em 28 de maio de 1995, seguido por Zero Hora, do grupo RBS, em junho do mesmo ano.

Para melhor entender o fenômeno comunicacional que a internet desencadeou nos sites jornalísticos, será analisada a identidade visual de alguns desses sites a partir de alguns conceitos da semiótica peirceana. A semiótica peirceana foi escolhida como parâmetro por analisar não somente questões ligadas à lingüística, mas também questões de design, fortemente ligadas à comunicação visual.

## 2. A informação na web

A internet como meio de comunicação está transformando a maneira como a notícia chega até o leitor/usuário. Muita informação é despejada diariamente na *web*, sem o cuidado de integrar o usuário com o que ele lê, resultando em um processo cheio de ruídos, muitas vezes impedindo-o de transformar dados em conhecimento.

De acordo com Bruno Rodrigues, pesquisador de *webwriting* e responsável pelo conteúdo digital de sites de empresas como Petrobrás e Xerox, alguns conceitos devem ser levados em consideração quando se fala em disponibilização de informação na *web*. O escritor ressalta que uma idéia deve ser trabalhada em camadas, oferecendo aos poucos os aspectos da informação. Deve-se também listar os aspectos de uma informação abordada, analisando a melhor maneira de se apresentá-la: em formato de texto, tabela, gráfico ou imagem, disponibilizando dados completos, que envolvam todas as possibilidades em relação ao tema, esgotando assim todo o assunto.

Outro item que deve ser considerado em relação ao conteúdo na *web*, segundo Bruno Rodrigues, é a chamada. Ele cita alguns recursos que podem ser utilizados como trazer a palavra-chave no próprio título e incluir elementos de apoio como a imagem, de modo a não repetir os outros itens já abordados, como forma de persuasão. Ele ainda afirma que as informações do texto principal devem ser escritas como se estivesse explicando o assunto a

um leigo, mesmo que o tema seja banal, grifando em cada parágrafo as palavras que melhor o resumem, facilitando a visualização em formato de texto.

Bruno Rodrigues ainda cita mais alguns itens que devem ser levados em consideração ao se publicar informações na internet (Rodrigues, 2005):

*Links - Ao sugerir páginas de outro site, não basta criar um link de acesso. É preciso explicitar quais informações o usuário encontrará, para que fique claro o porquê da sua indicação. Insira uma frase explicativa logo após o link, então. Texto complementar - O usuário espera encontrar nestas páginas todo o detalhamento que deseja, portanto não há limite para a extensão dos textos. Área restrita - Avisar o usuário sobre áreas restritas de um site é uma atitude que demonstra respeito, e também a preocupação em orientá-lo a cada instante em que ele está navegando pelas páginas. Imagem - A imagem jamais deve repetir um aspecto que já foi abordado por outro componente da informação web. Os componentes - imagem, texto, vídeo e áudio – são complementares, fechando, cada um a seu modo, o cerco à informação em questão. Áudio e vídeo - Ao oferecer acesso direto à fonte da informação, a utilização do áudio e do vídeo na web garante transparência e credibilidade ao site, o que é relevante na construção da empatia com o usuário.*

Todos esses itens acima citados auxiliam o usuário a chegar à informação rapidamente, diminuindo os ruídos na assimilação do conhecimento ali disponível. Mas, o mais importante, é analisar como esses recursos aplicados ao conteúdo podem ser aliados à diagramação dos sites jornalísticos. Os recursos visuais empregados são sempre os primeiros a serem vistos, inclusive os textos são vistos como blocos, para depois serem lidos. A importância da semiótica entra nesse ponto. De acordo com Lucy Niemeyer, designer gráfica, doutora em Comunicação e Semiótica e professora da PUC-Rio, um objeto (no caso o site jornalístico) tende a se revelar por meio de seus signos, ou seja, esse processo abre a possibilidade contínua de futura restauração desse objeto. Além disso, Lucy afirma que a semiótica aponta parâmetros específicos de design para avaliação, sendo indicadores de um bom design: o conforto, a segurança, a identificação e a significação, proporcionado por um site ao seu leitor/usuário.

### 3. Sites jornalísticos

Alguns dados e características devem ser levados em consideração nos sites jornalísticos para podermos analisá-los do ponto de vista semiótico (Gómez, 2004).

*A página inicial de um site é a página mais importante. Normalmente recebe muito mais visitas que o restante do site. Segundo o Escritório de Justificativa da Difusão (Oficina de Justificación de la Difusión - OJD), os leitores dos sites jornalísticos espanhóis lêem umas sete páginas por visita. Se considerarmos que a grande maioria deles acessam diretamente a página inicial, observamos que pelo menos 15% do que o usuário vê em um site jornalístico é a sua página principal. Além do mais, a navegação pelo restante das páginas pode ter sua origem na própria página inicial, na qual se encontram os assuntos principais em destaque. Desta maneira, nos sites jornalísticos, esta página cumpre a dupla função de servir de guia para a navegação e de vitrine de conteúdos.*

A tendência atual é a da utilização de metáforas, para tentar ligar a estrutura do site jornalístico com a estrutura do jornal impresso. A maioria dos jornais digital adotam essa estratégia, que, na maioria das vezes é ineficaz e perigosa. A utilização da metáfora da realidade palpável é muito utilizada em vários tipos de sites, simulando uma situação ligada à experiência do indivíduo em um mundo no qual ele já está totalmente adaptado, para que ele se sinta mais confortável ao navegar. O resultado dessa transposição muitas vezes é desastroso, uma vez que se podem simular algumas situações impossíveis de serem vividas com a intensidade devida por meio da internet. O manuseio do jornal impresso ainda prevalece ao jornal digital. O jornal impresso pode ser levado para todos os lugares, pois o papel como suporte ainda é um meio versátil de se facilitar o transporte da informação: ocupa pouco espaço e tem baixo custo. Se o leitor abandonar o jornal em qualquer lugar não será uma grande perda. O contrário acontece com o jornal digital. Este necessita de um suporte relativamente caro para os padrões financeiros atuais: um computador. O tamanho e o custo

desse suporte não compensam seu transporte a qualquer lugar, mesmo utilizando dispositivos portáteis, que ainda são bem mais pesados e caros que o suporte de papel. A própria linguagem adotada na versão impressa é transposta para a versão na internet, resultando em ruídos para a assimilação da informação. Um jornal impresso possui uma linguagem específica, evoluída ao longo da história para adaptar-se ao suporte na qual está e ao leitor. Já na internet, um meio mais interativo e multilinear, essa linguagem deve ser mais dinâmica, participativa e sintetizada, pois o público-alvo e as condições de acesso à essas informações são distintas.

#### *4. Público-alvo/usuários dos sites jornalísticos*

O perfil do usuário/leitor dos sites jornalísticos muda um pouco em relação ao jornal impresso. O usuário da internet é bem mais ativo que um leitor de jornal impresso. Ele pode opinar de maneira mais rápida no site jornalístico, que geralmente fornece um link para envio de comentário sobre a matéria. Esse usuário pode também enviar qualquer notícia à um amigo, por meio de um link no qual é inserido o e-mail desse amigo, para que compartilhem da mesma informação em tempo mais acelerado que na versão impressa, na qual o usuário teria que separar o caderno no qual a notícia está e aguardar a oportunidade de contactar esse amigo para mostrar-lhe o assunto de interesse.

A internet serve ao usuário/leitor mais dinâmico, que necessita das informações em tempo real – o jornal impresso sempre tem um atraso de um dia, devido ao seu suporte ser fixo, inalterável – diferencial gritante no quesito atualização. A internet possui a capacidade de disponibilizar as informações tão logo um fato ocorra, bastando apenas ser redigido e publicado, ainda com a possibilidade de desdobramentos ao longo do período em que o fato está ocorrendo. Isso desenvolve no perfil do usuário a necessidade constante de atualização da informação de maneira rápida e eficiente, um diferencial importante inclusive profissional, que é o de manter-se sempre bem informado.

#### *5. Análise sob o ponto de vista semiótico*

Um apanhado geral sobre as características principais dos sites jornalísticos será feito tendo como base a análise semiótica peirceana aplicada ao site jornalístico espanhol “El País”. Após esse estudo de caso algumas considerações que podem ser aplicadas em âmbito geral nos sites jornalísticos serão feitas com o objetivo de verificar se está acontecendo essa transposição *ipsis literis* do jornal impresso para o meio digital e se alguns recursos exclusivos da internet estão sendo aplicados, com o intuito de tentar traçar um início formação de uma linguagem exclusiva do meio internet.

O jornal “El País” se intitula como diário espanhol de maior difusão e influência, símbolo da Espanha moderna. Caracteriza-se pela vigorosa defesa das liberdades e pelo apoio às mudanças políticas e sociais. Se auto denomina um diário independente, de qualidade, de vocação europeia e defensor da democracia pluralista. Essas características de modernidade e comprometimento devem se refletir na comunicação visual, sempre levando em consideração também o usuário que navega no site.

Para se adequar à demanda dos usuários da Internet, foram implementadas mudanças no site citado, a partir do mês de junho deste ano (2005). Possuía três objetivos:

- 1- Ampliar a oferta de conteúdos e serviços abertos para todos para colocar ao alcance dos usuários, gratuitamente, a melhor e mais completa informação multimídia;
- 2 - Melhorar os serviços exclusivos e de valor adicionado aos assinantes sem aumento de preço e;
- 3 - satisfazer as necessidades dos usuários mais jovens com a EP3, uma nova publicação inovadora em formato e conteúdos.

Para avaliar a eficácia dessas mudanças utilizarei como itens de análise semiótica os três pontos de vista estudados por Peirce, analisados e exemplificados no livro “Semiótica Aplicada” de Lucia Santaella, que tem por objetivo explorar o potencial comunicativo de qualquer peça que utiliza recursos visuais e de design.

No site “El Pais” será primeiramente analisado o ponto de vista qualitativo-icônico, ou seja, as suas cores e imagens, passando pela forma e distribuição dos elementos no espaço (usabilidade e arquitetura da informação). No ponto de vista o singular-indicativo serão vistas sua identidade, uso e contexto (conteúdo tanto visual quanto escrito). Já do ponto de vista convencional-simbólico serão questionados os padrões de design e estética, bem como seu poder representativo e o perfil do usuário que o site pretende atender.

### 5.1 “El Pais” digital

FIGURA 01 – Home do site informativo do jornal “El Pais”. FONTE: site informativo “EL PAIS”.



FIGURA 02 – Páginas do site “El Pais”. FONTE: site informativo “EL PAIS”.



FIGURA 03 – Páginas do site “El Pais”. FONTE: site informativo “EL PAIS”.



Nas páginas analisadas predominam as cores azul e cinza. A variação de cores é mínima. O azul é utilizado para identificar-se com a logomarca (Fig. 02 – item 01) do jornal e é aplicada no menu principal (Fig. 02 – item 02), que fica na região superior horizontal do site. Os títulos das principais notícias (Fig. 02 – item 03) do dia também ficam em destaque pela utilização do azul. Num menu secundário (Fig. 03 – item 01), onde ficam localizados os links para as páginas dos cadernos do jornal, os ícones à esquerda utilizam azul para integrá-lo ao sistema principal de menus – primário e secundário, dentro da hierarquia da informação.

Os tons de cinza são aplicados nas linhas verticais e horizontais (Fig. 02 – item 05) que delimitam as várias partes do site, bem como em algumas barras (Fig. 02 – item 06) que emolduram seções do site. Alguns ícones pertencentes à seção de serviços também são aplicados nesses tons. Na marca d'água (Fig. 03 – item 02) que serve de fundo tanto para a logo, quanto para destaque das barras com as seções já citada, em tonalidades menos ou mais saturadas para proporcionar contraste.

Outra cor presente, mas bem menos utilizada é o vermelho. Em ícones onde o usuário poderá efetivamente interagir em *chats*, fóruns, enquetes e entrevistas. É também aplicada em títulos de matérias secundárias, que, inclusive são apresentados em tamanho de fonte menor que a dos títulos principais.

Já o excesso de cores utilizadas ocorre no espaço reservado à publicidade no site. Banners piscando e em cores bem vivas podem atrair a atenção do usuário para um consumo de produtos externos ao produto oferecido pelo jornal. Nesse tocante fica o questionamento: qual o impacto da publicidade nos jornais digital? Até que ponto um site informativo deve vender grandes espaços para anunciantes? A visualização da notícia ainda prevalece sobre os anúncios?

O layout do site analisado tem a forma retangular longilínea, com orientação vertical. Decompondo essa forma retangular verticalizada obtêm-se vários espaços horizontalizados. No primeiro quadrante superior do site a característica horizontal é marcante, tendo um banner (Fig. 04 – item 08) anunciante em destaque, seguido abaixo pela logomarca do jornal (Fig. 04 – item 09), com informações tanto à direita, quanto à esquerda da logo. O menu principal (Fig. 04 – item 10) também demonstra o conceito horizontal, com as principais informações que o usuário pode acessar nessa região.

FIGURA 04 – Quadrante superior do site “El País”. FONTE: site informativo “EL PAIS”.



Os outros espaços do site são divididos da seguinte maneira: o espaço logo abaixo do menu principal é dedicado as principais notícias do dia (Fig. 05 – item 11), que são de interesse geral do público-alvo que acessa o site. Nesse espaço a orientação é vertical, dividida em três colunas. Na coluna da esquerda ficam localizados itens secundários de menu (Fig. 05 – item 12). Na coluna da direita (Fig. 05 – item 13) ficam alguns destaques que não são da edição do dia e a região interativa do site, com link para *blogs*, multimídia e participação. Na região central (Fig. 05 – item 14) ficam, em destaque as notícias do dia, com divisões entre textos, com títulos em destaque e uma foto, geralmente de uma matéria do dia, identificada com o nome do caderno a qual pertence acima da imagem.

FIGURA 05 – Notícias diárias do site “EL PAIS”.



Logo abaixo da parte principal do site, num local não visualizado sem a utilização das barras de rolagem estão os assuntos de menor importância, intitulados *Además* 12. Esse espaço é dividido em 4 colunas, tendo como divisor entre o espaço principal e o *Además* o suplemento EP3, distribuído aos domingos, divididos por tópicos numa barra cinza.

Na coluna da esquerda (Fig. 06 – item 15) situa-se um banner de anunciante animado e em cores fortes. Na coluna da direita (Fig. 06 – item 16) ficam as chamadas dos cadernos do jornal com um pequeno texto de até três linhas. Na região central, que no quadrante superior têm duas matérias principais (Fig. 06 – item 17), com título e um pequeno texto e no quadrante inferior (Fig. 06 – item 18) é dividido em dual colunas com assuntos variados do jornal com uma pequena foto num destaque, uma charge, um link para a versão em inglês do jornal, pois existem muitos ingleses na Espanha e o jornal sentiu a necessidade de disponibilizar o jornal aos leitores da língua inglesa.

FIGURA 06 – Área com assuntos secundários do site “EL PAIS”.

14 → ELPAIS3.com  
Revista web multimedia

CADENA SER: Último boletín informativo

EL PAÍS DE LOS ESTUDIANTES

EL PAÍS UNIVERSIDAD: Información universitaria

MERISTATION Revista de videojuegos

**Además**

LA POLÉMICA POR LOS 'PAPELES DE SALAMANCA'

**El Archivo se convierte en arma política** | [↗](#)

La convocatoria esta tarde en Salamanca de una manifestación a favor de la unidad del Archivo de la Guerra Civil, auspiciada por el PP, y la presentación el pasado miércoles del proyecto del Centro Documental de la Memoria han avivado la polémica sobre la decisión del Gobierno de devolver a la Generalitat de Cataluña los documentos aprehendidos durante la contienda bélica y depositados en ese archivo.

**El mismo recorrido que hace una década** | [↗](#)

11-06-2005

**Abre la 'Capilla Sixtina' madrileña** | [↗](#)

Finaliza la restauración de los frescos de Goya en la ermita de San Antonio de la Florida, que ha durado 16 años

**El Viajero** 11-06-2005

**La Irlanda de 'El hombre tranquilo'**  
Cinco secuencias al oeste de la isla

**Cine** 10-06-2005

**El romántico cinismo de Oscar Wilde**  
El director Mike Barker dirige a Scarlett Johansson y Helen Hunt en 'A good woman'

**EL PAIS - English Edition**  
En PDF - 11 - 06 - 2005

OTROS SUPLEMENTOS

- > Babelia
- > Cine
- > Educación
- > Negocios
- > El viajero
- > EP[S]
- > Ciberpaís
- > Domingo
- > Futuro
- > Salud
- > EP3

**Internacional**

**La policía rusa detiene a un español que dirige una empresa implicada en la trama de Yukos** | [↗](#)

**62 niños mueren ahogados por un torrente de lodo en una escuela china** | [↗](#)

**Una diputada confirma que recibió una oferta de soborno para respaldar al Gobierno de Lula** | [↗](#)

**España**

**La policía desarticula red internacional que defraudó 40 millones euros en IVA** | [↗](#)

**Hallado el cadáver de una mujer en un contenedor de Reus** | [↗](#)

**Opinión**

**Bolivia: que pase el que sigue** | [↗](#)  
EDMUNDO PAZ SOLDÁN

**Siniestro total** | [↗](#)  
IGNASI GUARDANS

**La soledad del PP** | [↗](#)  
JAVIER PÉREZ ROYO

**Sociedad**

**Grupos de católicos de base anuncian que no obedecerán a los obispos por las bodas gays** | [↗](#)

**EE UU confirma la existencia de un caso de la enfermedad de las 'vacas locas'** | [↗](#)

**Economía**

**La Comisión Europea decide el cierre de la pesquería de la anchoa para su regeneración** | [↗](#)

**Tecnología**

**El nacimiento del turista virtual** | [↗](#)

**Deportes**

**El Villarreal y el Barcelona hacen oficial el traspaso de Riquelme** | [↗](#)

**Cultura**

**Buttigione califica la Bienal de Venecia de "agua del pasado"** | [↗](#)

**Gente**

**Ana y Victor, cuestionados en Segovia** | [↗](#)

**Cartas al director**

Las Cartas al Director llegadas a la Edición Impresa, incluidas las no publicadas en papel.

**Herramientas**

- > Titulares en RSS
- > Fútbol en directo
- > Gráficos de Bolsa
- > Móvil / PDA
- > Portada en PDF
- > Editoriales en PDF

**Víñetas**

**Editoriales**

**Política y violencia** | [↗](#)

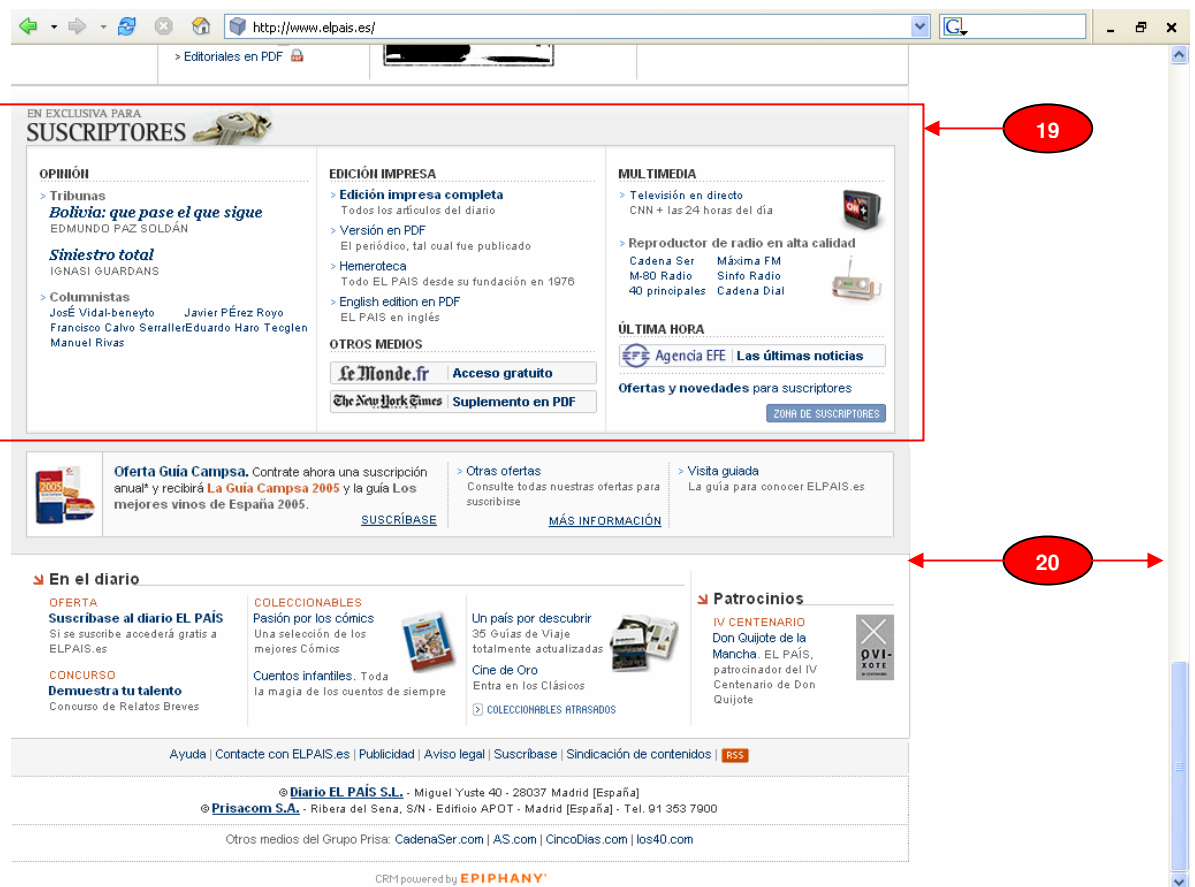
"La política "puede y debe contribuir al fin de la violencia", según la resolución parlamentaria aprobada a mediados de mayo, pero cualquier iniciativa ..."

**Entreacto en Bolivia** | [↗](#)

**El Roto**

Ainda mais abaixo no site existe uma área exclusiva para assinantes (Fig. 07 – item 19), com usuário e senha, delimitado por um retângulo cinza. Nessa área o usuário assinante poderá ter acesso à conteúdos diferenciados também com características horizontais e dividido em 3 colunas.

FIGURA 07 – Área exclusiva para assinantes.



Essa característica vertical do site, dividida em seções horizontais fixas permitem vantagens que são oferecidas além da versão impressa. Sessão de multimídia, edição impressa em formato de arquivo PDF e uma seção de opinião. Essa área fica mais abaixo no site por ser acessada por usuários frequentes, que têm a assinatura da versão impressa. A configuração de ícones também proporciona mais identificação do usuário com as seções, ativando a percepção visual, que é mais rapidamente identificada na interação usuário-computador.

As outras divisões que ficam no rodapé do site são referentes à assuntos menos relevantes, mais para “usuários detetives”, definidos de acordo com Lúcia Santaella em “Navegar no ciberespaço”:

*... pois navegar como um detetive é aprender com a experiência, que vai transformando a dificuldade em estratégia e adaptação. Esse tipo de internauta é fundamentalmente um experimentador que discrimina as alternativas com alerta para os detalhes e as testa como um legítimo investigador.*

As informações disponibilizadas nesse fragmento são de interesse de quem já está navegando plenamente no site, sendo encontrada, bastando clicar na barra de rolagem. Mesmo assim, uma boa solução para que esse conteúdo ficasse menos vertical seria mudar seu tamanho fixo, de 800 pixels (Fig. 07 – item 20) (monitor de 15 polegadas, utilizada pela maior parte dos usuários) para a unidade de porcentagem que adaptaria o conteúdo à largura do monitor, no caso de tamanho superior da tela, (Gómez):

*Nenhuma das páginas estudadas empregava o design “fluido”. Em todos os casos contavam com um tamanho fixo de largura em sua página, em lugar de defini-la em porcentagens. Em todos os casos a largura de página empregada é de 800 pixels. Definir a largura da página em porcentagem, em lugar de uma largura fixa em pixels, permitiria*

*aproveitar melhor a superfície da tela disponível, nos casos de telas grandes e evitar que seja necessário utilizar a barra de rolagem lateral para ver os conteúdos da região direita da tela, no caso de monitores menores ou configurados para baixa resolução 13.*

A identidade da versão digital do jornal “El País” é caracterizada pelos aspectos estrutural informativo da Internet. Passou por uma reformulação de layout para adequação ao seu usuário, com o objetivo de aumentar a visita frequente ao site. A delimitação do layout por áreas de interesse contribuiu muito para a arquitetura da informação da página. A hierarquização realizada por meio dessas divisões, objetiva atrair, seduzir o usuário com o que mais lhe desperta o interesse: a identidade do site através de sua logomarca, o menu principal destacado com contraste – azul com fundo branco – e as notícias do dia. Relembrando que os anunciantes estão em pontos-chave de visualização no site, com cores bem impactantes.

O repertório do usuário pode ser facilmente identificado pelo design da página, constituindo-se principalmente como um indivíduo que necessita se manter atualizado, possui opinião própria e não tem muito tempo para se atualizar com notícias diariamente. Ele precisa de uma interface amigável, que permita facilidade e rapidez de interação. Quando disponibiliza de mais tempo acessa as seções especiais. O cuidado de manter uma versão na língua inglesa também é uma vantagem, pois pode ampliar a rede de leitores da versão digital.

Esteticamente atende ao minimalismo (Gómez):

*... , orientando o usuário aos conteúdos essenciais, evitando distraí-lo com elementos secundários ou provocar atrasos no acesso à informação.*

Para atender à usuários de diversas culturas e países distintos procurou-se a estrutura de informação padrão de site informativo para que qualquer indivíduo se identifique e reconheça a interface navegada.

Por meio dos serviços diferenciados de acesso geral – suplementos em alguns dias da semana com matérias especiais em formatos alternativos e serviços diferenciados para assinantes utilizando a multimídia e parcerias com outros jornais internacionais adiciona valores extras ao seu produto principal.

A padronização do conjunto visual, juntamente com a harmonia simétrica da distribuição dos elementos no espaço ajudam o usuário a interagir. Essa interação é didática, onde a informação é passada praticamente sem ruídos, num ciclo de mão dupla complementar.

## 6. Conclusão

A análise feita acima dos elementos que compõem visualmente o site informativo “El País” podem ser aplicados no geral em outros sites informativos espanhóis que possuem elementos de divisão semelhantes, bem como a verticalização das informações. Em relação à composição, os jornais digital espanhóis inovam em formato, dispensando a simples transposição da versão impressa, problema esse que foi detectado no início da concepção desses jornais. Após verificarem que tal linguagem (impressa) era ineficaz na versão para web, foram feitos estudos que identificaram uma nova disposição visual dos elementos compositivos dos sites informativos.

Do conteúdo já não se pode falar em inovação, uma vez que este é inserido no site no mesmo formato na qual é elaborada a notícia, inclusive preservando a linguagem jornalística do impresso. Várias hipóteses podem ser levantadas para justificar esse problema identificado, como a própria estrutura organizacional de uma redação de jornal, que prevê somente a notícia para versão impressa, relegando à versão digital um *status* de menor importância. Sabe-se inclusive que o jornalista da *web* é pior remunerado que o jornalista do meio impresso, desvalorizando um meio da maior importância quando se fala em notícias em tempo real. A revolução da informação neste caso está nas mãos do jornalista, que deve estudar cada vez mais a linguagem da internet nos sites informativos, promovendo testes de

usabilidade direcionados ao conteúdo, em como unir diagramação e conteúdo de forma a proporcionar ao leitor/usuário uma experiência agradável e confortável na busca pela informação.

A internet ainda “engatinha” em termos de linguagem textual e visual. Acredito que o foco está equivocado. Muitas vezes a maior preocupação dos jornalistas, webdesigners e desenvolvedores está em agradar aos anunciantes e ao dono do jornal. Também trabalham para facilitar a atualização e inserção dinâmica de conteúdo, que também é importante para um jornal digital ser acessado, pois tem notícias sempre atuais. Mas o principal creio ser o foco centrado no leitor/usuário. Quando esse for o foco de maior importância de um jornal digital, a internet terá sua própria linguagem, adequada à ela mesma, dinâmica, interativa, globalizada, mas com características regionais, além de “cair como uma luva” para cada usuário específico.

## 7. Bibliografia

ARNT, Hérís. 2002. Do jornal impresso ao digital: novas funções comunicacionais. In: HOHLFELDT, A.; BARBOSA, M. *Jornalismo no século XXI: a cidadania*. Mercado Aberto.

DE QUADROS, Cláudia Irene. “Uma Breve história do jornalismo *on-line*”. *CONGRESSO NACIONAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA INTERDISCIPLINAR DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO*, 25, 2002. Salvador, 2002. *Anais eletrônicos... GT de Jornalismo* (online). Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/xxv-ci/np02/NP2QUADROS.pdf> (28 jul. 2005).

GÓMEZ, Juan C. G. 2004. “Usabilidad de las páginas de inicio de los diários digitales españoles”. In: Grupo Tecnologías de la Información – Murcia. Espanha.

NIELSEN, Jakob. 2000. *Projetando websites: designing usability*. Rio de Janeiro: Campus

NIEMEYER, Lucy. 2003. *Elementos de semiótica aplicados ao design*. Rio de Janeiro: 2AB.

RODRIGUES, Bruno. “Guia rápido de informação na web”. *Webinsider* (online). Disponível em: <http://webinsider.uol.com.br/vernoticia.php?cl=7> (01 ago. 2005).

SANTAELLA, Lucia. 2002. *Semiótica aplicada*. São Paulo: Thomson.

SANTAELLA, Lucia. 2004. *Navegar no ciberespaço: o perfil do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus.