

Universidade Federal de Juiz de Fora
Mestrado em Comunicação e Sociedade

**DO IMPRESSO À HIPERMÍDIA:
RECONFIGURAÇÃO DO JORNALISMO NA ERA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL**

Juiz de Fora

2009

JANAINA DE OLIVEIRA NUNES

**DO IMPRESSO À HIPERMÍDIA:
RECONFIGURAÇÃO DO JORNALISMO NA ERA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedades, área de concentração: Tecnologia da Comunicação, da Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre em Comunicação e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Pernisa Junior

JUIZ DE FORA
2009

(folha de aprovação)

Dedico este trabalho a meus pais, Joaquim e Inês, grandes incentivadores de tudo o que faço, e a meu marido, Marcelo, pelo apoio e compreensão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço especialmente a Deus por me dar saúde e perseverança para chegar até aqui, enfrentando todos os obstáculos. Agradeço também aos que contribuíram com meu projeto, compartilhando ideias, informações, elogios e críticas. À minha família e aos amigos, obrigada por fazerem parte de minha vida, comemorando comigo todas as conquistas.

RESUMO

Partindo do pressuposto de que as tecnologias da comunicação podem desencadear alterações sociais e de linguagem, busca-se estudar as mudanças ocorridas nas formas de produção e consumo do jornalismo. Num primeiro momento, são tratadas as características da sociedade da informação, tomando como base argumentos teóricos de Lévy, Castells, McLuhan, Kerckhove, entre outros. Em seguida, discute-se as influências da cultura digital no jornalismo impresso e a tendência à convergência de conteúdos com o on-line, a partir de Marcondes Filho, Ricardo Noblat, Phillip Meyer e Lourival Sant'Anna. Também foi feita uma reflexão sobre como a Web 2.0 e o aumento da participação dos usuários como “jornalistas cidadãos” vêm modificando as práticas do jornalismo, tendo como referencial textos de Francis Pisani, Mark Briggs, Luciana Mielniczuck, Pollyana Ferrari, Marcos Palacios e Cláudia Quadros. Para exemplificar os apontamentos levantados, parte-se para a análise de conteúdo, tendo como objetos o jornal O Globo e o site “Globo Online”. Após análises dos indicadores encontrados, em linhas gerais, chega-se à conclusão de que a demanda por informação é mais importante do que o suporte em que ela será apresentada. Sabendo disso, empresas de comunicação estão investindo na diversificação da oferta de informação on-line, explorando cada vez mais as potencialidades da hipermídia.

Palavras-chaves: Comunicação. Jornalismo impresso. Webjornalismo. Web 2.0. Jornalismo cidadão.

ABSTRACT

Assuming that the technologies of communication can trigger social changes and language, seeks to study the changes in forms of production and consumption of journalism. Initially, the features are treated in the information society, on the basis of theoretical arguments Lévy, Castells, McLuhan, Kerckhove, among others. Then, it discusses the influences of culture in the digital print journalism and the trend to convergence of content with the on-line, from Marcondes Filho, Ricardo Noblat, Phillip Meyer and Lourival Sant'Anna. It was a reflection on how Web 2.0 and increased participation of users as "citizen journalists" are changing the practice of journalism, taking as reference texts by Francis Pisani, Mark Briggs, Luciana Mielniczuck, Pollyana Ferrari, Marcos Palacios and Claudia Tables To illustrate the notes collected, used the methodology of content analysis. The study aimed at the newspaper O Globo and the site Globo Online. After analysis of the indicators found, in general, come to the conclusion that to demand for information is more important than the medium in which it appears. Knowing this, the communication companies are investing in the diversification of supply of information online, increasingly exploring the potential of hypermedia.

KEY-WORDS: Communication. Print journalism. Webjornalismo. Web 2.0. Citizen journalism.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 NOVAS FORMAS DE PRODUÇÃO E CONSUMO DA INFORMAÇÃO.....	15
2.1 O SURGIMENTO DOS “PROSUMIDORES”	17
2.2 INFORMAÇÕES EM REDE E O MITO DA DEMOCRATIZAÇÃO.....	20
3 A WEB COMO UMA NOVA MÍDIA.....	23
3.1 JORNALISMO E INTERNET.....	25
3.2 NOVA LINGUAGEM PARA UM NOVO MEIO	28
3.2.1 Desenvolvimento do webjornalismo.....	30
3.2.2 Características mais exploradas.....	32
3.3 WEBJORNALISMO EM O GLOBO.....	35
3.3.1 Breve histórico e descrição do site.....	36
3.3.2 Análise dos indicadores.....	40
3.3.2.1 Uso de recursos multimídia.....	40
3.3.2.2 Hipertextualidade.....	42
3.3.2.3 Construção textual	44
3.3.2.4 Atualização.....	45
3.3.2.5 Interatividade.....	48
3.3.2.6 Relações entre o site e o impresso.....	51
3.4 JORNALISMO 2.0 E OS USUÁRIOS COLABORADORES.....	54
4 CULTURA DIGITAL E MUDANÇAS NO IMPRESSO.....	58
4.1 MUDANÇAS DECORRENTES DA TECNOLOGIA.....	58
4.2 FUTURO DO IMPRESSO.....	62
4.3 TENDÊNCIAS PARA O JORNALISMO IMPRESSO NO BRASIL.....	65

5 SINAIS DE CONVERGÊNCIA.....	71
5.1 INDICADORES DE CONVERGÊNCIA EM O GLOBO.....	73
5.1.1 Referências a vídeos.....	74
5.1.2 Referências a gravações de áudio.....	76
5.1.3 Referências a galeria de fotos.....	77
5.1.4 Referências a infográficos em multimídia.....	79
5.1.5 Referência hipertextuais.....	83
5.1.6 Referências ao serviço de notícias pelo celular.....	85
5.1.7 Referências à participação.....	86
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	88
REFERÊNCIAS.....	93
ANEXO 01: Esquema de análise de O Globo na Internet.....	98
ANEXO 02: Esquema de análise de O Globo impresso.....	109
ANEXO 03: Imagens de O Globo na Internet.....	126
ANEXO 04: Imagens de O Globo impresso.....	148

1. INTRODUÇÃO

Em meados da década de 1990, quando os principais jornais do país começaram a publicar conteúdo na Internet, popularizaram-se as especulações sobre o futuro dos impressos. Vislumbrando todo o potencial da rede mundial de computadores, com o suporte digital sendo explorado como novo meio de comunicação, a questão que surgia era se o ciberespaço poderia um dia agregar em si todas as outras mídias. A resposta ainda não foi encontrada, embora muitos pesquisadores venham se dedicando ao tema.

O consenso geral, baseado em estudos do canadense Marshall McLuhan (1969) e do francês Jean-Marie Charon (2001 apud ARNT, 2002), é de que um novo meio de comunicação sempre acarreta mudanças nos meios já existentes. É e, justamente, isso que se tem observado diante da Revolução Digital, que vem influenciando novas formas de se fazer rádio, TV e impresso. Se haverá convergência total ainda não dá para se afirmar. Por enquanto, o que se tem visto são os meios tradicionais tentando se adaptar para manter a convivência e a complementaridade em relação à nova mídia.

A partir da observação dessas transformações, decidiu-se pesquisar a chamada reconfiguração do jornalismo impresso na era da comunicação digital, por acreditar que um dos caminhos de sobrevivência para as grandes empresas que trabalham com jornalismo em suporte papel seja a expansão de seus conteúdos para a Web, uma plataforma hipermidiática que vem se aperfeiçoando a cada dia.

A hipótese deste trabalho é de que para se manter no mercado da comunicação, cada vez mais ditado pela tecnologia digital, uma empresa de jornalismo deve ter seu conteúdo formatado para diferentes plataformas – com textos e infográficos próprios para o impresso e para a Web, e reportagens que além da escrita utilizem também imagens, vídeos e áudios –, a fim de capturar atenção da audiência onde quer que ela esteja, independente do meio escolhido para se informar e interagir com a informação.

A intenção deste trabalho não é discutir a fundo a questão da sobrevivência da mídia impressa diante dos meios digitais, mas sim analisar as mudanças na prática do jornalismo e as novas possibilidades de representação na hipermídia, que vêm sendo ampliadas com o desenvolvimento da Web 2.0. Também está entre os objetivos analisar as influências mútuas verificadas entre o jornalismo produzido para os meios impresso e on-line, além de investigar novos caminhos para prática profissional, diante do crescimento da participação de usuários como produtores de informação e notícias na Internet.

O interesse por esse tema nasceu da experiência profissional da autora deste trabalho, quando estagiou em uma empresa de comunicação on-line direcionada para o público jovem, o Zinecultural.com. Neste período, a empresa recebeu o convite do jornal de maior circulação de Juiz de Fora, Tribuna de Minas, para publicar uma coluna semanal no impresso, como estratégia para atrair jovens leitores. Originalmente, a coluna tentava transferir os conteúdos mais acessados do site para o papel, buscando manter a identidade visual típica da Internet. E foi instigada por essa iniciativa que se desenvolveu uma pesquisa, na especialização em Artes, Cultura Visual e Comunicação, sobre convergência de mídia e busca de jovens leitores para o impresso.

Mais tarde, atuando profissionalmente como repórter da Tribuna de Minas e conversando com editores-chefes que participavam de congressos com responsáveis por outros veículos de comunicação impressa do país, percebeu-se que os grandes jornais estavam trabalhando mais pela convivência entre os meios do que pela convergência. Então, surgiu a vontade de voltar o foco para a reconfiguração do impresso e a ampliação das possibilidades de apresentar a informação explorando recursos próprios da hipermídia no suporte digital.

É certo que muitos outros pesquisadores já se debruçaram sobre o assunto, muitas vezes com mais propriedade e profundidade de análise, e é claro que não se trata de um tema inédito ou inovador. No entanto, considera-se importante mapear os passos dessas transformações sob diferentes ângulos, por se tratar de mudanças históricas em um meio de comunicação dos mais tradicionais. É por esses e outros motivos, apresentados ao longo do desenvolvimento, que se justificam os objetivos deste trabalho.

Antes de desenvolver a pesquisa propriamente dita e, antes mesmo de definir qual seria o objeto de análise e a metodologia empregada, buscou-se embasamento teórico por meio de vários autores que se propuseram estudar as influências da tecnologia de informação na sociedade e nos meios de comunicação, como McLuhan, Lévy, Castells, Kerckhove, entre

outros, a fim de entender a origem das mudanças pelas quais estão passando os meios que buscam se adaptar ao advento da tecnologia digital.

O trabalho também apresenta um levantamento bibliográfico sobre o desenvolvimento do webjornalismo, as principais características da hipermídia, as influências da informatização e da cibercultura nos modos de produção e consumo da informação e a tendência à participação de usuários como produtores de conteúdo na Internet. Entre os principais teóricos consultados nesta parte do estudo estão Francis Pisani, Mark Brigs, Pollyana Ferrari, Marcos Palacios, Cláudia Quadros, Marcondes Filho, Ricardo Noblat, Phillip Meyer e Lourival Sant'Anna.

Inicialmente, pensou-se em fazer um estudo comparado envolvendo os jornais O Globo e Folha de S. Paulo, bem como seus respectivos sites, com o objetivo de verificar as influências e os indicadores de convergência ou complementaridade entre os dois meios. Também havia a intenção de fazer entrevistas com diretores dos veículos escolhidos, a fim de obter informações diretas sobre o processo de adaptação dos jornais frente ao desenvolvimento do webjornalismo e sobre as perspectivas de futuro do impresso como mídia de massa.

No entanto, depois do exame de qualificação do projeto, que contou com a participação dos professores doutores Iluska Coutinho e Bruno Fuser, optou-se por recortar ainda mais o objeto, analisando apenas um jornal para priorizar o aprofundamento e o desenvolvimento crítico do trabalho. No segundo semestre de 2008, uma nova mudança no projeto se deu com a decisão de suprimir o contato com os diretores do site e do jornal O Globo, depois de encontrar entrevistas publicadas recentemente não só com diretor de O Globo, mas também com responsáveis pelos conteúdos de Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo, respondendo à maioria das questões pertinentes ao presente trabalho.

Isso porque o pesquisador Lourival Sant'Anna publicou o livro “O destino do jornal” (2008), com a íntegra das entrevistas, realizadas em novembro de 2005, com diretores responsáveis pelos três jornais acima citados. E, em outubro de 2008, o repórter Tonico Ferreira, da Globo News, também realizou entrevista com os diretores destes três jornais em um programa especial que se constituiu como um verdadeiro debate sobre o tema “Como os jornais convivem com as novas mídias”. A gravação em audiovisual, de aproximadamente 45

minutos, está disponível na Internet¹ e traz em seu conteúdo, praticamente, as mesmas afirmações ditas pelos diretores no livro de Sant'Anna (2008).

A escolha de O Globo, entretanto, deu-se devido ao fato de que entre os jornais de maior circulação do país, este esteja mais à frente em relação a integração das redações do impresso e do on-line, uso de referências à Internet nas matérias do impresso e abertura à participação dos usuários, avaliando e comentando as notícias do site, e publicando conteúdos autorais de “jornalistas cidadãos” – termo que será explicado mais adiante.

O período de pesquisa se estendeu entre os dias 5 e 12 de outubro de 2008, abrangendo as edições diárias do jornal e três atualizações diárias do site, capturadas nos horários de 9h, 16h e 23h. A escolha do mês de outubro se deu em razão de ser este o período de férias da autora deste trabalho, que atua como repórter de um jornal diário. E a opção de observar a homepage nestes três períodos do dia resultou de pesquisas acadêmicas anteriores que levaram a crer ser, aproximadamente, estes os principais horários de atualização dos grandes portais de notícia.

Para cada veículo, a análise se ateve a objetivos diferentes, porém, sempre buscando elementos que pudessem indicar convergência ou complementaridade entre as mídias. A metodologia de pesquisa aplicada foi a análise de conteúdo, que pode ser definida como:

Um conjunto de técnicas de análises de comunicação visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (Bardin, 1979:42 apud CAPELLE et al, 2003).

De acordo com Bardin, esse tipo de pesquisa deve começar com a elaboração de indicadores que permitam levar a determinadas conclusões interpretativas por meio de deduções e inferências. Seguindo este método, o primeiro passo foi identificar tais indicadores para a análise de conteúdo do site e do jornal, de acordo com a hipótese e os objetivos da pesquisa. Esses indicadores e as referências a eles encontradas no site e no jornal foram sistematizadas em esquemas de tópicos que serviram de auxílio para a realização das análises e encontram disponíveis, em Anexos, ao final do trabalho.

Em relação ao noticiário on-line, a hipótese é de que a Web está se constituindo como meio de comunicação com suas próprias características, em termos de linguagem e uso

¹ Disponível em <<http://www.outrosolhos.com.br/2008/09/28/globo-news-especial-como-os-jornais-convivem-com-as-novas-midias/>>. Acesso em 7 de março de 2008.

de recursos multicódigos. Portanto, o objetivo era analisar como esses recursos hipermidiáticos vêm sendo explorados e verificar também a hipertextualidade, a interatividade, a atualização e a construção textual das matérias. Além, é claro, de analisar possíveis relações entre os conteúdos do site e do jornal.

Quanto ao impresso, a hipótese é de que o meio esteja sofrendo um processo de adaptação frente à concorrência com os noticiários da Web e que uma das soluções encontradas pelas empresas de comunicação para sobreviver a essas transformações seria expandir seus conteúdos para a Internet, oferecendo notícias com qualidade e credibilidade em diferentes suportes, a fim de conquistar todo tipo de audiência. Diante dessas suposições, a pesquisa iniciou-se com a identificação, nas páginas do impresso, de elementos que apontassem para a Internet, como referências a vídeos, gravações de áudio, galeria de fotos, infográficos em multimídia, textos complementares, serviço de notícias por celular e convites à participação dos leitores.

No capítulo que se segue à introdução, verifica-se o embasamento teórico necessário ao entendimento do contexto no qual se inserem tanto o desenvolvimento do webjornalismo, quanto a reconfiguração do jornalismo impresso. Nesta parte do trabalho, encontram-se reflexões acerca dos efeitos da tecnologia nos meios de comunicação e as características da sociedade da informação, da comunicação em rede e da cultura digital. Ainda neste capítulo, são levantados questionamentos a respeito do mito da democratização da informação no ciberespaço e do crescimento da participação de usuários como produtores de conteúdo da Internet.

Já no capítulo 3, o foco é o jornalismo na Internet, suas origens, principais características e o potencial para o desenvolvimento de uma linguagem mais apropriada ao meio. Também nesta parte, encontram-se apontamentos sobre a chamada Web 2.0, vista por alguns autores como uma evolução da plataforma de publicação e criação de conteúdo na Internet. Em seguida, é feita a análise de conteúdo do site O Globo, a partir dos objetivos acima explicitados. Para encerrar o capítulo, tem-se ainda uma breve reflexão acerca do “jornalismo cidadão” e de como esse tipo de produção pode afetar as relações entre profissionais e colaboradores.

No capítulo 4, a reflexão que se segue é sobre as influências da cultura digital no jornalismo impresso, com um breve histórico das principais mudanças ocorridas desde a entrada dos computadores nas redações dos jornais diários até a popularização da Internet como fonte de informação e instrumento de pesquisa. Ainda nesta parte, é possível encontrar

prognósticos acerca do futuro do impresso, traçados por pesquisadores que estudam o meio e profissionais que atuam na área, como diretores de redação de três grandes jornais do país.

Depois de discutir os caminhos do webjornalismo e do jornalismo impresso, o presente trabalho faz uma breve incursão sobre possibilidades de convergência de mídias, no capítulo 5, onde também se encontram as análises de conteúdo das edições diárias do jornal O Globo.

Nas considerações finais, verificam-se as conclusões tiradas a partir das análises teóricas e empíricas, acerca do desenvolvimento de uma linguagem apropriada ao jornalismo na hipermídia e das influências dessa nova mídia nos modos de produção e consumo do jornalismo impresso. Também são apresentados alguns prognósticos que podem ser inferidos a partir do mapeamento dos passos dessas transformações, empreendido ao longo deste trabalho.

2. NOVAS FORMAS DE PRODUÇÃO E CONSUMO DA INFORMAÇÃO

A cada nova tecnologia desenvolvida, mudanças ocorrem não só nas formas de cognição dos seres humanos, afetados por novos agentes, como também sofrem transformações os meios disponíveis até então, e alteram-se as estruturas culturais de toda sociedade. A escrita alterou a fala, a fotografia alterou o olhar, o audiovisual abriu novas percepções aos sentidos humanos, e a Internet possibilitou novas formas de interação entre o homem e a máquina, ajudando a eliminar as barreiras de espaço e tempo – um processo que já havia sido iniciado com o desenvolvimento do telégrafo e dos meios de transporte, ainda nos séculos XVIII e XIX. Mesmo que não seja determinante, já que toda técnica é fruto de uma cultura, é certo que a “sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas” (LÉVY, 1999: 26), e estas abrem possibilidades e opções culturais ou sociais que não poderiam ser pensadas a sério anteriormente.

Uma técnica não é boa, nem má (isto depende dos contextos, dos usos e dos pontos de vista), tampouco neutra (já que é condicionante ou restritiva, já que de um lado abre e de outro fecha o espectro de possibilidades). Não se trata de avaliar seus “impactos”, mas de situar as irreversibilidades às quais um de seus usos nos levaria, de formular os projetos que exploram as virtualidades que ela transforma e de decidir o que fazer dela (LÉVY, 1999: 26).

De acordo com McLuhan (1969: 34), “os efeitos da tecnologia não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos: eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas de percepção, num passo firme e sem qualquer resistência”. Segundo o autor (1969), algumas transformações sociais decorrentes do uso de tecnologias foram observadas com mais ênfase a partir da chegada da eletricidade aos centros urbanos, ainda no século XIX. Um processo que desencadeou a perda da contiguidade para a simultaneidade da cultura, proporcionada pela revolução elétrica. As velhas estruturas de expansão mecânica unidirecional foram perdendo sentido, abrindo espaço para a descontinuidade e a diversidade na organização espacial, além do entrelaçamento orgânico de todas as funções de produção, que passaram a se basear na informação como principal bem de consumo.

Trinta anos após McLuhan (1969), já no final do século XX, Manuel Castells (1999) fez um mapeamento das mudanças estruturais e culturais da sociedade atual e identificou um novo processo de transformação, que teve início nas décadas de 1960 e 1970, estando ainda hoje em andamento. Ele afirma que esse processo foi desencadeado por três fatores principais. O primeiro deles é a revolução da tecnologia da informação, com o extraordinário avanço da informática e das telecomunicações, encurtando distâncias, facilitando a comunicação, revelando novas e extraordinárias formas de armazenamento, desenvolvendo a capacidade de se fazer várias coisas ao mesmo tempo. O segundo fator se deu a partir da crise histórica do capitalismo e do estatismo, que levou ao surgimento do capitalismo financeiro e à globalização da produção e do comércio. O terceiro se constitui na busca por uma sociedade em que os valores da liberdade individual e da comunicação aberta são fundamentais, com o crescimento de movimentos socioculturais, como o liberalismo, a defesa dos direitos humanos, o feminismo e o ambientalismo.

Para Castells (1999: 21), o resultado mais consistente desses três processos acima descritos foi a constituição do que ele chama de Sociedade em Rede: uma sociedade que prima por novas formas de sociabilidade, que valoriza a relação e vive a cultura da virtualidade, cujas funções e valores são organizados pela fragmentação e pela simultaneidade. Ele considera que “uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação está remodelando a base material da sociedade em ritmo acelerado”.

McLuhan (1969) já havia notado a descontinuidade e a simultaneidade da cultura, mas, com a chamada Sociedade em Rede, esse processo se intensifica e as tecnologias da informação penetram em todas as esferas da atividade humana, das mais simples e cotidianas, como telefone, sensores magnéticos e digitais, catracas eletrônicas, às mais especializadas, que envolvem engenharia genética, astrofísica, nanotecnologia, etc. E é daí que surge uma nova estrutura social e um novo modo de desenvolvimento, também chamado por Castells (1999) de informacionalismo, em que a principal fonte de produção é o conhecimento. A partir desse processo de geração de conhecimento, estabelece-se um ciclo de realimentação cumulativo entre inovação e seu uso, inserido no novo paradigma da tecnologia da informação.

A pesquisadora Lucia Santaella (2003) defende a tese de que, desde o início do século XXI, a sociedade vive a chamada cultura das mídias que seria uma transição da cultura de massa para a cultura digital, um processo que caminha para a convergência entre as mídias. Para ela, a emergência dessa cultura digital é desencadeada pelo crescimento da

multiplicidade das mídias, iniciado na década de 1980, com o surgimento de novas formas de consumo cultural, propiciadas pelas tecnologias do disponível e do descartável, observadas no crescimento do uso de fotocopiadoras, na massificação de videocassetes, walkman, TV a cabo e no desenvolvimento da indústria de videoclipes, videogames e filmes de vídeo nas locadoras.

O crescimento da multiplicidade de mídias, a multiplicação de suas mensagens e fontes foi dando margem ao surgimento de receptores mais seletivos, individualizados, preparando terreno para a emergência da cultura digital, que exige receptores atuantes, caçadores em busca de presas informacionais de sua própria escolha (SANTAELLA, 2003: 68).

A autora observa que a revolução da tecnologia digital nos impõe um ritmo acelerado de mudanças tecnológicas e consequentes impactos psíquicos, culturais, científicos e educacionais. Afinal, esse novo paradigma informacional afeta todos os setores da produção, do entretenimento à ciência, passando pelas cifras do mercado financeiro. E isso acontece porque todo o conhecimento do mundo está interconectado por uma grande rede (SANTAELLA, 2003).

2.1. O SURGIMENTO DOS “PROSUMIDORES”

O desenvolvimento da tecnologia de comunicação implica em novos modos de cognição, comportamento e novas formas de lidar com o mundo. E, de acordo com Lucia Santaella, essas mudanças são justamente sintomas da transição de uma cultura das mídias para uma cultura digital, desenvolvida pelas redes multimídia e de comunicação interpessoal.

Cada um pode tornar-se produtor, criador, compositor, montador, apresentador, difusor de seus próprios produtos. Com isso, uma sociedade de distribuição piramidal começou a sofrer a concorrência de uma sociedade reticular de integração em tempo real. Isso significa que estamos entrando numa terceira era midiática, a cibercultura (SANTAELLA, 2003: 82).

Mesmo não havendo relação de determinismo entre tecnologia e sociedade, como visto no início deste capítulo, Manuel Castells (1999) acredita que a técnica influencia continuamente o social. Isso porque, se de um lado a tecnologia incorpora a capacidade de transformação da sociedade, de outro, ela viabiliza ações e pensamentos, abrindo margens para a produção de outras inovações.

Segundo o autor, nas duas últimas décadas do século XX, os usos das tecnologias de telecomunicações passaram por três estágios: “a automação de tarefas, as experiências de usos e a reconfiguração das aplicações” (1999: 51). Ele ressalta que dos dois primeiros para o terceiro, houve uma mudança cognitiva fundamental:

Nos dois primeiros estágios, o progresso da inovação tecnológica baseou-se em aprender *usando*, de acordo com a terminologia de Resenberg. No terceiro estágio, os usuários aprenderam a tecnologia *fazendo*, o que acabou resultando na reconfiguração das redes e na descoberta de novas aplicações. [...] Conseqüentemente, a difusão das tecnologias amplifica seu poder de forma infinita, à medida que os usuários apropriam-se dela e a redefinem. As novas tecnologias de informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa (CASTELLS, 1999: 51).

Em seu livro “Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar”, Steven Johnson (2001: 38) afirma que no desktop do computador está “a chave para a compreensão da interface contemporânea”. Isso porque ele considera que a máquina utiliza metáforas da experiência humana para produzir um ambiente de intimidade com os usuários. Essa interface digital acaba por se tornar propriamente um meio de comunicação e seu uso tem alterado os padrões de pensamento de uma geração inteira.

É claro que, para muitos, essa transição pode ser vista como algo alarmante, mas, independente de qualquer resistência, não há como fugir das influências da cultura digital. Como exemplo de mudança cognitiva, Johnson cita o processo de escrita modificado pela velocidade da composição:

O uso de um processador de textos muda nossa maneira de escrever – não só porque estamos nos valendo de novas ferramentas para dar cabo da tarefa, mas também porque o computador transforma fundamentalmente o modo como concebemos nossas frases, o processo de pensamento que se desenrola paralelamente ao processo de escrever (JOHNSON, 2001: 105).

Para o filósofo francês Félix Guattari (1993 apud PARENTE, 2004: 93), “a informática e a tecnociência não são nada mais do que formas hiperdesenvolvidas da própria subjetividade”, devido a sua dimensão auto-referencial que envolve singularização e massificação, desterritorialização e reterritorialização, sem fazer separação entre homem e máquina nas esferas do natural e do artificial, apenas levando em conta as possibilidades de agenciamento e interação, proporcionadas pela rede sociotécnica.

Mesmo que nem todas as pessoas do mundo tenham acesso às inovações da informática e da cultura digital é importante destacar que essas transformações independem da vontade social e seguem cada vez mais adiante sem se importar com a exclusão. De acordo com Guattari (1993 apud PARENTE, 2004), na rede sociotécnica, as coisas se articulam

sozinhas, sem sujeito, e a humanidade está sempre um passo atrás, correndo para acompanhar as novas transações resultantes das confluências de redes.

André Parente (2004: 103) ressalta ainda que:

[...] as tecnologias de informação e comunicação podem ser entendidas como tecnologias da inteligência menos por projetar ou exteriorizar a riqueza e a complexidade dos processos cognitivos do que por revelar o quanto a sua complexidade deriva não apenas da riqueza de nossos sentidos e faculdades, mas também os objetos, suportes, dispositivos e tecnologias que nos circundam e compõem uma rede sociotécnica de grande complexidade (PARENTE, 2004: 103).

Diante dessas constatações, é intrigante lembrar que um dia os estudos da Comunicação consideravam o receptor como um agente passivo, ao passo que hoje, nos ambientes digitais, a audiência se mostra como um conjunto de agentes interativos ávidos por fazer suas próprias escolhas e construir novas significações. Para o diretor do Programa McLuhan em Cultura e Tecnologia da Universidade de Toronto, Derrick de Kerckhove, os indivíduos que navegam pelas redes de computadores tendem a se tornar ao mesmo tempo consumidores e produtores e são chamados de “prosumidores” – termo cunhado por Alvin Toffler, que hoje vem tomando grandes proporções com o crescimento da participação de usuários na Web 2.0.

O que está a acontecer hoje, contudo, como resultado da informatização do corpo social, é que as pessoas querem ajudar a produzir os seus próprios bens. Não é só uma questão de “personalização” do produto, para fazê-lo servir mais de perto às necessidades individuais do consumidor. O que está em causa é, antes de mais nada, uma questão de poderes. [...] A geração do “prosumidor” nasceu nos anos 80, a era dos *yuppies* e das redes de computadores. Os computadores permitiram às pessoas falarem com os seus ecrãs, recuperar o controlo da sua vida mental, da televisão e tomar parte activa na organização do seu ambiente, local e global (KERCKHOVE, 1997: 137-138).

Enquanto McLuhan (1969) considerava os meios de comunicação como extensões do homem, Kerckhove (1997) desenvolve este conceito e afirma que as possibilidades de interagir em qualquer ponto da Terra, proporcionada pela rede de computadores, tornam-se nossas próprias extensões eletrônicas. “Os ecrãs de computador estabeleceram uma interface entre a eletricidade biológica e tecnológica, entre o utilizador e as redes” (KERCKHOVE, 1997: 177). Ainda segundo ele, isso é fruto da chamada cibercultura que se constitui como o resultado da multiplicação da massa pela velocidade que tende a engendrar uma mente coletiva que será posta em prática pela globalização e pela futura convergência de mídias no ciberespaço.

Para entender melhor os conceitos de cibercultura e ciberespaço, vale recorrer a Pierre Lévy:

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999: 17).

Em seu livro “Cibercultura” (1999), Lévy considera que a sociedade está vivendo a “abertura de um novo espaço de comunicação”, e afirma que cabe aos seres humanos habitar esse ciberespaço e explorar suas potencialidades positivas nos planos econômico, político e humano. Para Dominique Wolton (2004), no entanto, essa política comunicacional não passa de uma utopia, pois para ele “a sensação de usar a eficácia das técnicas para resolver a crise da representação social” se traduz em uma contradição cultural. “Como se a visibilidade das relações sociais – supondo que isso seja realmente possível – permitisse uma visão mais aguçada dos problemas e, principalmente, uma solução mais eficaz.” (WOLTON, 2004: 78). E a contradição se apresenta no fato de que, apesar de se constituir como um espaço de comunicação livre, em que todos podem publicar conteúdos de forma independente, há quem duvide que haja democracia no ciberespaço.

2.2. INFORMAÇÕES EM REDE E O MITO DA DEMOCRATIZAÇÃO

Segundo Wolton (2004), o fenômeno da interatividade e da instantaneidade da informação pode levar à ideia de que a comunicação é responsável pela transparência dos desafios, uma praça pública para o exercício da democracia. Ideia que se intensifica ao trocar a palavra comunicação por ciberespaço, considerado por Lévy (1999) como o novo meio de comunicação. No entanto, reafirmando a posição de Wolton, pesquisas de mapeamento da Web empreendidas pelo professor do departamento de física, Albert-László Barabási, e sua equipe da Universidade de Notre-Dame, revelam que o ciberespaço, na verdade, não é tão democrático assim, sendo constituído por pólos e conectores em proporções desiguais.

Segundo Barabási (2002), há indícios de que o mito da democratização da informação no ciberespaço tenha sido engendrado por um dos primeiros estudos sobre a arquitetura das redes, desenvolvido pelos matemáticos Paul Erdős e Alfred Rényi, que

apontaram para uma teoria de redes randômicas, cujo funcionamento se daria através da distribuição aleatória de links, dando chances iguais e democráticas para que cada nó fosse conectado por um link. Porém, mais tarde verificou-se uma falha nessa teoria, pois, se observarmos o que realmente acontece, veremos que, na realidade, alguns nós possuem muito mais links do que outros, ou seja, as conexões não são nada aleatórias.

O estudo de Barabási (2002) apontou que as redes são organismos complexos, cujas conectividades obedecem a uma lei de potência (ou seja, a distribuição dos graus de distância entre os nós pode ser escrita como uma potência dos valores dos graus). Tais redes, denominadas livres de escala, ao contrário das redes randômicas ou aleatórias, apresentam uma distribuição heterogênea dos graus dos nós: elas possuem alguns nós centrais com um número extraordinariamente grande de links, que são privilegiados e chamados de pólos (*hubs*), e muitos nós com pouca conectividade.

Estes conectores estão presentes em muitos e diversos sistemas complexos e são propriedade fundamental da maioria das redes. De acordo com Barabási (2002), os pólos não são apenas raros acidentes de um universo interconectado, mas seguem estritamente leis matemáticas que estão em todos os lugares e nos desafiam a pensar as redes de forma diferente, a fim de se obter um conhecimento mais amplo de todos os processos. Isso porque, segundo ele, as redes estão em toda parte e são governadas pelos mesmos princípios organizadores, ou seja, há uma espécie de padrão de funcionamento na arquitetura subjacente a diversos sistemas complexos – como o cérebro humano, a sociedade, a Internet.

É importante saber isso porque, se as funções e os processos dominantes na era da informação estão cada vez mais organizados em torno de redes, todos os eventos e fenômenos estão interconectados e nada acontece de forma isolada. Assim, apesar da liberdade de discurso no ciberespaço, a democratização não se estabelece, porque, para que algo possa ser lido, precisa ser visível, o que na Web é medido pelo número de conexões. Segundo a pesquisa, cerca de 90% de todos os documentos da Web têm, no máximo, dez links apontando para eles, enquanto alguns poucos são referenciados por cerca de um milhão de outras páginas.

Para explicar o comportamento das redes, Barabási (2002) recorreu à observação popular de que os ricos ficam cada vez mais ricos, levando em consideração que a maioria das redes possui uma característica essencial: o crescimento. Portanto, páginas com mais links serão preferidas por quem quer se conectar a outras, artigos muito citados no meio acadêmico possuem mais chances de serem citados novamente. Em resumo, a evolução das redes é

guiada pela lei da vinculação preferencial, indicando que nós com grande número tendem a atrair ainda mais links, que se vinculam preferencialmente a grandes centros conectores.

Toda essa explicação científica sobre a natureza das redes e seu papel na produção de novas formas de subjetividade será importante para um estudo posterior sobre a nova configuração do jornalismo, que vem sofrendo mudanças decorrentes não só das tecnologias digitais, mas também das novas formas de ver o mundo e das possibilidades de interação e conectividade dos conteúdos publicados na World Wide Web.

Afinal, se a revolução da informação incita os usuários a aprender fazendo, seria fácil concluir que a tendência é existirem milhares de produtores de conteúdo na Internet. Além disso, se desse conteúdo, boa parte dessa produção puder ser classificada como informação e notícia, fica a questão sobre qual será o papel dos jornalistas nessa rede e como diferenciar o conteúdo jornalístico dos demais. No entanto, a ideia de que a Web é dominada por alguns nós altamente conectados muda a perspectiva desse questionamento.

Com o desenvolvimento da Web 2.0, os grandes diferenciais da Internet passam a ser o aumento da interatividade e do compartilhamento de dados e a possibilidade de os próprios usuários modificarem a plataforma de navegação. Em relação aos caminhos do jornalismo na Web 2.0, o que mais tem sido levado em consideração é a atuação dos chamados “jornalistas cidadãos”, que podem vir a prover sites de notícias, desafiando os meios tradicionais.

No entanto, mesmo que existam milhares de pessoas produzindo e publicando na Web conteúdos semelhantes ao que pode ser identificado como por jornalismo, grande parte dessa produção não concorre diretamente com o que é produzido pelas empresas de webjornalismo, pois não possuem a mesma visibilidade, nem gozam da credibilidade conquistada pelos sites de notícia mais acessados. Mesmo assim, as grandes empresas não ignoram a existência desses “prosumidores” e, para atraí-los – seguindo a máxima popular “se não pode contra eles, junte-se a eles” –, têm criado espaços específicos para a publicação de informações, relatos, fotos e vídeos enviados por usuários, convidando-os à participação.

3. A WEB COMO UMA NOVA MÍDIA

Principalmente na última década do século XX e no início deste novo milênio, o que se vê é a ampliação do acesso ao ciberespaço e o surgimento de um crescente número de usuários capazes de interagir, trocar conhecimento e modificar a própria plataforma de navegação da Internet. Alguns autores, como Pierre Lévy (1999), vêem essas transformações como consequências de um processo iniciado pela comunicação em rede, enquanto outros estudiosos do assunto já caracterizam os novos usos como uma evolução chamada Web 2.0.

O primeiro a utilizar esse termo foi Tim O'Reilly, a fim de designar uma segunda geração de comunidades e serviços baseados na plataforma Web, proporcionados pelos próprios usuários e desenvolvedores de softwares. Portanto, a Web 2.0 não seria bem uma evolução técnica, apenas um novo entendimento da Internet como plataforma para desenvolvimento de aplicativos que possam aproveitar os efeitos da rede e se aperfeiçoar cada vez mais, explorando as potencialidades da inteligência coletiva (REILLY, 2005).

Em linhas gerais, entre as principais características da Web 2.0, destacam-se as novas possibilidades de escrever, compartilhar, comunicar e interagir, além do crescimento da transmissão de imagens, vídeos e músicas através da banda larga, e a formação potencial de uma inteligência coletiva com a soma de todo conhecimento disponível em rede.

Os programadores de softwares, então, passam a desenvolver programas com “código aberto”, que vão se aperfeiçoando na medida em que são utilizados pelos usuários. Nos sites de notícia em que o leitor avalia a matéria, ele também acaba colaborando para que os produtores possam elencar os fatos mais importantes do dia e oferecer uma lista das mais lidas e mais pontuadas. Ao usuário é dada maior possibilidade de participação, organizando e gerando conteúdos, ou enriquecendo-os com comentários, avaliação e personalização.

O que se vê, portanto, é o advento do leitor-usuário-pesquisador-escritor-programador (para unir assim todas as suas funções), também chamado de “prosumidor”, que conhece as várias mídias e não se conforma com o que lhe dá apenas um veículo, procurando informações adicionais (principalmente em sites de busca) e forçando as empresas de

comunicação a serem criativas para conquistar a audiência deste público, cada vez mais exigente.

Em artigo publicado pela Fundação Nieman de Jornalismo da Universidade de Harvard, Francis Pisani (2006) faz reflexões sobre as perspectivas do jornalismo com o desenvolvimento da Web 2.0. Ele afirma que a principal lição tirada do sucesso de sites como YouTube e Wikipédia é a confirmação da existência de muitas pessoas que sabem produzir e publicar conteúdos on-line e estão interessadas em se informar por novas fontes. Ele considera que, para alcançar essas pessoas, os jornais devem formatar seus conteúdos para todo tipo de plataforma, buscando a audiência onde quer que ela esteja.

Vivendo e tentando sobreviver neste novo contexto de produção e consumo da informação, que vem se intensificando de 2004 para cá, tradicionais empresas de comunicação tem se esforçado para acompanhar essas mudanças. Ao mesmo tempo, produtores alternativos e independentes começam a se destacar, “roubando” a audiência e acirrando a concorrência entre os meios. Internacionalmente, existem iniciativas de sucesso, a exemplo do OhMyNews, que são alimentados e organizados a partir de conteúdos produzidos pelos próprios usuários. Sem contar os blogs de renomados jornalistas que acabam pautando a grande imprensa, com informações confiáveis, publicadas em primeira mão.

No entanto, apesar do avanço de experiências inovadoras como essas, os mais tradicionais sites de notícia, geralmente ligados a grandes empresas de comunicação, preferem a parcimônia à ousadia e ainda caminham em direção ao desenvolvimento de uma linguagem própria para a prática profissional do webjornalismo. Como observa Mark Briggs (2007), editor executivo de notícias interativas no The News Tribune, o problema são as pessoas e não a tecnologia. A maior dificuldade é a mudança de hábitos para apreensão de novas formas de fazer contato, novas formas de apuração, de redação, de linguagem e de publicação de conteúdos.

Jornalistas são geralmente desconfiados em relação aos novos métodos de exercer o jornalismo. Ok, esta é realmente uma das profissões que tem demonstrado maior dificuldade para aceitar a mudança. Algumas décadas atrás, repórteres se sentiam inseguros em relação ao uso de citações num artigo ou quando recebiam a informação por telefone, uma máquina nova na época. Nos anos 90, os repórteres sentiam a mesma desconfiança em relação ao uso de e-mail. Hoje, apesar dos avanços nos sites de notícias, ainda permanece um sentimento de indiferença em relação às novas mídias por parte de muitos jornalistas “tradicionais” (BRIGGS, 2007: 43).

Compartilhando da mesma opinião, Cláudia Quadros acrescenta que “assim como os meios necessitam acompanhar as transformações tecnológicas para atender as expectativas

do consumidor, os jornalistas têm a obrigação de seguir o desenvolvimento dos meios” (2001: 3). Essa obrigação é ressaltada ainda por Fabiana Piccinin, ao vislumbrar na Internet um dos mais importantes mercados de trabalho para jornalistas:

Ainda que conserve a essência do jornalismo que é a busca de informação de interesse público, essa prática vai, inevitavelmente, ser transformada pela introdução de novas técnicas exigidas pela Web e que por sua vez, resultarão numa nova linguagem para a redação de notícias on-line, dado o fato que cada mídia (jornal, rádio, TV) desenvolve uma linguagem jornalística específica de acordo com a sua natureza (PICCININ, 2001: 1).

Para entender as características dessa nova linguagem que vem se desenvolvendo na Internet, consagrando a Web como um novo meio de comunicação, torna-se necessário o resgate de um breve histórico das relações entre jornalismo e Internet.

3.1. JORNALISMO E INTERNET

Baseada em diversos autores, como Elias Machado, André Lemos e Helder Bastos, a pesquisadora Luciana Mielniczuk (2003) chegou a uma sistematização considerada pertinente em relação à terminologia a ser utilizada para se referir ao jornalismo na Internet, para a Internet ou com o auxílio da Internet. Segundo ela, o termo jornalismo eletrônico deveria ser utilizado para definir a prática profissional que utiliza equipamentos e recursos eletrônicos em geral. Dentro dessa esfera se encontraria o jornalismo digital ou multimídia, ou seja, aquele que emprega tecnologia digital e implica no tratamento de dados em forma de bits.

Para Luciana, a esfera do jornalismo digital contém o ciberjornalismo, que é praticado no ciberespaço com o auxílio de possibilidades tecnológicas oferecidas pela cibernética, e que por sua vez contém o jornalismo on-line, o qual se desenvolve a partir da transmissão de dados em rede e em tempo real. No interior dessas esferas concêntricas estaria o webjornalismo, que trabalha com uma parte específica da Internet, a Web, disponibilizando interfaces gráficas de forma amigável (MIELNICZUK, 2003: 44).

No entanto, ela ressalta que uma categoria não deve excluir a outra, pois algumas vezes “os produtos elaborados perpassam e enquadram-se de forma concomitante em distintas

esferas” (MIELNICZUK, 2003: 44). Isso porque o jornalismo com base em tecnologias digitais vem se desenvolvendo em ritmos diferentes nas mais diversas empresas e localidades. Enquanto em alguns sites ainda há apenas transposições de conteúdos originalmente criados para o impresso, em outros é possível constatar interfaces inovadoras, utilizando recursos multicódigos oferecidos pela hipermídia.

O professor norte-americano John Pavlik, um dos pioneiros na pesquisa em jornalismo digital, considera a existência de três estágios de desenvolvimento e também ressalta que não se tratam de categorias excludentes, pois numa mesma fase é possível verificar publicações jornalísticas para a Web que se enquadram em diferentes gerações e, até mesmo, encontrar aspectos que remetem às diferentes fases em uma mesma publicação.

Segundo Pavlik (2001 apud FRANSCISCATO, 2005: 217), na primeira fase, o que se observa é a recodificação do material produzido pelo impresso para disponibilização no ambiente Web, predominando o aspecto de transposição. A periodicidade neste estágio também costuma ser a mesma do impresso, em geral diária, mantendo os mesmos critérios de pauta, apuração e redação utilizados na mídia tradicional. Já na segunda fase, verifica-se uma produção efetiva em rede, com utilização de hipertexto, publicação de notícias em tempo real, recursos de interatividade e multimídia, personalização de informações, com apresentação de alguns conteúdos originais e edição de outros para adequação ao meio.

Segundo o autor, o terceiro estágio ainda estaria começando a se desenvolver e é caracterizado pela realização de projetos editoriais especificamente para Internet, com o reconhecimento da Web como um novo meio de comunicação. Ele ressalta que o aspecto mais importante dessa fase é a experimentação de narrativas imersivas, permitindo ao leitor navegar através da informação em multimídia (PAVLIK, 2001 apud MIELNICZUK, 2003: 46).

Ainda que não exploradas em toda sua potencialidade, quer por razões técnicas, de conveniência, de adequação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor, algumas características do jornalismo on-line foram sistematizadas por pesquisadores da área, entre eles Marcos Palácios (2003), coordenador do Grupo de Estudos em Jornalismo On-Line da Universidade Federal da Bahia.

As três primeiras características estudadas por Palácios são a multimídia – expressa na convergência dos formatos de mídias tradicionais (imagem, texto e som), na narração do fato jornalístico e na disponibilização em múltiplas plataformas e suportes –, a

interatividade – inicialmente possibilitada pela troca de e-mails entre leitores e jornalistas e pelas novas formas de leitura através da navegação por links – e a hipertextualidade – que acontece quando o conteúdo aponta para textos complementares, sites ou materiais de arquivo que possam auxiliar na contextualização da informação e na produção de significados.

As outras características são a personalização, também chamada de customização de conteúdo ou individualização – que possibilita aos usuários configurar produtos jornalísticos de acordo com seus interesses e escolher o formato de apresentação visual –, a memória – viabilizada pela acumulação de informações hiperligadas – e a instantaneidade do acesso ou atualização contínua – proporcionada pela facilidade de produção e disponibilização da informação digital, que possibilita o acompanhamento contínuo dos assuntos jornalísticos de maior interesse.

No entanto, Elias Machado e Marcos Palácios observam que cada site pode desenvolver mais uma das características do que outras.

Alguns sítios jornalísticos apostam, por exemplo, na maximização da Atualidade Contínua de seu material informativo, como os jornais de portais; outros exploram mais a Multimídia e a possibilidade de aprofundamento de assuntos, com a disponibilização de extensos bancos de dados visuais e sonoros; outros ainda ensaiam modelos tipo P2P (peer to peer), experimentado com um jornalismo de tipo aberto, que aposta na interatividade e onde todos os leitores podem livremente disponibilizar suas contribuições (MACHADO; PALACIOS, 2003b: 18).

Ele considera que as características do jornalismo na Web, na verdade, podem ser vistas mais como continuidades e potencialidades do que como rupturas em relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores. Porém, reconhece que algumas rupturas efetivamente ocorrem e ressalta a dissolução dos limites de espaço para disponibilização do material noticioso como a principal delas. Pollyana Ferrari chama atenção para outra ruptura vista por ela como a grande diferença entre a mídia tradicional impressa e a digital:

[...] a tradicional tem como objetivo falar com uma grande quantidade de pessoas; oferecer conteúdo jornalístico capaz de agradar, por exemplo, mais de um milhão de assinantes da maior revista semanal brasileira. [...] A mídia digital [...] consegue atingir o indivíduo digital – um único ser com suas preferências editoriais e vontades consumistas (FERRARI, 2004: 53).

Pensar nesse público usuário, receptor e produtor de conteúdos no ciberespaço deve ser a grande preocupação quando a questão é o desenvolvimento de uma linguagem jornalística específica para a Web. Nesse sentido, Elias Machado argumenta que a tecnologia digital deve ser mais do que uma ferramenta para a otimização do trabalho profissional; sua

utilização deve prever o surgimento de um novo modelo econômico e uma nova divisão social do trabalho.

A consolidação no jornalismo digital pressupõe a compreensão de que a tecnologia representa a possibilidade de criação de um formato distinto de jornalismo em que todas as etapas do sistema de produção de conteúdo – desde a apuração até a circulação – são circunscritas aos limites do ciberespaço (MACHADO, 2003a: 35).

Dessa forma, acredita-se que, mesmo a passos lentos, tantos anos de prática de webjornalismo venham contribuindo para a constituição de uma linguagem própria que se desenvolve no ciberespaço. É claro que ainda há muito potencial a ser explorado. Entretanto, é possível observar sinais de mudanças não só nas propostas de estudiosos da área, mas também no desenvolvimento de práticas alternativas de webjornalismo, que logo que se popularizam acabam sendo absorvidas pelas grandes empresas de comunicação na Internet.

3.2. NOVA LINGUAGEM PARA UM NOVO MEIO

Mesmo que definidas algumas características do webjornalismo, é importante ressaltar que ainda não foi desenvolvida plenamente uma linguagem específica para o jornalismo na Web, vista como um novo meio de comunicação. No entanto, muito se tem discutido sobre o assunto e alguns pesquisadores destacam o papel preponderante do ensino superior no sentido de ter a responsabilidade de promover investigações e desenvolver modelos econômicos que permitam viabilizar a informação na Web (CANAVILHAS, 2005).

A questão também deve ser uma preocupação do mercado, a partir de uma postura mais aberta por parte de editores e repórteres em prol da eficiência do trabalho de produção de notícias, explorando as especificidades da Web. Nesse sentido, Mark Briggs (2007) afirma que tem se tornado cada vez mais comum, em empresas jornalísticas norte-americanas, o desenvolvimento de bancos de dados e a adoção de métodos de reportagem com a participação do público. Além dessas iniciativas, João Canavilhas (2005), professor da Universidade de Beira Interior, em Portugal, chama atenção para a necessidade de uma formação técnica que capacite o profissional para tarefas como tratamento de imagem, criação de animação vetorial, edição de vídeo, som e HTML.

O objectivo é fazer com que o jornalista possa produzir alguns dos conteúdos, mas, sobretudo, dotá-lo de uma linguagem técnica capaz de lhe permitir desenhar o produto final e coordenar a equipa de produção de conteúdos. Neste campo, parte da formação técnica pode ser semelhante àquela que é ministrada no jornalismo radiofónico ou no jornalismo televisivo, pois as ferramentas para edição de vídeo e som acabam por serem as mesmas. Para além destas duas áreas comuns, a formação deve ainda incluir um módulo de edição de HTML e outro de animação vectorial. Nesse sentido, propõe-se a inclusão de uma disciplina denominada Ferramentas de Autor Multimédia. Para além da produção dos conteúdos multimédia, é necessário saber onde, quando e como devem ser integrados estes elementos pelo que se justifica uma disciplina denominada Gramática Multimédia (CANAVILHAS, 2005: 4).

Ao adquirir esses conhecimentos técnicos, ele acredita que o profissional estará mais apto a surpreender seu público, com criatividade e design gráfico convidativo, sabendo dispor uma agradável composição visual utilizando tipos de letras, cores, corte e edição de fotos, áudio e vídeo. “Não precisa saber desenhar, mas deve saber usar infografia e ser capaz de criar um gráfico informativo a partir de dados numéricos, para ilustrar uma matéria”, ressalta o professor José Antonio Meira da Rocha (2000: 8).

Outra preocupação para a formação de uma linguagem própria do webjornalismo é em relação ao texto, que ainda é o elemento mais importante de qualquer publicação. É provável que quem tenha bom texto para o jornal impresso, para o rádio ou para a TV, tenha bom texto para a Web. A questão a se levar em conta ao escrever para os diversos meios vem a ser o público. É preciso entender como o internauta lê. Os primeiros estudos afirmavam que o texto na Internet deveria ser curto e direto, pois as pessoas não teriam paciência para ler na tela textos longos que exigissem grandes elucubrações. No entanto, parece que este paradigma vem sendo quebrado.

Investigações recentes do Poynter Institute revelaram que a postura do leitor de notícias on-line não é tão dispersa como se pensava. Segundo a pesquisa EyeTrack07² – realizada em março de 2007 –, o leitor on-line costuma ler 77% do conteúdo por ele escolhido, ao passo que em um periódico de formato standard este percentual é de 62%, e, em tablóides, 57%. A pesquisa revela ainda que 66% dos que lêem notícias na Internet a lêem por completo, o que abre uma nova perspectiva para o mercado da informação.

As dicas de Jakob Nielsen (1997) em relação ao uso de linguagem direta e informal, texto conciso, com subtítulos, hiperlinks e gráficos complementares, aliado a uma dose equilibrada de humor, porém, continuam válidas. Jonathan Dube (2003 apud BRIGGS,

² A pesquisa foi publicada no livro "Eyetracking the news: A study of print and online reading", mas parte dos resultados é explicitada no artigo "EyeTrack07: The myth of short attention spans", disponível em http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=120458

2007), do Poynter Institute, sugere ainda que o texto para a Web deva se colocar entre a transmissão para a televisão e o impresso – mais objetivo e vigoroso do que o texto impresso, porém, mais bem escrito e detalhado do que o texto para televisão. Ele também chama atenção para a necessidade de se escrever ativamente, não passivamente, a fim de tornar o texto mais atrativo e mais fácil de ser compreendido.

Busque escrever um texto com energia, use verbos e substantivos fortes. Escreva de um modo diferenciado para ajudar a identificar seu texto entre os múltiplos conteúdos da Internet. Use humor. Tente escrever num estilo leve, mas com firmeza. Estilo coloquial funciona muito bem na Web. O público on-line aceita mais os estilos não convencionais de escrever (DUBE, 2003 apud BRIGGS, 2007: 65).

3.2.1. Desenvolvimento do webjornalismo

McLuhan considerava que todo novo meio trata, num primeiro momento, de combinar características dos veículos de comunicação já existentes. Como é possível observar em vários exemplos, desde o surgimento da prensa de Gutenberg, passando pelo nascimento do rádio e da televisão, é comum que novas mídias se utilizem da linguagem de outros meios por um período até que se tornem claras suas próprias especificidades. E se a Web se apresenta como um novo meio de comunicação, a tendência é o desenvolvimento de uma nova linguagem. No dia-a-dia das redações on-line, porém, explorar as potencialidades deste novo meio nem sempre está entre as prioridades de trabalho. A jornalista Pollyana Ferrari, que foi diretora de conteúdo do portal IG e da unidade de Internet da Editora Globo, revela que a maioria do conteúdo jornalístico dos portais é fruto de uma espécie de “empacotamento” de notícias prontas:

No caso específico das redações on-line, a produção de reportagens deixou de ser um item do exercício do jornalismo. Adotou-se apenas a produção de notícias, ou, como se diz no jargão jornalístico, de “empacotamento” da notícia. Empacotar significa receber um material produzido, na maioria das vezes, por uma agência de notícias conveniada, e mudar o título, a abertura, transformar alguns parágrafos em outra matéria para ser usada como link correlato, adicionar foto ou vídeo, e por aí afora. [...] Ao trabalhar em cima do texto alheio, o jornalista da Internet não deixa de ser um copydesk (FERRARI, 2004: 44).

Ao analisar o noticiário digital Correio Web, o pesquisador Fábio Henrique Pereira (2005) também constatou que o modelo de alimentação do site dispensava a apuração convencional, restringindo-se à “produção de informações a partir do material de agências de notícias, da adaptação de releases e sugestões de pauta enviados pelas assessorias de imprensa e pela utilização de serviços de rádio-escuta e TV-escuta” (PEREIRA, 2005: 1). Dessa forma, ele observou que o papel do webjornalista acaba se assemelhando ao do *gatekeeper*, atuando como um porteiro que seleciona, dentre uma infinidade de informações disponíveis, quais serão publicadas ou não.

Após observação sistemática dos diários digitais, o professor norte-americano John Pavlik chegou à conclusão de que “a introdução das novas tecnologias não garante aumento de qualidade nos conteúdos das notícias e muito menos no desempenho dos jornalistas das redações digitais” (PAVLIK, 2001 apud QUADROS, 2006: 68).

Entretanto, Pollyana (2004) diz que publicar “conteúdo original é necessário quando se busca uma audiência significativa para o produto e não simplesmente marcação de território na Internet” (FERRARI, 2004: 52). Entre as novas possibilidades do jornalismo online, Franciscato (2005) ressalta, ainda, a ampliação do acesso e a diversidade de informação, o que, segundo ele, pode trazer efeitos positivos sobre o processo democrático, aumentando “as condições de pluralidade que são uma das bases dos princípios jornalísticos” (FRANCISCATO, 2005: 219).

Pavlik também observa algumas mudanças que podem decorrer do novo meio, como a possibilidade de o jornalista estabelecer uma conexão mais ampla entre eventos, circunstâncias e contextos. Com maior volume de informações, ele acredita que haveria a necessidade de aumentar a capacidade de interpretação do jornalista na construção textual e na edição e que este profissional teria o papel de reconectar comunidades e instituições, tanto em nível local quanto transnacional, exercendo uma forma de “jornalismo cívico” (PAVLIK, 2001 apud FRANCISCATO, 2005: 221).

Dez anos depois do boom do jornalismo na Internet, a pesquisadora Cláudia Quadros observa que a experiência adquirida por jornalistas das redações digitais, empresários de comunicação e pesquisadores resultou no desenvolvimento de sites que vem se aperfeiçoando e explorando cada vez mais os recursos da hipermídia. No entanto, muitas transformações ainda estão por vir, principalmente no que diz respeito à interação com o público. Afinal, o processo de comunicação, usado pela mídia de massa, de um para todos, vem se diversificando com a Internet, permitindo o discurso de um para um, de um para

muitos, de muitos para um e até de muitos para muitos (QUADROS, 2006).

3.2.2. Características mais exploradas

As primeiras experiências de jornalismo on-line não passavam de meras transposições do jornalismo escrito, com a mesma linguagem, muito texto, poucas fotos e fundo branco. No entanto, os estudos sobre essa prática já diziam que ainda havia muito potencial a ser explorado na Internet para que se constituísse, então, o webjornalismo. Pelas supostas dificuldades de leitura em uma tela de computador que emite luz, pensou-se que o meio seria mais apropriado a notícias curtas – e ainda hoje há teóricos e empresários de comunicação que defendem esse perfil de texto para o ciberespaço.

Já no início dos anos 2000, portais como IG e Último Segundo começaram a publicar em média uma notícia por minuto, criando em suas homepages uma lista de títulos de matérias e notas, acompanhados pelo horário de publicação. O leitor era induzido a ler primeiro a notícia mais recente, muitas vezes perdendo-se em uma espécie de labirinto informacional. Acontece que esse tipo de produção esfacelava a técnica construtiva da notícia.

Em menos de cinco anos de funcionamento da internet, aquela noção de ordem e de rotina produtiva ditada pelos meios industriais – em que o trabalho do repórter é apenas uma etapa na cadeia de produção que termina nas rotativas e na distribuição do produto ao leitor – foi subvertida pelo ritmo frenético do noticiário no ciberespaço, que passou a buscar a instantaneidade para a mensagem jornalística escrita (MARTINEZ, 2007).

Na ânsia de publicar o quanto antes, foi-se deixando de lado o primor da apuração, da redação e da revisão editorial. E o que se viu com relativa frequência foram casos de incorreções na informação, erros ortográficos e gramaticais, e até anúncio de morte de personalidades que ainda estavam vivas. Esse “atropelamento” da notícia em tempo real, para que prevalecesse a instantaneidade, acabou gerando perda de credibilidade. Foi então que os sites informativos ligados a grandes empresas de comunicação puderam utilizar-se da credibilidade conquistada por seus outros veículos para ganhar audiência no ciberespaço. Vale lembrar que os primeiros sites de jornais, lançados entre 1995 e 1996, também começaram a

investir na publicação de notícias em tempo real, e a característica que mais os diferenciavam dos portais, certamente, era a credibilidade de suas marcas.

Atualmente, a maioria dos portais já extinguiu o menu de “últimas notícias”, e, nos sites de alguns jornais, a seção vem perdendo o lugar de maior visibilidade na página. Nos sites O Globo e Estadão – ligados, respectivamente, aos jornais O Globo e O Estado de S. Paulo –, o tradicional menu, ainda com horário de publicação, vem disposto em box na lateral direita (na página virtual de O Globo, com o nome de Plantão) ou no centro da página, porém mais próximo da parte inferior do que superior, podendo ser vista somente se acionada a barra de rolagem (no caso do Estadão, com o nome de Últimas Notícias). Já na Folha Online, o menu praticamente não existe e há apenas um link, chamado de Em cima da hora, em que os títulos das matérias são exibidos um a um, por recurso de slide, em uma linha horizontal logo abaixo do cabeçalho.

Em relação à atualização, o recurso mais utilizado pelos portais de notícia tem sido o da árvore informativa que, segundo Adriana Martinez (2007), consiste em dar a notícia principal como um “tronco”, explicitando todas as informações mais relevantes sobre o fato, e, aos poucos, publicar as notícias laterais, como “galhos”, de acordo com o desenvolvimento da apuração. “Isso pode ser feito por hiperlinks, por textos consolidados e até recursos multimídia, como áudio ou vídeo” (MARTINEZ, 2007: 19). A autora ressalta ainda que a matéria “tronco” deve ser atualizada várias vezes ao longo do dia para dar ao leitor o entendimento do que realmente aconteceu. “No final do dia, a matéria textual da internet deveria estar tão ou mais completa que a do jornal do próximo dia, e escrita de uma maneira que esteja pronta para ser transferida para o banco de dados do site” (MARTINEZ, 2007: 20).

Nos casos em que é necessária a publicação de informações picadas durante o desenrolar de um evento, ela explica que a melhor solução é revelar à audiência o modo produtivo da matéria, a fim de aumentar a transparência e a credibilidade. “Um quadro ‘Informações minuto a minuto’ pode resolver bem o problema e diferenciar esse conteúdo do índice de notícias” (MARTINEZ, 2007: 26). A autora defende ainda que, para criar sua própria identidade, os sites informativos devem abandonar as telas-padrão e as formas fechadas para a publicação de notícias, a fim de permitir que o webjornalista possa planejar livremente os recursos que devem ser agregados para melhor contar aquela história, vendo se será possível utilizar áudio, vídeo, gráficos, links, hipertextos, etc.

Em relação ao uso de hipertexto, é importante ressaltar que sua função não é hierarquizar ou fragmentar a informação, apenas oferecer ao leitor o entendimento de alguns

termos e de outros fatos correlacionados à notícia, sem que ele necessite recorrer a um portal de buscas, por exemplo, para ter o pleno entendimento do fato.

Também vale lembrar que a possibilidade de conduzir a própria leitura, seguindo os links oferecidos pelo texto, revela a tendência de pró-atividade do usuário diante da notícia, estabelecendo sua própria pirâmide invertida e fugindo dos padrões de leitura linear impostos pelo impresso. Isso demonstra que, com as possibilidades oferecidas pela hipermídia, é possível ter um entendimento mais amplo de determinado tema, basta que a pessoa tenha o interesse de navegar pela trama de hipertextos. No entanto, Adriane Canan (2007) argumenta que grande parte dos leitores ainda precisa ser educada para essa nova mídia, a fim de que consigam entender a narrativa não-linear e, assim, abrir novas “janelas” de conhecimento.

Lúcia Leão considera que “a nova mídia determina uma audiência segmentada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida”. Ela defende ainda que “devido à multiplicidade de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva” (2001 apud FERRARI 2007: 85). Ou seja, embora abarque um número cada vez maior de usuários, a Internet, constituindo-se como um meio de comunicação, inaugura uma nova mídia que, diferente das tradicionais (impressa, televisiva e radiofônica), não se volta para o público de massa, mas sim para pequenos grupos de indivíduos com interesses e necessidades específicas.

Foi pensando nessa segmentação que os principais sites de notícias passaram a oferecer o recurso da personalização. Nas seções Meu Globo e Meu Estadão, dos sites O Globo e Estadão, por exemplo, o usuário é convidado a se cadastrar gratuitamente, escolher os temas e serviços de seu interesse e montar sua página arrastando o box de cada seção para o lado que quiser. Dessa forma, é possível entrar no site, conferir as principais notícias do dia e, em seguida, clicando em Meu Globo ou em Meu Estadão, ver os principais destaques dos assuntos de seu interesse.

Outro serviço personalizado oferecido pelos websites informativos são as notícias por celular, chamado por alguns teóricos de “imprensa móvel” e apontado como o quinto suporte de mídia (os outros quatro são rádio, TV, impresso e Internet). Desde meados do ano 2000, empresas como Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, iG e Abril começaram a oferecer este serviço por meio da tecnologia WAP, que, mesmo tendo se revelado frustrante devido ao baixo desempenho, abriu caminhos para a ideia de que o celular poderia se tornar um meio de difusão de informações jornalísticas e editoriais.

Mas é interessante notar que mesmo com a frustração inicial que o WAP gerou nos usuários, as empresas persistiram com suas ofertas de conteúdo para celular, por enxergarem o dispositivo como um meio para reforço institucional da marca dos grupos de mídia e, em um segundo momento, possibilidade de geração de novas receitas (FERREIRA, 2007: 59).

Mesmo com essas perspectivas apontadas, a maioria dos grupos de mídia ainda não investiu na criação de uma redação específica com profissionais produzindo notícias para celular. O que se tem visto, salvo raras exceções, é o envio de informações editadas para celular a partir do conteúdo gerado para outros veículos, como sites, impressos e TVs. Em geral, “o usuário recebe um alerta sobre uma notícia (como um SMS), com um link que, ao ser clicado, o leva diretamente para a notícia em WAP, com mais informações” (FERREIRA, 2007: 63).

No entanto, apesar dos avanços, as limitações técnicas – com conexões lentas e interfaces pouco amigáveis – ainda aparecem como empecilhos para o desenvolvimento da “imprensa móvel” como negócio. E, no Brasil, a questão econômica também se apresenta como outra barreira, já que mais de 80% dos usuários de celular possuem planos pré-pagos e os preços do serviço e do acesso WAP parecem inacessíveis para a maioria da população.

3.3. WEBJORNALISMO EM O GLOBO

Em pesquisa do Instituto Marplan, realizada no segundo trimestre de 2008, o site de notícias O Globo constava como líder de audiência no mercado carioca e estava em segundo lugar no eixo Rio-São Paulo, com uma parcela de 46% dos leitores de jornais online. O site é ligado a uma das maiores empresas de comunicação do país e acredita-se que a partir da análise de suas características seja possível apontar em que nível de desenvolvimento do webjornalismo encontram-se os sites de notícia no Brasil.

O presente estudo se ateve ao conteúdo publicado no período de 5 a 12 de outubro de 2008, e foram observadas diariamente as atualizações feitas nos horários de 9h, 16h e 23h. Antes de iniciar as análises propriamente ditas, será apresentado um breve histórico com a descrição dos principais elementos visuais e dos serviços do site. Só então serão feitas as análises de alguns indicadores como: uso de recursos multimídia; hipertextualidade;

construção textual; atualização da homepage; interatividade; e relações entre o site e o impresso.

3.3.1. Breve histórico e descrição do site

O site foi criado em julho de 1996, como uma versão digital do jornal O Globo e era chamado de Globo Online. A princípio, apenas reproduzia as edições diárias do impresso. Em 1998, começou a montar sua própria equipe de jornalistas e, em 1999, inaugurou o plantão permanente de notícias, funcionando 24 horas. Em 2006, a redação do Globo Online contava com 40 jornalistas, divididos entre Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. Naquele ano, o site completou sua primeira década de existência e implementou uma reforma gráfica e editorial, experimentando novas linguagens e unindo em um só ambiente áudios, fotos, vídeos e textos. Em setembro de 2008, a empresa lançou um novo slogan – Muito além do papel de um jornal – e uma campanha de autopromoção, a fim de fortalecer o nome de sua marca. Dessa forma, o jornal impresso e o site – que agora exibe a marca O Globo em vez de O Globo Online – passaram a trabalhar de forma mais integrada.

A nova campanha leva em conta os avanços tecnológicos e seus reflexos no comportamento do consumidor, que não utiliza mais um único meio de informação e hoje tem acesso a notícias em tempo real, pela internet e pelo celular. O Globo já está presente em todos estes meios. A diferença é que agora a produção de notícias para os diferentes veículos passa a ser conduzida de forma integrada pelas redações. Diariamente, editores do impresso e da internet fazem uma reunião na qual decidem como o conteúdo do jornal pode ser ampliado e complementado pelo site e o caminho inverso: como aproveitar a interatividade que a internet e o celular permitem para enriquecer o jornal do dia seguinte. (O GLOBO, 2008).

De acordo com a diretora de O Globo, Sandra Sanches, a mídia impressa está passando por um processo de adaptação, e a empresa quer aproveitar a marca forte do jornal como canceladora de informação de qualidade em todas as plataformas. O diretor de redação, Rodolfo Fernandes, ainda ressalta a ampliação das formas de participação do leitor – enviando, além de relatos, fotos, áudios e vídeos, também perguntas para entrevistas e críticas de cinema – como uma das principais características deste novo projeto. (O GLOBO, 2008).

Essa integração já pode ser visualmente percebida no cabeçalho do site, que se assemelha ao do impresso, com fundo azul e letras brancas, onde se vê a inscrição O Globo,

seguida dos ícones Edição digital, No celular e No e-mail. Clicando em Edição digital, abre-se uma página em que o usuário é convidado a assinar o serviço e ter acesso a íntegra do conteúdo do jornal O Globo pela Internet, mediante o pagamento de uma taxa mensal de R\$ 35,90. Já o ícone No e-mail direciona para a assinatura de uma newsletter, enviada gratuitamente por e-mail, com um resumo das principais notícias de acordo com suas áreas de interesse.



Figura 1

Através do ícone No celular é oferecido ao usuário o serviço de imprensa móvel da empresa que disponibiliza uma versão para acesso gratuito pelo celular ou pelo iPhone. No menu da página intitulada O Globo no seu celular também há outras três opções: em Participe, o usuário é incentivado a registrar fotos, vídeos, áudios e enviá-los pela Internet do celular para a seção Eu-Repórter do site; em Gols do seu time, é oferecido aos torcedores de Flamengo, Vasco, Fluminense e Botafogo um serviço de SMS que envia mensagens a cada vez que o time fizer gol em um jogo importante, enviando também, ao final da partida, um aviso do resultado; e em Notícias por SMS, o usuário pode optar por receber mensagens sobre as principais notícias do dia. As mensagens de notícias e os informes sobre gols custam R\$ 0,10 cada.

Ainda no cabeçalho, há um espaço que oferece um serviço de busca por toda a Web ou apenas entre as notícias do site; um ícone de previsão do tempo e um para assinatura de serviços e produtos da empresa. Logo abaixo, há um menu na horizontal com opções de links para as editorias: Capa, Plantão, Meu Globo, Blogs, Colunistas, Comunidades, Eu-Repórter, Opinião, Multimídia, Guias e Serviços, País, Rio, São Paulo, Economia, Mundo, Ciência, Esportes, Cultura, Educação, Viver Melhor, Tecnologia e Viagem. Ainda neste menu, porém no canto direito, com fundo azul mais claro diferenciando dos demais, há também links que direcionam para outros produtos como Extra Online, Diário de S. Paulo, Classificados ZAP e Agência O Globo.

Na primeira parte da homepage, antes de descer a barra de rolagem, é possível observar um esquema de distribuição de chamadas semelhante ao da primeira página do

impresso. Em geral, há uma manchete em letra maior, às vezes uma foto, não necessariamente relacionada à manchete, e outros destaques distribuídos ao lado e abaixo, ao longo da página. Na lateral direita, o que se vê são duas colunas fixas. A coluna mais ao centro traz um destaque para a seção Plantão, onde aparecem três notícias de última hora, atualizadas praticamente de minuto a minuto. Logo abaixo, ainda na mesma coluna, há um box com a inscrição Hoje em fotos, onde é possível conferir uma espécie de plantão fotográfico, com todas as fotos do dia sinalizadas com a hora de publicação.

O GLOBO Edição digital No celular No e-mail

BUSCAR Rio de Janeiro 20° 35° ASSINE

Notícias Web powered by YAHOO! SEARCH

CAPA PLANTÃO MEU GLOBO BLOGS COLUNISTAS COMUNIDADES EU-REPÓRTER OPINIÃO MULTIMÍDIA GUIAS E SERVIÇOS EXTRA ONLINE DIÁRIO DE S. PAULO

PAÍS RIO SÃO PAULO ECONOMIA MUNDO CIÊNCIA ESPORTES CULTURA EDUCAÇÃO VIVER MELHOR TECNOLOGIA VIAGEM CLASSIFICADOS ZAP AGÊNCIA O GLOBO

5 de outubro de 2008 | Atualizada às 15h58m

Eleição tranquila em todo o país
Das mais de 450 mil urnas, cerca de 1.200 apresentaram problemas, informou TSE Comente(5)
Acompanhe a votação de norte a sul do país no Blog do Noblat

Candidatos a prefeito do Rio votam logo cedo
Gabeira, Solange, Jandira e Molon chegaram primeiro nas suas seções Comente(10)

Em São Paulo, oito milhões vão às urnas
Marta, Kassab e Alckmin também votaram durante a manhã Comente(2)

Lula vota ao lado do candidato do PT em São Bernardo

FH nega racha no PSDB

Em BH, Aécio Neves se diz confiante na vitória de Márcio Lacerda
"Se não for no 1º, será no 2º turno", diz Comente(0)

Em Recife, registro cassado não tira calma de artistas

Marta confiante na vitória em SP
A candidata do PT lidera as pesquisas de opinião e aguarda para saber quem será o adversário. Foto: Diário de SP

Cesar Maia anuncia planos para seu futuro político
Prefeito não descarta o Senado, mas agora fala também em disputar o governo estadual Comente(99)

Adversárias em Porto Alegre votam com ministros
Manuela e Maria do Rosário disputam vaga no 2º turno Comente(0)

Polícia apreende R\$ 80 mil e listas de eleitores em Belford Roxo
Material seria de candidatos
Prisões em Duque de Caxias

Publicidade

Publicidade

PLANTÃO

15h56m | Economia
Para FHC, "as ondas" da crise "vão chegar" ao Brasil

15h56m | Eleições
Registradas 236 ocorrências com urnas eletrônicas em Pernambuco

15h54m | Eleições
Dois deputados presos em Pernambuco

+ NOTÍCIAS

HOJE EM FOTOS

central do ASSINANTE O GLOBO
O canal de comunicação

MULTIMÍDIA

VIDEO
Brasileiro declara que votará em Obama

FOTOGALERIA
Eleitores vão às urnas no país

AUDIO
Grana fala sobre a vitória da Itália

SITES DE COLUNISTAS

ANCELMO.COM
O Rio de... José Roberto Torero

BLOG DO NOBLAT
Em Salvador, o efeito Geddel

MIRIAM LEITÃO
No neveiro

PATRÍCIA KOGUT
"Vote": Leitor quer que Léo, de "A favorita", vire "dono-de-casa"

RÁDIO DO MORENO
20 anos da Constituição

Figura 2

Descendo a barra, há também nesta coluna uma chamada para o Canal do Assinante O Globo, uma para a Edição digital do jornal, com destaques para a manchete do dia no impresso e para a seção Autocrítica (uma espécie de ombudsman de O Globo que é publicado parcialmente no impresso e na íntegra no site), um box com os indicadores financeiros do dia, além de chamadas de menor destaque para Projetos Institucionais, Projetos de Marketing e O Globo 24h, oferecendo links diretos para os serviços de Newsletter (notícias por e-mail), Mobile (notícias no celular), RSS (notícias em tempo real atualizadas em seu browser), Podcast (boletins de notícias para ouvir no MP3 Player ou no PC) e Widgets

(aplicativos que podem ser instalados no desktop do computador ou no perfil no Orkut, permitindo acesso direto às notícias atualizadas do site O Globo).

Já na coluna da lateral direita, veem-se, no topo, chamadas para a seção multimídia, com ícones para Vídeo, Fotogaleria e Áudio. E, logo abaixo, chamadas para as colunas Ancelmo.com, Blog do Noblat, Míriam Leitão, Patrícia Kogut e Rádio do Moreno. Um pouco mais abaixo também há destaques para alguns blogs hospedados no site O Globo. Vale lembrar que, desde a reforma gráfica e editorial de 2006, o site passou a dar maior ênfase aos 30 blogs de colunistas e colaboradores que integram seu conteúdo, criando esta editoria, com chamadas destacadas e atualizadas em tempo real.

Além do noticiário tradicional, o site também investe em coberturas setoriais exclusivas e reportagens especiais em multimídia. Portanto, logo abaixo das chamadas para blogs, há destaques para alguns especiais, como "Copa de 1958", sobre os 50 anos da primeira conquista da Seleção Brasileira; e "Eleições nos EUA", sobre a cobertura da disputa pela presidência norte-americana. Durante o período de análise, que se iniciou no dia do primeiro turno das eleições municipais no Brasil, também se notou a presença diária de um box, no alto da homepage, sobre a cobertura das eleições pelo país, com notícias atualizadas. Ao longo da semana, observou-se que o box, por vezes, trazia apenas títulos e subtítulos de matérias sobre o tema, e, outras vezes, continha também fotos ilustrando as reportagens.

Ainda na coluna da lateral direita, abaixo dos especiais, há links para Guias e serviços. Na sequência, são apresentadas as relações das notícias mais recomendadas, mais lidas, mais comentadas e mais enviadas. E, mais abaixo,

O canal de comunicação e serviços exclusivo do assinante. **Acesse**

EDIÇÃO DIGITAL

O GLOBO

Quem vai dar jeito nisso?

LEIA **ASSINE**

MANCHETE
Temor de novo veto a pacote nos EUA derruba as bolsas

AUTOCRÍTICA
Leia os comentários da edição do dia 3 de outubro

LEIA AS COLUNAS
DEFESA DO CONSUMIDOR
CLASSIFICADOS

INDICADORES

Bradesco completo

DÓLAR 05.10.2008

Compra	2,043	Venda	2,045
Bovespa	-3.53		
Aberta	44,517,00		
Nasdaq	-1.48		
Aberta	1,947,39		

PROJ. INSTITUCIONAIS

CIRCUITO RIO SHOW DE GASTRONOMIA 2008

INTERCOLEGIAL 2008

PROJETO AQUARIUS

RAZÃO SOCIAL Empresas responsáveis

PROJ. DE MARKETING

DESAFIO FUTSAL 2008

FITA

RIO INFO 2008

FESTIVAL DE INVERNO - SESC 2008

RIO OIL & GAS

O GLOBO 24H

NEWSLETTER
As principais notícias do dia no seu e-mail

MOBILE
As notícias do Globo no seu celular

RSS
Receba as notícias em tempo real

PODCAST
Boletins de notícias para ouvir no MP3 Player ou PC

WIDGETS
O Globo com você no seu Orkut

Figura 3

ESPECIAIS

COPA DE 1958
50 anos da primeira conquista do Brasil

ELEIÇÕES NOS EUA
A disputa pela presidência americana

SALVE VOCÊ O PLANETA

CAMPEONATO BRASILEIRO

OLIMPÍADAS

CONFIRA TODOS OS ESPECIAIS

GUIAS E SERVIÇOS

GUIA DE LAZER
Shows, filmes, restaurantes e hotéis

GUIA DE SERVIÇOS

TEMPO

Classificados

Procurando Imóveis?

Eu quero:

Seleção

Tipo:
Seleção

Estado:
Seleção

Cidade/Localidade:
Seleção

anuncie **buscar**

autos empregos mix

AS + RECOMENDADAS

Bruno: "Estava na hora de tirar a lava de molho"
MÉDIA: 5,0

Presidente do Equador ameaça nacionalizar petróleo...
MÉDIA: 5,0

Rio tem poucas urnas substituídas e apreensão de...
MÉDIA: 4,9

Pinguins encontrados no Nordeste são devolvidos ao...
MÉDIA: 4,6

Flamengo vence o Náutico por 2 a 0 e se mantém na...
MÉDIA: 4,5

AS + LIDAS

- Vasco dá vezame, perde de 4 a...
- TSE libera formulário para ele...
- Flamengo vence o Náutico por 2...
- Como votar
- A hora do voto: eleitores esco...

AS + COMENTADAS

- Vasco dá vezame, perde de 4 a...
- Botafogo sai na frente mas per...
- Lula: crise é tsunami nos EUA...
- Flamengo vence o Náutico por 2...
- Cesar Maia aponta para o Senad...

AS + ENVIADAS

- Droga contra glaucoma aumenta...
- Nokia anuncia serviço gratuito...
- Na cozinha com dona Canô: Rece...
- Frigideira de repolho, receita...
- Receita: Bacalhau à Dona Antôn...

HORÓSCOPO

LIBRA
De 23/09 a 22/10
Regente: Vênus

PROMOÇÕES

RECEITAS CIRCUITO RIO SHOW DE GASTRONOMIA

VEJA OS RESULTADOS

OPORTUNIDADES

TRABALHE CONOSCO
Venha fazer parte de nossa equipe

PROGRAMA DE ESTÁGIO
Participe do programa

Figura 4

a coluna ainda traz links para Horóscopo, Promoções e Oportunidades (Trabalhe conosco e Programa de estágio).

3.3.2. Análise dos indicadores

Tendo em vista que o site O Globo foi capturado nos horários de 9h, 16h e 23h, no período de 5 e 12 de outubro, optou-se por fazer a análise comparativa das páginas nos diferentes horários e dias a fim de mostrar como é feita a atualização das matérias na homepage. Ainda nas homes, serão analisadas as possibilidades de interação com o usuário e os recursos multimídia utilizados. Entretanto, para estudar a hipertextualidade e a construção textual das matérias do site, a pesquisa vai se deter à análise das manchetes publicadas no último horário capturado, ou seja, às 23h³. Ainda na análise das matérias que foram manchetes do site, também serão observados os indicadores de multimídia e as referências que apontarem integração entre as redações do jornal impresso e do site O Globo.

3.3.2.1. Uso de recursos multimídia

Na homepage do site O Globo, além da coluna da lateral direita onde se encontram as chamadas para as seções Vídeo, Áudio e Galeria da editoria Multimídia, verificaram-se outras referências a conteúdos diversos, explorando potencialidades da hipermídia. Abaixo dos títulos das matérias de destaque, observou-se a utilização de ícones indicando o tipo de conteúdo a que se refere o link, por exemplo, >> para texto complementar ao título de destaque; B! para conteúdo de blog;))) para áudios; o desenho de uma mini-câmera fotográfica para fotogaleria; uma estrelinha para conteúdos de atualização em tempo

³ Nos dias 7 e 12, excepcionalmente, analisaremos a manchete das 16h, pois, por problemas técnicos, não conseguimos capturar a atualização das 23h para análise posterior. Acreditamos que essa falha, no entanto, não compromete o resultado final de nossa pesquisa.

real (como twitter e o infográfico com apuração dos votos no dia da eleição); a letra i para infográficos; e uma setinha comumente utilizada para simbolizar a tecla "play" em aparelhos eletrônicos para o link de vídeos.

Nas matérias do site, ao analisar uma manchete em cada dia do período escolhido, também foram encontradas referências a conteúdos multimídia conectados como hipertextos. Na matéria "Gabeira disputará 2º turno com Paes no Rio", publicada no dia 5 de outubro, por exemplo, há links para um infográfico mostrando o resultado das eleições em todas as capitais do país, para uma gravação de áudio em que Paes e Gabeira falam sobre as alianças para o segundo turno e também para a cobertura fotográfica da votação dos candidatos à prefeitura do Rio de Janeiro.

Através do link para o infográfico multimídia, chega-se a um mapa do Brasil em que, ao clicar em cada estado, aparece, no box ao lado do mapa, a foto, o nome, o partido e o percentual de votos do candidato eleito. Por meio da diferenciação de cores do mapa, também é possível saber, de acordo com a legenda, quais estados tiveram segundo turno ou não. O gráfico ainda oferece o resultado de algumas cidades do Rio de Janeiro e de outros estados, sendo que para o estado do Rio também há um mapa interativo.



Figura 5



Figura 6

No dia 7 de outubro, a matéria "BC vende dólares, mas moeda continua subindo. Bovespa cai menos" também apresenta links e conteúdos multimídia. Logo depois do primeiro parágrafo de texto, a matéria traz um infográfico em flash mostrando os índices de alta e baixa das principais bolsas do mundo. O mesmo infográfico também se encontra na homepage do site e é atualizado em tempo real. Ainda no primeiro parágrafo da reportagem, há um link em

hipertexto que direciona para a seção Indicadores, da editoria Economia, onde é possível acompanhar a movimentação diária das bolsas internacionais, o histórico mensal da Bovespa, a cotação do dólar, do euro e de outras moedas, com serviço de conversão, além de trazer outras informações sobre o mercado financeiro.

Já a manchete analisada no dia 11, "Flamengo dá vexame no Maracanã", oferece três links para conteúdos de multimídia e ainda se destaca por fugir do padrão visual das outras matérias do site. Inserida em uma seção especial sobre o Campeonato Brasileiro 2008, a matéria vem com fundo azul, título em amarelo, entretítulo e olho em verde e letras do texto em branco. No link para fotogaleria, há uma seleção com 22 fotos mostrando cenas dos jogos da 29ª rodada do Brasileirão. O link "Confira a classificação" direciona o usuário para uma tabela bidimensional em cores, sem recursos multimídia, mostrando a pontuação dos times. E o link "Veja o jogo lance a lance" aponta para um serviço do site, chamado Tempo Real, que descreve cada lance do jogo, indicando o minuto exato da partida em que aconteceu.

3.3.2.2. Hipertextualidade

Contando que o estudo do indicador hipertextualidade abordou oito matérias, contabilizou-se uma média de 6,75 hiperlinks por texto. A maioria deles apontava para outras matérias, contendo outros links de hipertexto, mas algumas também direcionavam a conteúdos de multimídia, como infográficos, gravações de áudio e galeria de fotos.

Como acontece nos jornais impressos, o título da manchete da homepage, durante os oito dias, geralmente, é diferente do título da matéria a qual remete o link, apesar de se referirem ao mesmo assunto. Outra observação interessante é que, na página principal do site, abaixo da manchete, sempre há um subtítulo e outras três ou quatro chamadas para matérias sobre o mesmo assunto – recurso também utilizado na primeira página dos jornais.

No entanto, na maioria das vezes, depois de ler a reportagem principal e as matérias conectadas a ela por meio de hipertextos, percebe-se ter percorrido todos os textos referentes ao tema da manchete nas chamadas da homepage. Apropriando-se do conceito utilizado por Adriana Martinez (2007), que utiliza a metáfora de uma árvore informativa para

definir a ligação entre os textos no webjornalismo, é possível notar que a notícia principal se apresenta como um “tronco” cheio de “galhos”, que são as notícias laterais ou secundárias, ligadas à principal.

Dessa forma, percebe-se que o objetivo do site é levar o usuário e conhecer todos os “galhos”, que mostram o trabalho de apuração e redação do site, além de notícias extras adquiridas através das agências, a fim de proporcionar a possibilidade de o leitor obter informações aprofundadas, fugindo do estigma de superficialidade, característica geralmente atribuída à mídia digital e às mídias eletrônicas em geral.

Um exemplo da boa contextualização e aprofundamento do assunto por meio de hipertextos é a manchete do dia 6 de outubro: "Dólar vai a R\$ 2,20 e governo decide 'emprestar' reservas a bancos". Na homepage, há três chamadas abaixo da manchete, sendo uma para blog – "Míriam Leitão explica as medidas anunciadas" –, uma para texto – "Governo vai editar hoje MP para financiar exportações" – e uma terceira para o infográfico "A evolução da crise" – que mostra o histórico da crise financeira, explicando o porquê das quedas e altas das bolsas mundiais nos últimos meses.

Internamente, a matéria relacionada a essa manchete, com o título "Mantega e Meirelles tentam tranquilizar mercado e anunciam novas medidas para garantir crédito aos exportadores", trazia seis referências hipertextuais. A primeira indicava para um texto explicando porque a Bovespa havia fechado o dia com queda de 5,43%. E a segunda apontava para a notícia de que o Palácio do Planalto havia editado uma medida provisória para que o Banco Central pudesse financiar exportações com dinheiro das reservas (mesmo assunto de uma das chamadas da home).

Já o terceiro link de hipertexto era para explicar que o Banco Central havia realizado um leilão de swap cambial no valor de US\$ 2,1 bilhões. O quarto link direcionava o usuário para o blog da Míriam Leitão (também com chamada na homepage). O quinto, para uma matéria mostrando que o presidente Lula pedia a sua equipe que tratasse a crise com frieza. Já o sexto e último hipertexto da reportagem apontava para a matéria "galho" com detalhes do pronunciamento feito pelo ministro Guido Mantega, dizendo que esta crise seria a pior desde 1929.

3.3.2.3. Construção textual

Quebrando o mito de que o texto para Internet deve ser curto, o noticiário do site O Globo traz matérias não tão curtas assim. Se colados em uma página de tamanho A4 em fonte Times 12, os textos de maior destaque na homepage, pelo menos no período analisado, costumam ocupar de uma a três páginas. Para se ter uma ideia, no jornalismo, uma lauda corresponde, geralmente, a 1.400 caracteres, sem espaços, e a média de tamanho entre as oito matérias analisadas foi de 3.817, ou seja, pouco mais de duas laudas e meia. Vale ressaltar que a menor matéria tinha 2.152 caracteres, enquanto a mais extensa possuía 6.506.

Já os parágrafos permanecem na medida entre o tamanho curto e médio, tendo, em geral, entre duas a dez linhas cada. A divisão em subtítulos – que, de certa forma, fragmenta o texto, mas é também utilizada para prender o leitor com uma informação que resume o que vem pela frente – foi observada na maioria das matérias. As reportagens maiores apresentaram até cinco ou seis subtítulos, como em "Gabeira disputará 2º turno com Paes no Rio", do dia 5, e "Bolsas desabam, mas novos leilões do BC fazem o dólar cair 4,5%", do dia 9.

Em relação à qualidade das matérias, em geral, verificou-se certo descuido com o texto e o uso de poucas fontes diretas de informação. A maioria das reportagens sobre a crise, apenas descrevia a movimentação financeira e reportava anúncios e pronunciamentos de autoridades nacionais e internacionais. Somente na manchete publicada no site no dia 9 de outubro a matéria contou com entrevistas com especialistas com competência para analisar os fatos.

Quanto ao texto, propriamente dito, a partir da análise levantou-se a hipótese de que falta uma revisão editorial antes da publicação das matérias, pois a maioria dos erros deriva da falta de atenção e cuidado com o texto. Em geral, há erros de pontuação, ortografia, crase, regência e concordância, além de repetição de palavras e supressão de conjunções, comprometendo a coerência de algumas frases.

Entre os erros mais gritantes, vale destacar a dificuldade em acertar a grafia da palavra “compulsório”, na reportagem “BC faz novas mudanças no compulsório para injetar R\$ 23,2 bi na economia”, publicada no dia 8 de outubro e assinada por Henrique Gomes Batista, da redação de O Globo, de Brasília. No título, o termo veio escrito corretamente, mas

ao longo do texto há quatro erros de grafia na mesma palavra. Uma simples verificação no corretor ortográfico, presente na maioria dos programas de edição de texto, resolveria o problema. O que parece, portanto, é que a matéria foi publicada sem que o editor ao menos a lesse, pois esse tipo de erro pode ser facilmente detectado.

3.3.2.4. Atualização

O que mais chamou a atenção na atualização da homepage durante o domingo, dia 5, foram as matérias sobre a apuração das eleições municipais pelo país que, pela manhã, anunciavam os possíveis resultados, apontados pelas pesquisas do Ibope e da Datafolha; à tarde, falavam do movimento nas urnas de votação; e, no último horário analisado, já traziam os resultados. Outra atualização interessante, neste dia, pôde ser observada na chamada para a reportagem sobre os 20 anos da Constituição, que apareceu com títulos diferentes para a mesma matéria em dois horários, o que pode ser apontado como uma tentativa de dar uma “cara” nova ao mesmo conteúdo.

Na segunda-feira, dia 6, a manchete do site, logo no início na manhã, trazia uma análise do resultado no Rio de Janeiro: "Para analistas, migração do voto útil levou Gabeira para o segundo turno", como uma continuação das matérias sobre o tema, publicadas no dia anterior. Ainda nesta manhã, a homepage repetiu cinco chamadas de destaque, que também estavam na home na noite de domingo. O título “Em SP: Kassab fica na frente de Marta” apenas mudou de posição na página, enquanto os outros quatro permaneceram no mesmo lugar.

Já nos outros dois horários analisados, ainda no dia 6, o destaque principal do noticiário foi a disparada do dólar. Às 16h, a manchete era “Bovespa reabre em forte queda após segunda parada do dia. Dólar dispara”, e às 23h, “Dólar vai a R\$ 2,20 e governo decide ‘emprestar’ reservas a bancos”. Nos dois horários, também foram publicadas outras matérias sobre a crise econômica com destaque nas duas primeiras partes da página principal do site.

O tema das eleições ainda continuou a ser destacado na tarde de segunda-feira, com novas chamadas para novas matérias sobre a repercussão dos resultados nas principais

idades. E, às 23h, o box em verde e amarelo com o selo “Eleições 2008”, que estampava a homepage no primeiro horário de domingo, voltou a ter destaque na página, trazendo matérias sobre estratégias dos candidatos para o segundo turno das eleições. Vale ressaltar que este box permaneceu na homepage durante todos os outros dias escolhidos para este estudo, aparecendo nos três horários analisados.

É interessante notar que, enquanto o menu com as informações de última hora, publicadas em tempo real (no caso de O Globo, a seção Plantão), vem perdendo o lugar de destaque na maioria dos sites de notícia, os títulos de matérias em destaque na home acabam assumindo a função de demonstrar atualização, alterando-se de acordo com o andamento do tema. Esse recurso pode ser observado na evolução da notícia “Rapaz invade Palácio da Alvorada e leva tiro”. A mesma chamada estampou a segunda parte da homepage na noite de domingo e na manhã de segunda. Porém, nos outros dois horários de segunda-feira, o desenvolvimento da apuração do fato foi mostrado com as seguintes atualizações: “Jovem que levou tiro ao invadir Palácio da Alvorada fez 2 cirurgias”, às 16h; e “Jovem baleado não se lembra de invadir Palácio da Alvorada”, às 23h.

As manchetes de terça-feira, dia 7, continuam sendo matérias sobre a crise financeira: “Principais bolsas da Ásia têm dia de volatilidade”, às 9h, e “BC vende dólares, mas moeda continua subindo. Bovespa cai menos”, às 16h. Vale destacar ainda que, na atualização das 16h, havia um infográfico na home, informando a movimentação das bolsas durante o dia, com atualização em tempo real.

Outra consideração interessante em relação à atualização de notícias na homepage diz respeito à declaração feita pelo presidente do Flamengo, Márcio Braga, de que o time estava pronto para comemorar o hexa no Campeonato Brasileiro 2008. No último horário de segunda-feira, um dos destaques da segunda parte da home dizia: “Márcio Braga garante: Fla vai ser campeão”. Nos dois horários observados na terça, houve repercussões do tema nos títulos: “Caio Júnior freia o ímpeto de Márcio Braga”, às 9h; e “‘Festa do título’ é rechaçada no Flamengo”, às 16h.

Durante a quarta-feira, dia 8, a manchete nos três horários analisados também fazia referência à crise financeira e à ação dos bancos para conter a disparada do dólar. O título “Bancos Centrais do mundo cortam juros em ação inédita” era manchete às 9h e permaneceu na página durante todo o dia, como destaque no horário das 16h e como subchamada da manchete no horário das 23h.

Outra matéria, cuja chamada se atualizou na home, de acordo com o desenvolvimento do fato, foi sobre o julgamento do policial que assassinou um rapaz na porta de uma boate no Rio. Às 9h e às 16h, a mesma chamada teve destaque na segunda parte da página: "PM acusado de matar estudante é absolvido". E às 23h, uma outra matéria sobre o mesmo assunto, também em destaque na segunda parte da home, dizia: "Família de Daniel Duque vai recorrer de sentença". Na manhã do dia seguinte (dia 9, quinta-feira), ainda houve nova chamada repercutindo o caso, na mesma altura da página, com o título "Mãe de Daniel Duque pedirá indenização".

Nos três horários analisados na quinta-feira, dia 9, a manchete do site esteve dentro do box Eleições 2008: "Datafolha aponta empate técnico na disputa no Rio", às 9h; "Confira os principais destaques do 1º debate entre Paes e Gabeira", às 16h; e ainda "O 1º debate entre Paes e Gabeira", às 23h. Esta última, com uma pequena mudança no título em relação à manchete anterior, direciona à mesma matéria e teve na homepage, neste horário, o mesmo destaque que a chamada "Bolsas desabam, mas novos leilões do BC fazem dólar cair 4,5%". Portanto, o que se pôde observar foi a presença de duas manchetes (sobre as eleições e sobre a crise) publicadas no mesmo horário.

Ao longo deste dia 9 de outubro, os outros destaques da primeira parte da homepage apontavam para matérias referentes à crise, falando sobre a situação das bolsas da Ásia, o empenho do governo americano para apoiar os bancos, as consequências do dólar alto afetando o consumo e algumas medidas tomadas pelo governo brasileiro para controlar a economia.

Na manhã do dia 10, logo abaixo da manchete, uma chamada de destaque na primeira parte da homepage repercutia as medidas tomadas pelo governo brasileiro no dia anterior: "Banco Central diz que medidas são suficientes". As manchetes dos três horários observados nesta sexta-feira também se referiam à crise, ora abordando a queda nas bolsas mundiais, ora apontando planos de ações dos governos.

Na manhã de sexta, o primeiro destaque do box Eleições 2008 apontava para uma matéria sobre o debate entre os candidatos ao segundo turno das eleições municipais do Rio de Janeiro. O segundo destaque dizia: "Veja a íntegra do debate realizado no GLOBO". Ao longo do dia, a chamada para assistir ao debate permaneceu no box, mas foi apresentada de maneiras diferentes: "Clique aqui para assistir ao debate entre Gabeira e Paes no GLOBO", às 16h, e "Veja como foi o debate entre Gabeira e Paes", às 23h.

Das 16h para as 23h, ainda observou-se outra atualização interessante. À tarde, um dos destaques da primeira parte da home dizia: "Lula insiste: Natal vai ser extraordinário". E à noite, a mudança de discurso do presidente rende chamada para uma nova matéria sobre o assunto: "Lula muda o tom e pede ao brasileiro que compre só o necessário". A chamada para a prisão do publicitário – "Marcos Valério é preso pela Polícia Federal" – repete-se nestes dois horários, porém, com alguns recursos de atualização, como a mudança de lugar na página e a troca da foto que ilustrava a chamada.

No sábado, dia 11, a manchete do primeiro horário era a mesma observada na noite do dia anterior. Aliás, entre estes dois horários, a página toda sofreu poucas alterações, já que a disposição dos elementos também permaneceu a mesma. Mudaram apenas os títulos de algumas chamadas de destaque. Também no domingo, dia 12, não houve grandes atualizações entre os destaques da homepage. A manchete do primeiro horário era sobre o resultado da Fórmula 1: "Fernando Alonso vence no Japão", com a chamada se repetindo na atualização das 16h, em menor destaque, com uma pequena mudança no título. Enquanto de manhã, as matérias sobre a crise apareceram abaixo da manchete, à tarde o tema passou a ter maior destaque com a chamada: "G-15 confirma maior participação do Estado no sistema financeiro".

3.3.2.5. Interatividade

Instigar a participação do público na geração de conteúdo é uma proposta que vem sendo enfatizada pelos diretores de O Globo, disponibilizando recursos e chamadas no site. Além de criar a seção Eu-Repórter, o site e também o jornal impresso costumam publicar chamadas para que o leitor envie relatos, fotos, vídeos e gravações de áudios sobre determinados assuntos.

A participação nesta seção é aberta a qualquer pessoa, e os interessados devem se cadastrar gratuitamente e estarem dispostos a se submeter a algumas regras: textos com até dois mil caracteres (incluindo espaços) e arquivos de até 15 megabytes. Os leitores também são avisados de que o espaço é dedicado à contribuição com textos, fotos, vídeos ou áudios

para o noticiário do site O Globo, sabendo que o material também poderá ser publicado nos jornais O Globo, Extra, Expresso e Diário de S. Paulo. A publicação é sujeita a aprovação da equipe de editores do site, que não divulga trabalho de jornalistas e/ou fotógrafos profissionais ou free-lancers e não aceita conteúdos opinativos.

Mesmo sendo aberto à publicação de conteúdos sobre qualquer tema, de certa forma, O Globo parece induzir seus leitores a produzirem textos, fotos, vídeos e áudios sobre temas específicos, de acordo com o assunto em voga no momento. No período em que se estendeu a análise, o direcionamento foi para a temática das eleições. Na noite de domingo, dia 5 de outubro, e na manhã de segunda, dia 6, a chamada na homepage dizia: “Eu-Repórter - Você na hora do voto: Envie seu relato, fotos e vídeos sobre as eleições municipais”.

No domingo à noite, a homepage também trouxe uma chamada de destaque para o texto publicado por um leitor de 17 anos, contando a emoção do primeiro voto, com uma subchamada indicando para outro texto de leitor, dessa vez com fotos, mostrando indignação em relação à sujeira nas ruas causada pela campanha eleitoral. Dentro da seção, também foram publicados outros textos de leitores sobre o assunto.

Nos outros dois horários de segunda e na manhã de terça, a chamada dizia apenas: “Eu-Repórter – Aqui você faz a notícia: Mande sua história com foto, vídeo, texto e áudio”. No entanto, observou-se que de outubro de 2008 – período das análises – a março de 2009 – mês de conclusão do presente trabalho – o perfil de publicações da seção Eu-Repórter vem sendo muito menos livre, com tema sempre direcionado. Atualmente, até mesmo dentro da seção, O Globo sugere temas para as publicações enviadas por usuários.

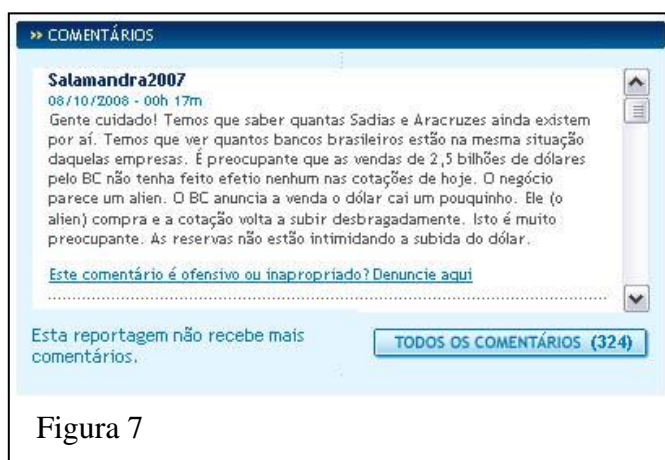


Figura 7

Em relação a outras formas de participação, viu-se que, em todos os dias analisados, as matérias de destaque na homepage sempre trazem ao final do subtítulo o símbolo de um balãozinho com a inscrição "Comente", chamando o usuário leitor a escrever a sua opinião sobre a matéria. Nas páginas internas também há, ao final do texto, a

indicação do número total de comentários feitos e um pequeno box, com barra de rolamento, onde é possível ler opiniões e críticas escritas pelos leitores. Nos oito dias analisados,

contabilizou-se uma média de 557 comentários, sendo que somente na manchete sobre a derrota do Flamengo houve 2.555 mensagens.

É interessante notar que, neste espaço, muitas vezes, os usuários comunicam-se entre si, um opinando sobre a mensagem do outro, e é possível observar até diálogos na seção de comentários de algumas matérias. Ou seja, os usuários atuam como interagentes⁴ – para lembrar o termo empregado por Alex Primo (2007) – e o que se estabelece é uma interação mútua, que possui caráter dialógico e é caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação entre os interagentes. Neste tipo de interação, os sujeitos participam ativamente da construção do relacionamento e se afetam mutuamente, recriando o processo a cada troca (PRIMO, 2007).

Ainda em relação aos comentários, vale ressaltar, que caso algum dos “interagentes” se “exalte”, o moderador de O Globo intervém, apagando o comentário e chamando atenção dos usuários, como se viu na seção de comentários da matéria "Eleições no Rio: Paes e Gabeira vão ao 2º turno", publicada na noite do dia 5 de outubro:

Moderador O Globo
06/10/2008 - 10h 41m
Caros,
Lembro que o espaço é destinado ao debate de idéias e opiniões. Comentários com palavrões, declarações preconceituosas, incitação ao crime, ofensas a outros leitores, repetidos ou sem relação com a notícia serão apagados e seus autores poderão ter bloqueada a possibilidade de postar novas mensagens. Também lembro que os leitores podem denunciar comentários que considerem inapropriados.
Obrigado pela participação de todos.

Outra forma de participação observada nas páginas internas é a avaliação da reportagem, que pode ser feita através das cinco estrelinhas que vêm logo abaixo do título. Cada uma delas significa um ponto e, clicando, o usuário pode dar sua nota – de 1 a 5 –, avaliando a reportagem. As notas dadas são contabilizadas pelo site, e a média numérica aparece na mesma linha, logo na frente das cinco estrelas. Essa informação obtida por meio da participação dos usuários é utilizada para elencar as matérias mais recomendadas pelos leitores. A lista das que obtiveram as maiores notas é exibida em uma coluna na lateral direita da homepage.



Figura 8

⁴ Para Alex Primo, o termo “interagente” é mais apropriado que “usuário” para designar aquele que age na comunicação mediada por computador. Ele considera o termo “usuário” reducionista no contexto comunicacional, pois parece designar apenas aquele que usa e não o que, realmente, interage.

Descendo a barra de rolagem, também é possível observar que, no rodapé de todas as matérias, há uma linha horizontal que oferece a possibilidade de incluir a matéria em sites que reúnem links para notícias, podcasts e vídeos enviados pelos próprios usuários e avaliados pelos mesmos, como Del.icio.us, Digg e Stumble Upon!. Na mesma posição na página, ainda há ícones que o usuário pode clicar para enviar a matéria por e-mail, imprimir, enviar sugestão de correção para algum erro encontrado no texto e comprar conteúdos do site.



Figura 9

3.3.2.6. Relações entre o site e o impresso

Em setembro de 2008, o diretor de redação de O Globo, Rodolfo Fernandes, anunciou que as redações do site e do jornal trabalhariam de forma mais integrada. Ao analisar os destaques da homepage do site publicados no final do dia, comparando-os com os destaques da primeira página do jornal do dia seguinte, nota-se realmente uma convergência entre os temas apresentados como as principais notícias do dia.

No domingo, dia 5, os principais destaques do site O Globo foram para matérias sobre a cobertura das eleições. Na atualização das 23h, o site publicou os resultados da apuração nas principais cidades do país, enfatizando os desdobramentos das eleições no Rio de Janeiro – quem perdeu, quem ganhou, alianças para o segundo turno etc. Também no jornal do dia 6, segunda-feira, a manchete era sobre as eleições do Rio, e a primeira página trazia, entre outros destaques, o resultado da votação em São Paulo e Belo Horizonte.

Curiosamente, neste dia, o jornal publicou algumas fotos encontradas no site e também as matérias parecem ter sido feitas pelos mesmos repórteres, apesar de estas virem assinadas somente no impresso. Os textos não se repetem nos dois veículos, mas as informações das matérias são as mesmas e os títulos muito parecidos. Principalmente na cobertura das eleições da capital carioca, em matérias publicadas entre a página 3 e 11 do jornal, verificou-se os mesmos assuntos encontrados nas matérias ligadas por meio de hipertexto à manchete do site publicada no fim do dia anterior.

Comparando a manchete publicada no site, no último horário do dia 6, com a manchete do jornal do dia 7, terça-feira, também foi possível notar alguns indícios de convergência entre as redações. O tema de destaque nos dois veículos é a crise financeira, com a alta do dólar, a queda da bolsa e as medidas do Banco Central para garantir crédito aos exportadores.

No impresso, estes assuntos se encontram em matérias das páginas 33 e 34 da editoria Economia, sob o selo Abalo Global. A primeira delas tem o título "Pacote contra a 'maré alta'" e é assinada pelas redações de O Globo do Rio e de Brasília – assim como a matéria da manchete do último horário do noticiário on-line no dia anterior. O texto do impresso, porém, é totalmente diferente, traz avaliações de especialistas que não foram ouvidos na matéria do site, com melhor aprofundamento e contextualização. Ao final, a inscrição "Colaboraram: Fabiana Ribeiro e Liana Melo", leva a crer que, esses repórteres, possivelmente, possam ser da redação on-line.

Também na página 34, a matéria “Bancos grandes estrangulam pequenos para comprar carteiras” traz ao final a inscrição "Colaboraram: Luiza Damé e Chico de Góis”, que assinaram a matéria “Lula reúne Conselho Político e pede calma e frieza no tratamento da crise internacional”, conectada à manchete no noticiário da Internet – o que confirma a suspeita de colaboração entre as duas equipes.

Já no jornal de quarta-feira, dia 8, a principal convergência observada foi a foto da primeira página, que havia sido publicada no site no dia anterior, inserida na matéria "Lula pede que brasileiros não se abalem com crise e FH diz que falar em blindagem do Brasil é enganar o povo", conectada como hipertexto da manchete do site observada na parte da tarde. Interessante ressaltar que a manchete do jornal ilustrada por essa foto – mostrando o presidente Lula, com a primeira dama Marisa e a ministra Dilma, no batismo de uma plataforma da Petrobras –, resumidamente, dizia o mesmo que a matéria do site: “Dólar chega a R\$ 2,31 e Lula recomenda manter consumo”.

Entre o principal destaque do site na noite de quarta-feira e as matérias ligadas à manchete da primeira página do jornal de quinta, dia 9, a convergência se mostrou no trabalho do repórter Henrique Gomes Batista, de Brasília. Ele assina sozinho a manchete do último horário da homepage – "BC injeta mais R\$ 23 bi na economia. Leilões de dólar seguram disparada" – e também assina, em conjunto com outros repórteres, três matérias do impresso do dia 9, relacionadas ao mesmo assunto: "BC reduz compulsório e põe R\$ 23 bi no mercado"; "Selic: não há consenso no governo"; e "Dólar bate R\$ 2,48. BC reage, e moeda

cai a R\$ 2,28". O último texto é o que traz maior aprofundamento, com opiniões de economistas e diretores de corretoras que não constam na matéria on-line.

Na comparação entre a principal matéria do site publicada na noite do dia 9 e a manchete do jornal de sexta-feira, dia 10, não foram encontrados elementos de convergência entre as redações. Apesar de observar algumas informações que se repetiam nos dois veículos, ao longo das matérias que no impresso integram a série “Abalo global”, muitas informações não constavam na manchete da noite do dia anterior do site, nem nos textos “galhos” ligados a ela.

Analisando o jornal do sábado, dia 11, é possível encontrar as mesmas informações abordadas no principal destaque da homepage na noite do dia anterior – “G7 anuncia plano de ação contra a crise” – e nos textos hiperlinkados à matéria “tronco”. Porém, a manchete do impresso extrapola a temática do anúncio feito pelo G7 e faz uma análise da crise durante a semana, abordando seus reflexos na economia nacional e mundial.

A manchete do último horário do dia 11 no site foi a derrota do Flamengo no jogo contra o Atlético-MG pelo Brasileirão, com título que dizia “Flamengo dá vexame do Maracanã”. Com dois temas fortes para abordar – eleições municipais e crise financeira mundial –, era óbvio que o impresso não daria tamanho destaque para um jogo de futebol que nem era final de campeonato. Porém, o assunto mereceu chamada na primeira página do jornal do domingo, dia 12, em uma coluna na lateral esquerda.

Na página 68, da editoria Esporte, a reportagem veio com o título: “Amor não correspondido – Torcida lota o Maracanã, mas Fla tem atuação medíocre e perde por 3 a 0”. O texto traz uma descrição do clima do jogo e dos principais lances, diferente, porém, bem parecido com o texto do site.

O recorte desta pesquisa não inclui o jornal da segunda-feira, dia 13. No entanto, comparando os destaques da homepage de domingo com o impresso do mesmo dia, viu-se que, na atualização da tarde, na página da Internet havia uma chamada com o mesmo título da manchete do impresso “Governo pode cortar gastos e adiar programas sociais”.

O link da chamada direciona a um trecho da entrevista concedida a O Globo pelo ministro do Planejamento, Paulo Bernardo. No entanto, o site publicou apenas o texto de abertura, uma pergunta e uma resposta. Ao final, um link convida o usuário a ler a íntegra da entrevista na versão digital de O Globo (disponível na Internet somente para assinantes).

3.4. JORNALISMO 2.0 E OS USUÁRIOS COLABORADORES

Como se viu no início deste capítulo, um dos maiores efeitos da Web 2.0 vem sendo a participação de usuários como programadores e produtores de conteúdo. Diante disso, também se verifica o surgimento de um novo tipo de “prosumidor” que se dedica, mais especificamente, à produção de conteúdos informativos para a Web, concorrendo ou colaborando com a grande mídia. Estes novos atores também são chamados de jornalistas ou repórteres cidadãos, expressão utilizada por Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei, autores de “Jornalismo cidadão - Você faz a notícia”, para designar cidadãos comuns, na maioria das vezes, leigos e testemunhas de fatos importantes ou especialistas em determinados assuntos, que se dedicam à produção e à divulgação de informação na Web.

Devido à nomenclatura, muita gente confunde jornalismo cidadão com jornalismo cívico ou o jornalismo feito pelos veículos de mídia com enfoque nos interesses do cidadão. Há também quem diga que o jornalismo cidadão tem a cidadania como temática. Ele envolve a questão de cidadania, na medida em que as pessoas assumem seu espaço na comunidade ao participar da produção de notícias e da comunicação, mas a prática ultrapassa os limites dos temas sociais ou cívicos e envolve qualquer campo do conhecimento humano (FOSCHINI e TADDEI, 2008: 18).

Utilizando ferramentas de publicação acessíveis na rede, os jornalistas cidadãos estão revolucionando “o modo como as pessoas consomem, interpretam, produzem e divulgam informações” e contribuindo para transformar o “jornalismo em uma conversa de um para um, de um para muitos e de muitos para muitos” (FOSCHINI e TADDEI, 2008: 7).

Os autores consideram, inclusive, que a mídia tradicional está sendo transformada devido à ação desses cidadãos, seja pela inclusão de comentários às matérias publicadas online – que se constituem como uma forma de participação na notícia formando um novo conjunto de significados – ou pela colaboração direta, enviando textos, arquivos de áudio ou vídeos sobre fatos marcantes, mostrando novos ângulos e ampliando a visão que os jornalistas da grande mídia poderiam passar.

Esse tipo de produção, de certa forma, preocupa as empresas de comunicação, mas também pode ser usado em favor próprio, com sugere Mark Briggs:

Os leitores não são mais receptores passivos de mensagens. Eles criam, compartilham e comentam. E eles esperam poder fazer isso também nos sites de

notícias. [...] O reconhecimento desta mudança fundamental na maneira pela qual as mensagens da grande imprensa são recebidas pelo público altera radicalmente a lição que muitos de nós recebemos no primeiro contato com a comunicação personalizada: nós enviamos a informação, eles recebem. Essa mudança também se expressa na frase: “a notícia é uma conversa, não uma palestra”. É importante reconhecer a mudança no público. As pessoas querem participar, portanto ajude-as a fazer isso (BRIGGS, 2007: 34).

O fato é que as empresas jornalísticas ainda têm sido muito lentas quando se trata de cobrir o que tradicionalmente estava fora do seu centro de interesse. A mudança acontece muito mais rapidamente entre os usuários da nova geração do que entre a geração mais madura; portanto, os profissionais que quiserem se firmar neste novo meio precisam experimentar novas práticas e olhar a mídia de outra perspectiva. Afinal, “os leitores potenciais de amanhã estão usando a Web de uma forma que dificilmente poderíamos imaginar e, se quisermos continuar tendo alguma influência sobre eles, precisamos aprender como interagir com eles” (BRIGGS, 2007: 27).

Nessa nova perspectiva, o usuário não é apenas o receptor da mensagem, mas também seu transmissor, atuando de forma ativa ao produzir conteúdos e escolher sua própria rota com o desenvolvimento das páginas Web. Diante dessa transformação, Cláudia Quadros considera que os editores de sites devem ter a responsabilidade de abrir espaço para esse público ávido por expressar sua opinião.

O editor pode se converter em consumidor dos passos e das idéias do usuário para desenvolver a sua atividade com mais interação. A rota escolhida pelo navegador do ciberespaço indica as preferências do consumidor/ produtor de forma imediata, possibilitando ao editor construir uma página web cada vez mais funcional (QUADROS, 2001: 3).

Em relação ao aproveitamento de conteúdos produzidos por usuários em sites jornalísticos, Elias Machado chama atenção para o cumprimento dos procedimentos deontológicos do código de ética da profissão, “com a definição dos direitos e deveres dos usuários como fontes, alargando um processo antes restrito aos jornalistas e aos membros do público detentores de cargos oficiais ou envolvidos nos fatos” (MACHADO, 2003: 30).

A inserção dos usuários no processo de produção jornalística deve alterar a profissão em vários outros sentidos. Se antes os leitores só tomavam conhecimento de uma matéria no momento da publicação, para a produção de reportagens compartilhadas – utilizando o conceito de *crowdsourcing*, ou o público como fonte de notícia e produtor de conteúdo – seria necessário tornar pública a ideia da pauta tão logo fosse iniciado o processo de produção, para permitir o maior número de participações. O que de certa forma contraria o costume de manter a pauta em segredo para que ela não seja roubada pela concorrência

(BRIGGS, 2007: 50).

De acordo com Pisani (2006), a real dificuldade é que a larga participação de usuários através da Web 2.0 desafia os jornalistas a partilharem seu poder de condutores da notícia. No entanto, ele alerta que melhor do que assumir a defensiva diante desses desafios é travar uma conversa com os usuários e encontrar modos de ajudá-los a entender que, apesar de terem a posse das informações, eles não possuem as habilidades do profissional, o que torna os jornalistas socialmente úteis dentro desse processo. Como afirmou o editor chefe do Open Source Technology Group, Robin Miller (2007): “Em um mundo em que o jornalista cidadão está se tornando cada vez mais popular, os jornais podem lutar contra essa tendência – e perder – ou seguir em frente e adotá-la”⁵.

Ao falar da participação de usuários como produtores de conteúdo também não se pode deixar de analisar o papel dos “blogueiros” nesse processo de mudanças nas formas de produção e recepção na informação no ciberespaço. O fenômeno dos diários eletrônicos começou a ganhar impulso a partir dos anos 2000 e já na metade desta década eram mais de 30 milhões de endereços eletrônicos, reunindo mais de 700 mil atualizações diárias, o equivalente a 29 mil publicações por hora (BORGES, 2007: 42).

Deste montante, há muitos blogs que assumem um papel mais noticioso e opinativo. Porém, a maioria deles se restringe a repercutir fatos noticiados pela grande imprensa, tecendo então seus comentários. É interessante lembrar que, em meados de 2007, o jornal O Estado de S. Paulo promoveu uma campanha publicitária contra os blogs, com peças de propaganda veiculadas na TV, em outdoors e no próprio impresso, questionando a confiabilidade das informações divulgadas pelos “blogueiros”. A ação da empresa coincide com a reflexão do jornalista inglês Simons Jekins, que chefiou publicações como The Economist, The Times e The Guardian. Segundo ele:

[...] o desafio do jornalismo convencional, na atualidade, é provar que qualidades como levantamento de notícias e confiabilidade são mais importantes que “um simples grito de opinião” e que possui valor suficiente para fazer com que as pessoas paguem por essas informações (JEKINS apud BORGES, 2007: 43).

Aproveitando essa onda, há também alguns renomados jornalistas que fizeram carreira em mídias tradicionais e passaram a se dedicar aos blogs, publicando bastidores de notícias, pautando os outros veículos e até dando furos de reportagem. No entanto, hoje, a

⁵ “In a world where citizen journalism is becoming ever more popular, newspapers can either fight the trend -- and lose -- or go along with it and adopt it.” Trecho de artigo publicado na Online Journalism Review da University of Southern California. A tradução é nossa.

maioria destes blogs de profissionais encontra-se estrategicamente hospedada em sites de notícia, em geral ligados a grandes empresas de comunicação. O que comprova a teoria de Barabási (2002), explicitada no capítulo anterior, de que para ter visibilidade no ciberespaço é preciso estar em um centro (hub) com muitos links, quebrando o mito de que a Internet promoveria uma democratização da informação. Ou seja, por mais que existam milhares de blogs publicando conteúdos informativos e por mais que os blogs de profissionais tenham a chancela de qualidade e credibilidade, é preciso ter visibilidade para conquistar audiência.

4. CULTURA DIGITAL E MUDANÇAS NO IMPRESSO

O aumento da participação e do compartilhamento de dados de usuários na Internet, característicos da chamada Web 2.0, curiosamente, tem trazido consequências não somente para a produção do webjornalismo, mas também para o impresso. É claro que, nestes veículos, a principal forma de participação ainda se restringe à seção Carta dos Leitores. No entanto, já é possível observar sugestões de pautas de leitores e publicações de comentários, como acontece, por exemplo, no jornal O Globo.

Para entender essas mudanças provocadas pelo desenvolvimento da comunicação no meio digital, faz-se necessário recuperar o processo de transformação anterior a este ponto. Afinal, ao longo da história, as novas tecnologias sempre acarretaram novas formas de produção e recepção nos meios de comunicação já existentes. Vejamos, então, as influências das tecnologias de informação no meio impresso, mais especificamente nos grandes jornais diários.

4.1. MUDANÇAS DECORRENTES DA TECNOLOGIA

De acordo com *Ciro Marcondes Filho* (2000: 32-35), o jornalismo sofreu dois grandes impactos de natureza tecnológica nos séculos XIX e XX. O primeiro deles foi na década de 1850, com o surgimento da rotativa, que desencadeou um processo de produção de jornais em massa. A partir desse momento, houve uma reorientação da indústria jornalística, que passou a visar o lucro, deixando de ser apenas um espaço público de manifestação dos agentes sociais. A segunda mudança se deu em meados da década de 1970, quando teve início o acelerado desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação. *Marcondes Filho* explica que esse segundo impacto se refletiu em dois níveis: tanto no processo de produção,

quanto no desenvolvimento de um novo campo de cultura e conhecimento.

Em artigo apresentando no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Hérís Arnt (2002), considera que, com o aumento gradativo da influência de novos meios, ao longo do século XX – como rádio, TV e as mídias digitais –, o jornal foi perdendo o lugar de principal fonte de informação. Ele lembra que as tecnologias de comunicação, primeiramente, modernizaram as redações, com a substituição das velhas máquinas de escrever por computadores, depois, facilitaram a comunicação interna entre os diversos setores do jornal e, num terceiro momento, ampliaram a circulação do conteúdo dos impressos para as páginas on-line do ciberespaço.

No entanto, as influências da tecnologia na mídia impressa não param por aí. Os diários estão passando, provavelmente, por um processo de reconfiguração em decorrência do desenvolvimento do digital. Para alguns teóricos, entre eles o sociólogo francês Jean-Marie Charon (2001 apud ARNT, 2002), sempre que surge um novo meio de comunicação, ocorre uma reacomodação das mídias existentes. Charon ressalta que, inicialmente, a tendência é o mimetismo entre os meios até que, com o tempo, os novos acabam desenvolvendo suas próprias características, e, por outro lado, os meios tradicionais também se modificam.

Como se viu no capítulo anterior, desde o surgimento dos primeiros sites e portais de informação na Internet, com as primeiras experiências de jornalismo on-line, na década de 1990, o que se podia observar era a simples transposição de conteúdo do impresso para o digital. As páginas virtuais guardavam enormes semelhanças com as de papel, com fundo branco, letras pretas, poucas fotos e muito texto. Até que as ferramentas de webdesign foram se desenvolvendo e possibilitando o uso de recursos multicódigos característicos da hipermídia, e começou-se também a experimentar uma nova forma de linguagem mais leve, descontraída, direta e sucinta (NIELSEN, 1997).

No entanto, o que se pretende destacar no desenvolvimento deste trabalho é que, após o sucesso da implementação dessas mudanças nos conteúdos de jornalismo on-line, o projeto gráfico de muitos jornais impressos também passou por modificações. Principalmente nas edições de domingo, é comum se observar um apelo visual próximo ao que é oferecido aos usuários de Internet, com uso de infográficos, caixas coloridas, além de retrancas destacadas por sinais e símbolos geralmente usados na comunicação mediada por computador, etc. Em relação à última reforma gráfica do jornal Folha de S. Paulo, em 2006, por exemplo, o designer Mario García – responsável pelo redesenho não apenas da Folha, mas também dos internacionais The Wall Street Journal (americano), Libération (francês) e Die

Zeit (alemão), entre outros – ressaltou que “o projeto levou em conta as mudanças nos hábitos de leitura, sobretudo após a expansão da internet” (FOLHA, 2006).

Na forma como são construídas, essas interfaces gráficas do jornalismo impresso são uma representação visual do sistema hipertextual e multimídia. Algumas reportagens hoje utilizam recursos como infográficos, boxes com conteúdo extra e marcas de leitura que remetem a arquivos sonoros e audiovisuais disponíveis no site do jornal. [...] Além desses recursos “materiais”, ou seja, que estão explícitos no impresso, conceitos de usabilidade e de convergência, comuns no ambiente virtual da notícia, são levados para a formatação dos projetos gráficos (REIS, 2007: 46).

Para Bianca Reis (2007), o infográfico é visto como a grande vedete do webjornalismo, representando uma mudança de perspectiva de leitura em função da velocidade e da quantidade de informação. Mas é importante lembrar que a origem do infográfico está no meio impresso, onde ele é usado "desde os primórdios para explicar com maior clareza algum aspecto informativo tratado no texto" (RIBAS, 2004:2). No entanto, foi a partir da década de 1980 que este recurso passou a ser usado de forma mais consciente como poderosa ferramenta de informação, o que se deve à expansão da técnica e à chegada dos computadores com programas de edição de imagem às redações (CAIXETA, 2005).

O termo infográfico vem do inglês *informational graphics* e o seu uso revolucionou o layout das páginas de jornais, revistas e sites. É uma forma de representar informações técnicas como números, mecanismos e/ou estatísticas, que devem ser, sobretudo, atrativos e transmitidos ao leitor em pouco tempo e espaço. Normalmente utilizado em cadernos de Saúde ou Ciência e Tecnologia, em que dados técnicos estão mais presentes, o infográfico vem atender a uma nova geração de leitores, que é predominantemente visual e quer entender tudo de forma prática e rápida. Segundo pesquisas, a primeira coisa que se lê num jornal são os títulos, seguidos pelos infográficos, que, muitas vezes, são a única coisa consultada na matéria (CAIXETA, 2005: 1).

É certo, no entanto, que, no webjornalismo, o infográfico ganhou elementos próprios da retórica digital, compondo uma narrativa multimídia e interativa, muitas vezes com uso de som, animação e imagens em movimento. Essa mudança acaba influenciando novas formas de leitura que afetam tanto a audiência dos veículos on-line, quanto do impresso. Mas vale ressaltar que, antes mesmo do advento da Internet, as colunas sociais e as colunas de notas, no impresso, já apresentavam uma narrativa que sugeria hipertextualidade, com a Web se apresentando como um terreno fértil para a potencialização dessas e de outras características.

Ao mesmo tempo em que se nota no impresso, por um lado, uma tendência à fragmentação, com utilização de textos mais curtos, diretos e descontraídos, na tentativa de atrair o leitor mais jovem, acostumado a se informar pela Web; por outro lado, verifica-se a necessidade de investir em grandes reportagens, com várias fontes e contexto bem explicado.

Para Ricardo Noblat (2004), autor de “A arte de fazer um jornal diário”, a falta de imediatismo dos impressos deve ser suprida por um projeto editorial mais voltado para o jornalismo de revista, que aprofunda, interpreta, analisa, explica e complementa os fatos que já ocorreram e foram divulgados por outras mídias, utilizando uma série de recursos gráficos que facilitam a compreensão.

Ainda em relação às influências da comunicação digital, Arnt destaca que a infinita oferta de informação no ciberespaço acaba por estimular a valorização da função de *gatekeeper* do jornalismo impresso, que atua como um selecionador das principais notícias do dia, apontando aos leitores o grau de interesse de cada tema.

Com as novas configurações, decorrentes da entrada das mídias digitais, o jornal impresso se define por algumas das características que lhe eram implícitas, mas que só agora se afirmam de maneira positiva: a de seleção dos acontecimentos e de escolha dos conhecimentos científicos, teóricos e culturais a serem reportados. O recorte dos eventos cotidianos e a seleção dos conteúdos dos conhecimentos oferecidos pelo jornalismo impresso estão intrinsecamente ligados às necessidades sociais de informação (ARNT, 2002: 8).

Segundo o autor, o que antes era um ponto de crítica ao impresso, com o “jornal sendo acusado de decidir aleatoriamente o que é noticiável, de parcialidade na escolha dos acontecimentos e de unilateralidade nas versões dos fatos” (ARNT, 2002: 8), agora, diante da vasta quantidade de informação disponível gratuitamente no ambiente on-line, passa a ser visto de forma positiva.

Hoje, a seleção da informação torna-se o trunfo do jornal impresso. Dentre as infinitas possibilidades de acesso à informação, o jornal é um meio que seleciona (com as imperfeições inerentes a toda a escolha), oferece várias versões, analisa os principais acontecimentos – mapeando as nossas leituras, em meio a esta saturação semiótica em que submerge cotidianamente o habitante da cidade. O jornal, além das outras funções, que lhe são implícitas, assume o importante papel de fazer um recorte possível dos acontecimentos da sociedade (ARNT, 2002: 8-9).

Isso acontece devido ao fenômeno descrito por alguns teóricos de escassez da atenção, que é o que movimenta a economia no ciberespaço:

A atenção - e não a informação - é a economia natural do ciberespaço. O que é escasso, e que, portanto, poderá fundar a nova economia, não é a informação, mas sim o que se poderá ganhar colocando-a no mundo, ou seja, vista pelo outro lado, pelo lado do potencial consumidor, pelo lado da chamada procura (RODRIGUES; GOLDHABER, 2005: 2).

No entanto, Dominique Wolton (2004) alerta para os perigos desse ciclo midiático, que seleciona mais do que abre espaços de trocas de informação e concede grande legitimidade a esses “selecionadores” de conteúdo. Ademais, outro efeito negativo desse ciclo, ainda segundo ele, é a instauração de um sistema em que os selecionadores e os

selecionados se auto-protégem, em esquemas que beneficiam e misturam funções de jornalistas da grande imprensa com relações públicas e assessores de comunicação com interesses específicos.

Wolton também ressalta que:

[...] os meios técnicos dos quais dispõem hoje as redações, que lhes deveriam permitir reagir mais depressa, portanto com mais calma, não impedem nem as mancadas, nem as dramatizações, nem os erros, atrasos e contra-sensos na produção da informação de crise. [...] A performance técnica esbarra na capacidade de análise ao vivo. [...] Embora se possa ver tudo, não se pode entender tudo. A proeza não é mais ter acesso ao acontecimento, mas entendê-lo (WOLTON, 2004: 285).

Diante da abundância de informações, os produtores de conteúdos da Web travam uma verdadeira disputa pela atenção dos usuários, e, nesta batalha, as versões on-line dos grandes jornais têm a vantagem de “carregar” consigo a credibilidade dos impressos, conquistada ao longo de anos de produção de jornalismo de qualidade.

4.2. FUTURO DO IMPRESSO

De acordo com pesquisador americano Phillip Meyer (2007), a temida queda do número de leitores do impresso não é algo recente, pois vem sendo observada desde meados do século XX. Ele lembra que, na aurora da era da televisão (década de 1940, no caso dos EUA), os jornais tinham 34% do mercado publicitário, de acordo com uma pesquisa publicada em 1978⁶. Ao passo que, “na segunda metade do século XX, a participação dos jornais em todo mercado publicitário havia caído de quase 30% para cerca de 20%” (MEYER, 2007: 47).

No entanto, o autor ressalta que esse processo de enfraquecimento dos impressos só foi levado a sério a partir da década de 1960, quando o desenvolvimento tecnológico permitiu o barateamento da impressão e da diagramação e novas fontes de informação começaram a disputar o tempo do tradicional leitor de jornais. “A competição criada pela

⁶ Dados da publicação UDEL, Jon G. **The economics of the american newspaper**. New York: Hasting House, 1978.

tecnologia foi iniciada muito antes de se falar na supervia da informação” (MEYER, 2007: 48).

Atualmente, muito tem se especulado sobre o futuro dos jornais impressos, com previsões alarmistas que decretam seu fim em um prazo de poucos anos⁷ em países desenvolvidos. Por outro lado, porém, também há aqueles que acreditam que a prática esteja apenas passando por um período de reconfiguração – o que, olhando a história do desenvolvimento dos meios de comunicação, justifica-se pela observação de inúmeras modificações ocorridas em mídias tradicionais após o surgimento de novas mídias.

Segundo dados coletados pela Associação Mundial de Jornais (WAN, na sigla em inglês), entre 2000 e 2005, houve um crescimento de 9,95% na circulação mundial dos jornais. Resultado que contraria a ideia de que os jornais enfrentam a pior crise nos últimos anos por causa da concorrência com as mídias digitais. “Os jornais vivem uma situação bem melhor do que se acredita. Na verdade, os dados mostram que a indústria jornalística está saudável e vigorosa e vem sabendo enfrentar a competição crescente de outras mídias”, afirmou o então diretor geral da WAN, Timothy Balding, em matéria publicada no jornal O Estado de S. Paulo, em fevereiro de 2007.

De qualquer forma, Meyer (2007) observa que as mudanças no impresso não são apenas estruturais, mas o próprio negócio das empresas que se dedicam a essa mídia vem passando por transformações e ainda pode vir a mudar, talvez, de modo inesperado. Ele ainda destaca a atuação de muitos pesquisadores que têm se debruçado no desenvolvimento da tinta eletrônica, a fim de proporcionar a mobilidade dos impressos em um suporte digital e virtual.

Durante a última Consumer Electronic Show (CES), de Las Vegas – uma feira de novidades eletrônicas, realizada em janeiro de 2009 –, a Sony apresentou um projeto de laptop com tela flexível, baseado na ideia do papel eletrônico, feito com telas tão finas quanto folhas de sulfite. “Espera-se que ele possa substituir livros, revistas e jornais dando a impressão de uma folha de papel comum. Ele poderia ser enrolado e guardado no bolso, como plástico” (ÉPOCA, 2009: 50). A reportagem da revista Época também fala de testes usando telas flexíveis e tinta eletrônica realizados por outras empresas e aponta alguns desafios para essa produção:

⁷ Em entrevista ao jornal israelense Haaretz, no início de 2007, o proprietário, presidente e editor do The New York Times, Arthur Suizberge, afirmou não saber dizer se ainda estaria imprimindo o Times daí a cinco anos. Ele informou que a empresa havia dobrado seus leitores online para 1,5 milhões por dia, enquanto o número de leitores do impresso estaria em torno de 1,1 milhão. Para ele, a maior preocupação do jornal era fazer a transição de todo conteúdo para a Internet, e o fim da impressão seria apenas uma parte desse processo (Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, p. A-22, 09 de fevereiro de 2007).

O primeiro (desafio) é fazer tinta colorida – por enquanto tudo é em preto e branco. O segundo é tornar as telas rápidas o bastante para exibir imagens em movimento – hoje, elas são estáticas. [...] O próximo desafio será fazer com que custem um preço que você disponha a pagar (ÉPOCA, 2009: 51).

Mesmo com seu suporte ameaçado, Meyer (2007) enfatiza que o principal negócio da grande mídia impressa é a informação e não o papel. Para o diretor do Media Lab do Massachusetts Institute of Technology (MIT), Nicholas Negroponte, o jornal de papel tende a desaparecer em breve, mas ele ressalta que, em contrapartida, o jornalismo só aumentará, com a ampliação das práticas alternativas, que ele chama de jornalismo feito de baixo para cima.

Ele acredita que mesmo a prática de cima para baixo continuará tendo seu valor, pois, “a maioria das matérias é importante por causa do ponto de vista sobre o fato, não por causa do evento em si”, diz, em entrevista concedida a Lourival Sant’Anna, em julho de 2005 (2008: 259). Entretanto, de acordo com Meyer (2007), para se manter no mercado, as empresas de comunicação devem se dedicar à criação de uma rede de influência e credibilidade. Segundo ele, a fórmula para se obter influência social é conquistar a confiança do público com jornalismo de qualidade, independente do suporte de veiculação.

Ao analisar o mercado norte-americano, Meyer (2007) nota que duas estratégias opostas vêm sendo adotadas pelos donos de jornais. Uma delas – apelidada de estratégia da colheita ou “pegue seu dinheiro e corra” – consiste em buscar o aumento da lucratividade, diminuindo o formato do jornal e demitindo profissionais, sem se preocupar com o longo prazo. Assim, quando os jornais acabarem, pelo menos os donos terão uma verba garantida para investirem em outros negócios.

A alternativa oposta é “investir no aprimoramento de produtos que explorem o poder da mídia impressa e transformar os jornais em grandes players num mercado de informação que inclui a mídia digital” (2007: 50). Nesta segunda opção, ao invés de ver a Internet como uma ameaça, a empresa enxerga a indústria substituta como oportunidade de expansão de seu negócio, mesmo que tenha que passar por um processo de lucros reduzidos no presente, apostando em retorno financeiro futuro.

De acordo com Meyer, para salvar as tradições e a prestação de serviços do jornalismo será necessário olhar para além dos jornais: “o modo mais óbvio de lidar com a tecnologia substituta é entrar no negócio substituto” (2007: 229). No entanto, ele não nega as

dificuldades dessa mudança, ainda mais pelo fato de que as capacidades e oportunidades da Internet ainda estão sendo descobertas, e as novas experiências são sujeitas a tentativas, erros e acertos. O autor afirma que, embora os jornais já tenham criado suas versões on-line, o processo não deve parar por aí, pois é preciso pensar em novas aplicações que usem a tecnologia para agregar valor ao impresso.

Para o diretor do Media Lab da Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra (Espanha), Ramón Salaverría, o principal desafio é a interatividade. Ele considera que, de certa forma, os impressos já estão acostumados a trabalhar com experiências de hipertextualidade ou multimídia. Mas, “incorporar o leitor ao discurso jornalístico é algo radicalmente novo, e é a isso que os meios digitais estão conferindo um protagonismo” (SANT’ANNA, 2008: 250), afirmou em entrevista concedida em dezembro de 2004. Salaverría observa que o impacto da interatividade já pode ser percebido nos impressos, que vêm abrindo a possibilidade de os leitores proporem temas para pautas e debates. “[...] estamos assistindo aos primeiros passos, mas terminará mudando o discurso jornalístico que conhecemos há séculos.” (SANT’ANNA, 2008: 251).

4.3. TENDÊNCIAS PARA O JORNALISMO IMPRESSO NO BRASIL

Nos últimos anos do século XX, a circulação de jornais no Brasil passou por um momento de crescimento ímpar, se comparada a outros países, mas foi provado que o aumento das vendas era inconsistente, pois se devia a uma onda de promoções e ofertas de produtos culturais agregados ao impresso, como livros, enciclopédias e filmes.

Segundo o diretor de redação da Folha de S. Paulo, Otávio Frias – em entrevista a Sant’Anna, em novembro de 2005 –, nos anos 1990, as empresas de comunicação viveram um momento expansionista, investindo também em novas mídias, pois achavam que quem não se diversificasse, aproveitando “as oportunidades da chamada ‘revolução digital’ estaria cometendo um grave erro estratégico para o futuro” (SANT’ANNA, 2008: 208).

Acontece que, justamente devido aos altos investimentos, muitas destas empresas se endividaram, e, a partir de 2000, o que se observou foram desinvestimentos, cortes de

despesas e vendas de ativos. “Tudo com o objetivo, que passou a ser prioritário, de aumentar o resultado, de modo a fazer frente à avalanche da dívida que se avolumava, inclusive, em função da política de juros que passou a ser praticada no Brasil”, disse Frias (SANT’ANNA, 2008: 209). Tanto que, entre 2001 e 2003, foram registradas progressivas quedas na circulação dos principais jornais do país.

Para alguns pesquisadores, a diminuição da circulação dos jornais neste período se deve, principalmente, ao crescimento de audiência em outros meios de informação, como Internet, TVs por assinatura, emissoras de rádio noticiosas e até mesmo revistas semanais. Para reforçar essa hipótese, vale ressaltar que desde que a Internet começou a se popularizar no Brasil, no final do século XX, as pesquisas só vêm apontando aumento do número de usuários. De acordo com o Ibope/NetRatings, somente entre 2000 e 2006 houve um crescimento de 114% no número de internautas brasileiros, que de 9,8 milhões subiu para 21 milhões de usuários.

Lourival Sant’Anna (2008) é um dos que consideram que a mudança dos hábitos de leitura e o deslocamento do consumo de informação dos jornais para a Internet foram os principais motivos da queda no número de circulação verificada no início desta década. Apoiado em outra pesquisa do Ibope, realizada em março de 2006, segundo a qual mais da metade (57,6%) dos que têm acesso a Internet buscam por notícias e informações na rede, ele afirma que, para os jovens que cresceram sob os estímulos de videogame, computador e Internet, “o jornal impresso pode revelar-se um meio opaco, inerte e desinteressante” (SANT’ANNA, 2008: 20).

No entanto, pesquisas mais recentes do Instituto Verificador de Circulação (IVC) vêm mostrando um crescimento da circulação dos jornais brasileiros nos últimos anos. A recuperação de mercado dos diários nacionais foi iniciada em 2004, depois de três anos de declínio, e consolidou-se em 2005, quando atingiu a média diária de 6.789 milhões de exemplares, com 4% de aumento em relação ao ano anterior. Em 2006, houve novo crescimento de 6,5%, e o resultado foi atribuído a reformulações de conteúdo, novos cadernos, lançamentos de promoções e consolidação de jornais com preços mais acessíveis, além de melhoria da conjuntura econômica do país. Em 2007, verificou-se um aumento ainda maior, de 11,8%, provavelmente em decorrência do desenvolvimento dos jornais populares. E a última pesquisa, divulgada em janeiro de 2009, revelou crescimento de 5% na circulação média diária de jornais durante 2008.

Apesar do número de circulação ser crescente nos últimos anos, a situação dos diários brasileiros neste início de 2009 não é tão animadora assim. Com medo da crise financeira mundial, algumas empresas da grande mídia impressa estão demitindo funcionários e diminuindo o número de páginas de seus jornais. De acordo com informações do portal Comunique-se, somente no início deste ano, houve demissões no Jornal do Brasil (com o corte de 26 profissionais da redação, entre fotógrafos, repórteres, diagramadores e tratadores de imagem); no jornal A Gazeta, do Espírito Santo (dois profissionais da redação e dois da fotografia); e no Diário do Comércio e Indústria (12 jornalistas).

Também no jornal Tribuna de Minas, de Juiz de Fora, apesar do aumento da circulação durante 2008 – 16% em relação a 2007 – houve demissões de dois editores, corte de duas vagas de repórter, além de dispensas de funcionários de outras áreas. Ainda de acordo com o Comunique-se, no Diário de S. Paulo houve diminuição do número de páginas do jornal, devido à crise do papel, com direcionamento do foco da empresa para seu espaço online. Em O Estado de S. Paulo, o diretor de conteúdo Ricardo Gandour anunciou que a empresa terá cautela nas despesas e adiará os projetos previstos para 2009.

Ao analisar uma pesquisa qualitativa realizada por um instituto de São Paulo⁸, Sant’Anna (2008) constatou que os entrevistados se dividiram quanto ao futuro do jornal. Enquanto boa parte apostava na convergência dos meios na Internet, outros acreditavam que os veículos seguiriam existindo separadamente.

De maneira geral, no entanto, assinalaram que o jornal terá cada vez menos leitores, se não houver mudanças na forma como a notícia é redigida, no formato, tamanho, papel, tipologia; se não forem inseridos mais atrativos, como imagens, ilustrações, gráficos que facilitem a assimilação da notícia e sua contextualização, e se ele não ganhar um caráter mais descontraído, sem perder a identidade e a credibilidade (SANT’ANNA, 2008: 80).

Entre as vantagens do impresso apontadas pelos entrevistados nesta pesquisa estava o fato de as notícias trazerem informações mais aprofundadas, de assuntos diversos (graças aos cadernos), que auxiliam o leitor a ter uma visão mais crítica da realidade. Eles ainda destacaram como pontos positivos a portabilidade, a credibilidade – dada inclusive por articulistas e jornalistas de peso que assinam as matérias –, a presença de reportagens investigativas e a clareza ao apontar quem foram as fontes das informações.

Em contrapartida, também foram apontadas algumas desvantagens, como o desconforto de manusear o jornal por seu tamanho e formato, a baixa qualidade da impressão,

⁸ Lourival Sant’Anna optou por omitir detalhes sobre a realização da pesquisa, feita em 2003, alegando razões de ética comercial.

a tipologia ultrapassada – que desestimula a leitura –, o uso de linguagem rebuscada e o posicionamento político, ideológico ou partidário identificado em alguns jornais (SANT’ANNA, 2008: 78-79).

A partir de entrevistas realizadas com diretores de redação de três grandes jornais de circulação nacional – Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo – em novembro de 2005, Sant’Anna (2008) pôde traçar alguns prognósticos para o jornalismo impresso no Brasil. Para os três editores, os jornais tendem a uma mudança de perfil, deixando de ser um veículo de massa, porém preservando seu influente papel de formador de opinião. Como afirma o diretor de redação da Folha de S. Paulo, Otávio Frias:

Os jornais precisam, na medida do possível, em algum grau, abandonar a cultura do "aconteceu ontem", e investir em mais histórias próprias, na medida das suas possibilidades, em histórias exclusivas, dar mais dimensão para a contextualização da notícia, dar mais visibilidade para aquilo no que os jornais são muito bons, que é análise, opinião, crítica (SANT’ANNA, 2008: 215).

O diretor de redação de O Estado de S. Paulo, Sandro Vaia, também afirma que o jornal de *hard news* tende a desaparecer para dar lugar a um jornal de análise, voltado para aqueles que buscam se aprofundar na informação. Dessa forma, ele nega a possibilidade de o impresso desaparecer, sendo substituído pela mídia eletrônica:

É difícil você tentar se aprofundar numa reflexão, numa análise, em um meio eletrônico. Você usa o meio eletrônico para *hard news*, para notícia rápida, para notícia curta, instantânea. Os jornais têm de se conscientizar de que não podem ficar repetindo, no dia seguinte, aquilo que todo mundo já sabe. [...] Acho que contar histórias e contextualizá-las, dando sentido, é a saída dos jornais. Achar coisas diferenciadas, aprofundar discussões que a mídia eletrônica não pode aprofundar (SANT’ANNA, 2008: 195).

Compartilhando da mesma opinião de Vaia, o diretor-responsável de O Globo, Rodolfo Fernandes, também não acredita no fim dos jornais e ressalta o importante papel que os impressos exercem no sentido de selecionar os principais assuntos do dia, contextualizá-los e entregá-los “de bandeja” aos leitores.

A gente apura, está com 500 assuntos, depois a gente vai refinando isso, nas nossas reuniões de editores às 5 da tarde, isso já passa para 100 assuntos, depois a gente bota 10 na primeira página, dizendo: essa é a manchete, esse é o assunto mais importante, essa é a foto mais importante do dia, esses são os temas que nós entendemos que são os mais relevantes para você, leitor. Então, é um noticiário dirigido, realmente. Se você não gostar da seleção que nós, do Globo fazemos, tem a opção de ler a da Folha ou a do Dia, ou a do Estadão. Mas, basicamente, o que a gente faz é isso: peneirar o noticiário, contextualizá-lo, acrescentar ou a opinião do jornal ou o enfoque editorial que a redação vai dar. A partir daí, você dá ao leitor o seguinte: entenda o que aconteceu no mundo (SANT’ANNA, 2008: 232).

O próprio Fernandes admite que, durante a apuração de determinado fato, os jornalistas são bombardeados por informações advindas de diversas fontes pela Internet, o

que, segundo ele, leva os profissionais do impresso a partirem do pressuposto de que os leitores já estão sabendo do fato. No entanto, ele admite ainda haver um grande número de pessoas que reservam um momento do dia para se informar sobre as últimas 24 horas, exigindo que os jornais continuem publicando o que aconteceu ontem, porém de forma contextualizada.

Para o diretor de redação de O Estado de S. Paulo, os jornais também estão investindo em conteúdos mais próximos aos comumente encontrados em revistas, principalmente nos fins de semana. Questionado quanto a esse assunto, Fernandes, de O Globo, rebate, dizendo que quem precisa se reinventar são as revistas e não os jornais, que, geralmente, possuem conteúdo de melhor qualidade. “Os jornais aprenderam a fazer revista. São matérias investigativas, que levam uma semana, 15 dias, até seis meses, coisa que as revistas não fazem mais” (2008: 229).

Fernandes ressalta ainda que os jornais de hoje são muito melhores do que os de 30 anos atrás, pois as redações estão mais profissionais e mais independentes politicamente. E Vaia enfatiza que, se continuarem investindo em qualidade, os jornais ainda serão rentáveis por muito tempo. Ele acredita que a solução para manter um negócio saudável é trocar a quantidade por qualidade: “em vez de ter redações imensas de 500 pessoas, uma redação mais enxuta, com metade das pessoas, mais bem preparadas, mais bem pagas” (2008: 196). Outro ponto destacado por Vaia é a necessidade de se investir em circulação e influência, duas metas intrinsecamente ligadas.

No entanto, os três editores admitem que a tendência seja diminuir o formato e a circulação, para concentrar esforços na contextualização, na análise e na qualidade da narrativa. Nenhum dos três jornais, no entanto, mostrou interesse em deixar o formato standard, alegando que o brasileiro já está acostumado a ele e dificilmente se adequaria a formatos menores que têm feito sucesso em outros países, como Inglaterra (The Times, The Independent e The Guardian) e França (Le Monde e Le Figaro).

Vaia e Frias ressaltam ainda a tendência de as empresas de jornalismo integrar as redações de impresso e on-line, como já fizeram os americanos USA Today e New York Times⁹. Contudo, enquanto Vaia argumenta que a fusão deve se dar pela necessidade de que os profissionais estejam no mesmo clima, trabalhando com “a mesma cabeça”, Frias avalia

⁹ Na época da entrevista realizada por Sant’Anna com os editores de jornais brasileiros, novembro de 2005, os jornais americanos “USA Today” e “The New York Times” haviam apenas anunciado a intenção de unificar as redações de impresso e on-line.

que o motivo dessa mudança deve ser, sobretudo, em função de corte de custos. Nos Estados Unidos, o argumento do editor do USA Today, Ken Paulson, é combinar as duas redações para ampliar a capacidade de cobertura para os leitores.

Em artigo publicado pelo Observatório da Imprensa, Paulson anunciou que o objetivo era criar uma organização de notícias 24 horas que informaria e atrairia os leitores em múltiplas plataformas (OBSERVATÓRIO, 2005). Além da unificação, a tendência observada entre os principais jornais do mundo inclui também maior utilização de recursos multimídia, disseminação dos blogs e abertura ao chamado “jornalismo cidadão”.

Só para se ter uma ideia dos rumos a que a integração das redações pode levar, é preciso ressaltar que, desde a unificação das redações, o New York Times vem treinando repórteres para saírem às ruas com câmeras de vídeo digitais, com o objetivo de fazer a reportagem impressa ser acompanhada por um vídeo na sua versão on-line (DÁVILA, 2007) – o que ainda não se faz nos grandes jornais do Brasil, mas que pode estar prestes a começar a acontecer.

5. SINAIS DE CONVERGÊNCIA

Pierre Lévy considera que “se a digitalização encontra-se em marcha acelerada, a integração de todas as mídias continua sendo, em contrapartida, uma tendência a longo prazo.” (1999: 65). Ao passo que, para Santaella, “as mídias tendem a se engendrar como redes que se interligam, e nas quais cada mídia em particular tem uma função específica” (1992: 52). Ou seja, ela acredita que mudanças profundas ainda ocorrerão em decorrência da digitalização dos processos informacionais, mas, por enquanto, o que se pode analisar são as tendências para trânsitos e intercâmbios dos meios de comunicação, criando redes de complementaridade.

Os meios mecânicos, que deram origem ao jornal, ao telégrafo, à fotografia e ao cinema, e a Revolução Eletrônica, trazendo o rádio e a televisão, levaram a cultura de massa ao clímax. Com as novas tecnologias de computação e comunicação digital, tais mídias passaram a ser consideradas como tradicionais, em oposição a tecnologias de informação mais recentes, com características interativas e bidirecionais. “Essas novas mídias proliferam através do reaproveitamento das mídias já existentes, provocando um desvio produtivo no uso das tradicionais mídias de massa” (SANTAELLA, 1992:52).

Santaella identifica a cibercultura como um período caracterizado pelo desenvolvimento da multimídia, que converge em si várias formas de comunicação: documentos escritos (imprensa, megazines, livros), audiovisuais (televisão, vídeo, cinema), telecomunicações (telefone, satélite, cabo) e informática (computadores e programas). Portanto, se antes da digitalização os suportes eram incompatíveis – papel para texto, película para fotografia, fita para som e vídeo, etc. –, hoje a transmissão da informação digital é independente do meio e ainda tem outras vantagens, como a redução do custo de armazenamento, por exemplo.

A cultura digital tem propiciado, então, o desenvolvimento da indústria unificada da hipermídia, com a fusão das telecomunicações, da informática, da imprensa, da edição, da televisão, do cinema e dos jogos eletrônicos (LÉVY, 1999). A grande questão é saber – ou

melhor, esperar para ver – se haverá realmente uma total convergência ou se os meios se readaptarão para a convivência e a complementaridade. Santaella considera que se vive um período de sincronização de todas as linguagens, mas até agora não há a certeza “se essa coexistência continuará ou se as tecnologias propiciadoras da cibercultura vão absorver todas as formas de cultura para dentro de sua própria lógica” (SANTAELLA, 2003:78).

É importante registrar na pesquisa aqui desenvolvida os passos dessa transformação, a fim de identificar os sinais de convergência tanto do jornalismo impresso quanto do webjornalismo. Afinal, acredita-se que esses apontamentos refletem, justamente, a questão levantada pelos teóricos de que as empresas de comunicação estão mais preocupadas com a informação do que com o suporte papel, interessadas em conquistar audiência para o seu produto informacional também em outros veículos. Para mostrar como tem se dado este processo no meio impresso, serão estudados alguns indicadores encontrados no jornal O Globo.

O período de análise se estendeu entre os dias 5 e 12 de outubro de 2008, de domingo a domingo. Durante a semana, O Globo estava fazendo uma campanha de autopromoção, com anúncios que diziam o seguinte: “Informação. Onde você estiver, quando você quiser. Analisada, aprofundada, comentada. No papel, na tela, na sua mão. O GLOBO. Muito além do papel de um jornal.” A variação de cada peça ficava por conta das imagens e das inscrições: “Informação. Se existisse no mar, nós surfaríamos” (com a imagem de pranchas de surfe); “Informação. Se existisse em pílula, nós receitaríamos” (com a imagem de vidros de remédio); “Informação. Se existisse líquida, nós engarrafaríamos” (com a imagem de garrafas d’água); e “Informação. Se existisse no ar, nós soprariamos” (com a imagem de ventilador).

Considera-se importante citar aqui essa campanha por acreditar que ela diz muito sobre o que se está buscando apontar a partir da hipótese deste trabalho, afirmando que o futuro do impresso é investir no mercado de informação explorando outros suportes, além do papel. Com estes anúncios, O Globo mostra que seu pensamento vai ao encontro dessa proposta, quando ressalta sua intenção de ir “além do papel de um jornal”, buscando a informação onde ela estiver e oferecendo-a da forma que melhor convier ao leitor.

5.1. INDICADORES DE CONVERGÊNCIA EM O GLOBO

Como foi visto no capítulo 4, é possível identificar elementos da comunicação mediada por computador – como símbolos, ícones e setas – nas páginas dos jornais impressos, o que pode levar a pensar que a arquitetura da informação na Web esteja influenciando o projeto gráfico e visual dos jornais. Não é objetivo deste estudo se aprofundar nesta hipótese, pois se acredita que estes elementos são apenas uma modernização visual e não se constituem plenamente como sinais de convergência de mídias.

No entanto, não se nega a existência de semelhanças visuais entre algumas páginas do impresso e da Web. Principalmente no que diz respeito aos infográficos do impresso, que cada vez exploram mais recursos da editoração eletrônica, misturando textos, números, ícones, fotos, montagens, caricaturas, mapas, bordas, sombreamentos e gráficos em linha, barra ou coluna, sugerindo ideias de movimento, interatividade e hipertextualidade típicos da hipermídia.

Durante os oito dias de análise do impresso, foram identificados alguns sinais de convergência em chamadas para conteúdos extras na Internet, observadas em todas as edições do jornal. Geralmente, ao final das matérias, o leitor é convidado a entrar na Web para ver um vídeo, ouvir uma gravação de áudio, conferir galerias de fotos, textos extras e até infográficos multimídia, relacionados ao assunto da reportagem. Essas chamadas são encontradas em praticamente todas as editorias, porém, com menor frequência, na primeira página do jornal. Das oito edições estudadas, apenas as primeiras páginas dos dias 5 e 6 faziam referências a outros suportes.

No domingo, 5 de outubro, dia de votação do primeiro turno das eleições municipais, foram observadas chamadas para O Globo no celular (Acompanhe pelo celular a apuração), na Internet (Descubra seu local de votação) e também para a seção Eu-Repórter (Envie fotos e relatos sobre campanha irregular), localizadas no rodapé da primeira página. Na chamada em que o jornal convida o leitor a acompanhar os passos da apuração dos votos pelo celular, o serviço funciona da seguinte forma: o usuário entra no site pelo link indicado, cadastra-se e passa a receber mensagens de notícias curtas sobre as eleições. Cada notícia recebida custa de R\$ 0,10 (dez centavos de real). A segunda chamada, para O Globo na Internet, oferece informações adicionais sobre os locais de votação. E a última, para a seção

Eu-Repórter, é um convite para que o leitor atue como jornalista cidadão, registrando irregularidades na campanha dos candidatos e enviando para o site do jornal, em forma de fotos ou textos, material referente à eleição em sua cidade.

No dia 6, também em um box no rodapé, foram verificadas chamadas para O Globo na Internet, indicando as seções Fotogaleria (Eleitores e candidatos pelo país) e Eu-Repórter (Jovem relata como é votar pela 1ª vez). A primeira aponta para a cobertura fotográfica das eleições em algumas cidades do país – com destaque para Rio de Janeiro e São Paulo –, apresentada em forma de *slideshow*. A segunda para o texto de um leitor publicado na seção Eu-Repórter.

Durante a semana, foram verificadas 13 referências apontando para conteúdos em vídeo, 20 referências para conteúdos de áudio, 25 chamadas para galerias de fotos, 4 para infográficos multimídia na Internet e duas convidando o usuário a receber notícias pelo celular. Além disso, também foram identificadas 61 referências hipertextuais, chamando o leitor a conferir textos extras relacionados ao assunto no site do jornal. Em relação à participação, foram 5 chamadas para contribuição na seção Eu-Repórter, do site, e outras 40 referências convidando o leitor a dar a sua opinião ou contribuir de outras formas, produzindo informações e dados para o site. A análise detalhada do uso de recursos multimídia ao longo das páginas de O Globo é o que se segue.

5.1.1. Referências a vídeos

Em praticamente todos os dias, com exceção do domingo, dia 12, há nas páginas do impresso ao menos uma referência a vídeos publicados no site O Globo. Normalmente, estes conteúdos são reportagens em audiovisual ou gravações de entrevistas relacionadas à matéria publicada no jornal, que trazem informações complementares ou elucidam o tema antes apresentado em linguagem escrita.

Há também referências a vídeos retirados de outros sites e publicados em O Globo na Internet, a fim de exemplificar o que foi dito no texto. Por exemplo, no dia 5, na página 52, da editoria Mundo, foi publicada uma matéria do The New York Times sobre um episódio do

desenho animado “The Simpsons” em que o personagem Homer tenta votar em Obama, mas a urna registra o voto em McCain, fazendo alusão à possibilidade de fraudes eleitorais nos Estados Unidos. É claro que, depois de ler a matéria, o leitor pode ter a curiosidade de conhecer o episódio. Para saciar esse desejo, ao final do texto tem-se a seguinte chamada: “Veja Homer votando em episódio dos ‘Simpsons’ – oglobo.com.br/mundo/eleicoesamericanas”. Como um link, o endereço eletrônico direciona o leitor para um trecho do episódio comentado na matéria.

Outro vídeo interessante é o que consta no link da página 4 do Segundo Caderno, no dia 6 de outubro. A matéria é sobre o musical “Sessão da tarde”, ambientado da década de 1960, explorando repertório característico da Jovem Guarda, cuja estréia, no Rio, estava prevista para aquela semana. Ao final do texto, a chamada para O Globo na Internet convida o leitor a assistir um trecho do musical, com uma amostra da atuação do elenco, entrecortada por comentários do diretor Flávio Marinho sobre a sinopse, a montagem e os dias de apresentação do espetáculo.

Nessa mesma linha de complementaridade entre vídeo e texto, no Segundo Caderno, do dia 10, havia uma chamada para que o leitor pudesse assistir, no site O Globo, ao trailer do filme “Fay grim”, dirigido por Hal Hartley, que concedeu entrevista ao jornal, publicada na página 4. Também no Segundo Caderno, porém, na página 2 da edição do dia 7, a matéria “Bossas que vão além da efeméride” traz, ao final do texto, uma chamada para o vídeo em que aparece o trompetista e cantor alemão Till Brönner gravando com músicos brasileiros para o álbum “Rio”. O vídeo traz imagens do músico passeando pela cidade do Rio de Janeiro, depoimentos de parceiros brasileiros e do próprio Brönner, além de trechos de gravações dos artistas atuando em estúdio.

Na página 21 da editoria Rio, publicada no dia 9, tem-se outra chamada para um vídeo interessante, que mostra, através de uma câmera escondida, um rapaz confessando a venda ilegal de porcos-do-mato, ameaçados de extinção. A reportagem, intitulada “A cada duas horas PF apreende um animal”, conta que, em um período de três meses, mais de 900 bichos retirados por caçadores que atuam na Reserva Biológica do Tinguá foram apreendidos pela Polícia Federal.

5.1.2. Referências a gravações de áudio

Em todas as edições analisadas houve referências a conteúdos de áudio, direcionando o leitor para O Globo na Internet. A maioria destes conteúdos contém trechos de gravações que trazem entrevistas com algumas fontes utilizadas no texto, fornecendo informações extras para os leitores interessados em aprofundar ainda mais o tema abordado pelo jornal ou apenas reforçando a credibilidade da apuração, como uma prova de que o entrevistado disse realmente aquilo que está escrito.

Das gravações complementares ao impresso, destaca-se o discurso histórico do deputado Ulysses Guimarães – morto em um acidente aéreo cinco anos depois desta promulgação –, anunciando as mudanças na Constituição Federal, em 5 de outubro de 1988. O arquivo, com duração de pouco mais de 30 minutos, foi publicado no blog Rádio do Moreno, que integra o conteúdo do site, no domingo, dia 5.

Além deste arquivo histórico, também se encontram declarações de candidatos às eleições municipais do Rio de Janeiro; do presidente Lula; do secretário de segurança do Rio; do governador de Minas, Aécio Neves; de uma vítima de abuso sexual; de funcionários de financeiras falando da crise econômica, entre outras fontes de informações sobre os temas abordados por O Globo durante a semana. Há até um áudio em inglês, contendo uma declaração do diretor presidente do FMI, Strauss-Kahn, falando sobre os reflexos da crise financeira no Brasil. Este foi publicado dia 9, no site de O Globo, e teve chamada na página 28, da editoria de Economia, no dia 10 de outubro.

Já no Segundo Caderno, foi verificada a utilização de outro tipo de áudio, geralmente, referindo-se a músicas comentadas nas matérias. Outro tema abordado pela matéria “Bossas que vão além da efeméride”, publicada no dia 7, na página 2 do Segundo Caderno, era a trilha sonora do filme “Os desafinados”, que retrata as origens da bossa nova. Ao final da reportagem, a chamada para O Globo na Internet, sugere ao leitor que vá até o site ouvir o ator Rodrigo Santoro – que integra o elenco do filme – cantando a faixa “Miranda”, da trilha sonora do longa-metragem nacional.

Ainda no Segundo Caderno, a edição do dia 11 trouxe uma reportagem especial sobre o centenário de nascimento de Cartola. O texto começa na primeira página e continua nas páginas 2 e 4. Nesta última, no canto inferior esquerdo, há um box com chamadas para O

Globo na Internet, oferecendo ao leitor a opção de conferir fotos raras e inéditas do sambista, poeta e compositor, além de ler um trecho do livro biográfico “Cartola, os tempos idos” e ouvir dez de seus maiores clássicos (“Peito vazio”, “Tive sim”, “Tempos idos”, “As rosas não falam”, “Acontece”, “O mundo é um moinho”, “Autonomia”, “Sala de recepção”, “Alvorada” e “O sol nascerá”). Na página da Internet, em que no mesmo dia foi publicado um trecho da matéria do impresso, o usuário ainda poderia votar em sua faixa preferida entre estas dez.

Outro conteúdo de áudio referente a música foi publicado na página 30 da editoria Rio, na edição do domingo, dia 12 de outubro. Ao final da matéria, intitulada “A lucrativa indústria do samba-enredo”, o leitor é convidado a se direcionar ao site O Globo para ouvir sambas de escolas que não foram campeãs, mas que fizeram sucesso e ficaram na memória como símbolos do carnaval brasileiro. Na página da Internet, um trecho da reportagem e dois links de áudio permitem ouvir as faixas “Flor mulher”, samba-enredo da Portela, e “Estrela da Madureira”, da Império Serrano.

5.1.3. Referências a galeria de fotos

Analisando as chamadas do impresso que apontam para a galeria de fotos da seção Multimídia do site, percebe-se que, na maioria das vezes, este recurso é utilizado como forma de disponibilizar ao leitor o material fotográfico produzido para aquela reportagem, mas que, provavelmente por falta de espaço no papel, não foi publicado. Geralmente, as matérias do impresso são ilustradas por uma ou duas fotos, e o restante das imagens pode ser visto pela Internet, nesta seção. Das 25 chamadas para este tipo de conteúdo, encontradas durante o período de análise, seis indicavam para a cobertura fotográfica de futebol, pois haviam acontecido jogos do Campeonato Brasileiro de 2008.

Entre as imagens de futebol, no entanto, destaca-se a seqüência de oito fotos sobre os dribles do jogador Robinho, em um jogo das eliminatórias da Copa contra o Equador, publicada dia 9 no site. A matéria do impresso, intitulada “Mais conservadora, seleção deve ter Elano, Kaká e Adriano”, cuja chamada indicava para esta fotogaleria, não trouxe, no entanto, nenhuma imagem sobre estes lances de Robinho. O leitor que se interessasse em

conferir as fotos dos dribles, que, segundo o texto, estariam expostas no Maracanã, deveria procurá-las no site do jornal.

No primeiro caderno de O Globo também há outras referências a fotogalerias interessantes para destacar. Na editoria O País, do dia 5 de outubro, a matéria “Para quando o futuro aportar no cais” fala do projeto de revitalização da Zona Portuária do Rio e resgata um pouco das origens do local. A página 17 traz o texto, um infográfico com informações extras sobre o bairro, uma foto maior mostrando uma panorâmica do porto e duas fotos menores, uma do Cemitério dos Ingleses, que fica na região, e outra de um monte de lixo, retratando a degradação do local. No rodapé, a chamada para O Globo na Internet convida o leitor a conhecer “O porto ontem e hoje”, na seção galeria do site, que traz 12 fotos antigas e atuais, reforçando a ideia de que o local necessita de mais atenção do poder público.

No dia 7, a editoria Economia apresentou uma série de reportagens sob o selo Abalo Global e, na página 38, a matéria “Socorro nos EUA chegará a US\$ 1,6 trilhão” trouxe, ao final, a seguinte chamada com link para a galeria: “Imagens da crise no mundo”. Enquanto a matéria do impresso é ilustrada com a foto de um protesto após uma audiência para apurar os motivos da crise financeira, no site, uma seção de 18 fotos, com flagrantes de pessoas trabalhando em bolsas de valores pelo mundo, passa a ideia do desespero dos operadores na Alemanha, nos Estados Unidos, na Argentina, no Japão, na China, na Indonésia, no Kuwait e na Espanha.

Ainda no primeiro caderno de O Globo, outra chamada para galeria foi publicada dia 12 de outubro, na editoria Ciência, página 60. A matéria “Isolados pedaços de terra onde aviões e helicópteros não têm vez” – que falava sobre as ilhas brasileiras mais distantes da costa, que funcionam como base para militares, pesquisadores e cientistas – trouxe no rodapé o link com a chamada “Veja as imagens das ilhas brasileiras”. No site, sobre este tema, há duas seções de fotos: “A fauna das ilhas brasileiras”, com 22 imagens de espécies que habitam o arquipélago de São Pedro e São Paulo, no Nordeste, e as ilhas de Trindade e Martim Vaz, no Sudeste; e “Bastidores das ilhas do Brasil”, mostrando em 15 fotos alguns momentos dos jornalistas Antônio Marinho (repórter) e Simone Marinho (fotógrafa), que viajaram em uma expedição da Marinha do Brasil.

Já no Segundo Caderno de O Globo percebe-se um perfil diferente de fotogaleria, pois, ao invés de apresentações de fotos jornalísticas elaboradas para a reportagem, como na maioria dos casos observados no primeiro caderno, as referências apontam para imagens complementares, oriundas de pesquisas ou cedidas por fontes. Nos dias 6 e 9 de outubro, as

chamadas para galeria têm o objetivo de mostrar ao leitor mais imagens das exposições de arte abordadas nas matérias. Na página 10, do dia 6, há uma matéria sobre a mostra “Van Gogh e as cores da noite”, em cartaz no Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA), e na galeria do site estão nove reproduções de obras, além das quatro publicadas no impresso, que integram as 23 telas da exposição. Também no dia 9, o Segundo Caderno traz uma matéria sobre a mostra “Anna Bella Geiger – Fotografia além da fotografia”, no Museu de Arte Moderna do Rio. A página impressa contém cinco reproduções de obras, enquanto a galeria da versão on-line traz imagens de outros seis trabalhos da artista plástica.

A matéria da página 2 do Segundo Caderno do dia 10, intitulada “Rosto e alma de ‘Persona’ traz suas mutações”, fala sobre a vinda da atriz norueguesa Liv Ullmann ao Brasil, para lançar seu livro de memórias, “Mutações”, e participar de uma mostra de filmes da Cinemateca Brasileira. Ao final do texto, o leitor é convidado a ver fotografias da atriz no site do jornal, onde estão publicadas 11 imagens, entre fotos de arquivo pessoal e cenas de alguns filmes de sua carreira.

Outra fotogaleria com link no Segundo Caderno que demandou pesquisa da equipe de reportagem é a que traz imagens raras e inéditas de Cartola – onde o músico aparece em sua infância; em casa com a esposa; no hospital quando esteve internado; e há até imagens de seu velório na quadra da Mangueira. A chamada para este conteúdo foi publicada na página 4, no dia 11 de outubro, após uma série de reportagens que tratavam do centenário de nascimento do poeta do samba.

5.1.4. Referências a infográficos em multimídia

Nas oito edições analisadas, há quatro chamadas para infográficos em multimídia publicados no site. Um deles é sobre a evolução da crise econômica¹⁰, trazendo uma linha do tempo que mostra os principais episódios da crise e seu desenrolar desde o dia 7 de fevereiro de 2007 até o dia 25 de novembro de 2008. Ao demarcar o período desejado na linha, logo abaixo aparece um gráfico, com vários nós que revelam hipertextos quando o mouse é

¹⁰ Infográfico sobre a evolução da crise econômica disponível em http://oglobo.globo.com/economia/infograficos/2008/10/03/infografico_sobre_crise_financeira-548540368.asp

arrastado sobre eles. Ao clicar em cada link, abre-se uma caixa de texto explicando o fato que gerou aquela queda ou alta registrada na movimentação da linha. No canto direito do box também há dois links referentes à origem da crise e a um glossário sobre a mesma. Do primeiro, abre-se uma série de cinco slides contextualizando os fatos que a desencadearam, enquanto o segundo remete o usuário a um texto de O Globo na Internet, publicado no dia 29 de setembro de 2008, contendo um glossário com os principais termos referentes ao tema em questão.



A segunda chamada em rodapé de matéria do impresso, apontando para infográfico em multimídia no site do jornal era para mostrar o desempenho dos candidatos à Prefeitura de São Paulo – Marta Suplicy e Gilberto Kassab – em cada região. A terceira apontava para um infográfico que indicava onde Marta havia obtido mais votos. E a quarta referência direcionava a um infográfico interativo, explicando o escândalo do mensalão de forma muito bem humorada.



Figura 11

Este último merece uma descrição mais detalhada por utilizar muitos recursos multicódigos¹¹. Logo na primeira imagem, no canto direito, há um slide em que se alteram imagens do rosto dos políticos envolvidos no esquema e, no lado esquerdo, sete malas, sendo que em cinco delas há links para as seguintes páginas do gráfico: “cronologia”, “personagens”, “vocabulário da crise”, “números da crise” e “o que você achou”. Em cada um destes links, o usuário se depara com novos recursos interativos, explorando fotos, ilustrações, hipertextos e áudio. Ainda estão na página de abertura a inscrição “A crise política de um jeito interativo e bem-humorado como você ainda não viu” e a imagem de um rádio com a chamada: “Extra! Rádio Mensalão”, onde é possível ouvir um relato humorístico sobre o escândalo.

¹¹ Infográfico sobre o escândalo do mensalão disponível em <http://oglobo.globo.com/pais/escandalos/>



Figura 12

Aqui também vale destacar alguns infográficos do impresso que, apesar de não apresentarem recursos multimídia, por estarem em suporte papel, ou seja, bidimensional, sugerem uma multimídia por meio de sobreposição de imagens e balões de texto que se assemelham a links de hipertextos prestes a serem clicados. Na página 36 da edição do dia 7 de outubro, um infográfico intitulado “A Bovespa durante o dia” traz um gráfico em linha, mostrando a movimentação da bolsa e algumas caixas de texto posicionadas sobre nós, explicando o fato motivador de quedas e altas – semelhante ao infográfico em multimídia sobre a evolução da crise econômica, comentado anteriormente.



Figura 13

Outro infográfico do impresso que merece destaque trata das eleições norte-americanas e foi publicado também no dia 7, na página 46. Neles há duas fotos do estúdio onde se realizaria o debate entre os dois candidatos à presidência dos Estados Unidos. Em uma delas, os candidatos e o mediador são representados por “bonecos”, cujos corpos são contornados por uma linha branca, como se fossem eles próprios links para a explicação sobre o posicionamento e a função de cada um deles, que vem em balões de texto apontados com uma seta para cada personagem. O infográfico assemelha-se visualmente a uma peça em multimídia e ainda sugere supostas interatividade e hipertextualidade.

5.1.5. Referências hipertextuais

Além de trazer indicações para que o leitor possa buscar por informações complementares na seção multimídia do site, em vídeos, áudios e fotogalerias, o jornal O Globo também traz, no rodapé de algumas matérias, links que direcionam a conteúdos de texto relacionados ao tema abordado. Esse tipo de referência, de certa forma, pode ser visto como uma espécie de hipertextualidade. Afinal, se o leitor estivesse na plataforma da Web, bastaria dar um clique para saber mais sobre o assunto. Ao todo, foram encontradas 61 referências deste tipo e, para facilitar a análise, serão apontadas, neste montante, algumas categorias, dividindo os textos entre artigos, conteúdo de blogs, conteúdo de colunista, cobertura jornalística, texto complementar e texto relacionado ao tema.

Na categoria artigos, encontram-se as chamadas com a frase “Leia mais artigos” observadas em todas as edições analisadas, sempre no rodapé da página dedicada à editoria Opinião. A cada dia, ela traz um link para a seção Opinião de O Globo na Internet, que contém artigos de leitores, identificados por assunto. Nesta página da Internet, o usuário também tem acesso a uma seleção dos artigos mais lidos e dos mais recentemente publicados.

Já em relação à categoria conteúdos de blogs, foram encontradas referências “hipertextuais” nas edições de 6, 8 e 10 de outubro. No dia 6, logo abaixo de uma matéria sobre o Campeonato Italiano, na página 50 da editoria Esporte, há uma chamada que convida o leitor a ler mais sobre o futebol no mundo, no blog Planeta que Rola. Já no dia 8, também

na editoria Esporte, página 40, ao final da matéria “Brasil garante vaga na final feminina do WQS carioca”, encontra-se a seguinte chamada para O Globo na Internet: “Leia mais sobre o WQS no blog Radicais”. E na página 11, da editoria Rio, no dia 10, uma matéria sobre o resgate de um carro roubado, contém, no rodapé, a chamada “Blog: Por que a polícia costuma falhar quando mais se precisa dela”.

Durante o período de estudo, foi feita apenas uma referência a textos de colunistas do site, no dia 11 de outubro, na editoria Política. A página 30, a matéria “Em meio ao caos, Bush pede calma” traz ao final uma chamada para a coluna de Miriam Leitão, que, avaliando o momento econômico, disse que o Governo Bush já havia acabado, mesmo antes das eleições presidenciais norte-americanas.

Na categoria cobertura jornalística, reuniu-se chamadas para conteúdos especiais sobre as eleições municipais no Brasil (publicada no dia 5), as eleições americanas (dias 7 e 8), a crise financeira (dias 7, 8 e 9) e o Festival do Rio (dias 5, 6, 7, 8 e 9). Neste conjunto, também foram colocadas as chamadas com links para mais informações sobre meteorologia (dias 6, 7, 8, 9 e 11) e sobre os indicadores e números do mercado financeiro (dias 7, 9 e 11), incluindo também uma indicação para conferir a cobertura especial do jogo da seleção brasileira contra o Irã (publicada no dia 11).

O critério aqui utilizado para diferenciar as chamadas para Internet referentes a texto complementar e a texto relacionado ao tema foi o seguinte: por texto complementar entende-se a continuação do mesmo assunto em outro texto, ora com a publicação na íntegra, no site, de um conteúdo comentado no impresso, ora com textos que poderiam ser lidos como continuação da matéria, mas que por razão de limite de espaço físico não couberam na página; por outro lado, entende-se como texto relacionado ao tema, conteúdos que por si só podem ser considerados como reportagens ou matérias, mas que trazem informações que, de certa, forma acrescentam ao que foi lido no impresso.

Na categoria texto complementar, por exemplo, a chamada publicada na página 33 da editoria Rio, no dia 5 de outubro, convida o leitor a ler na íntegra o artigo da antropóloga Ana Paula Miranda, ouvida como fonte na reportagem “O cobertor curto da segurança”. Aliás, um dos parágrafos do artigo é exatamente igual a uma citação entre aspas com uma fala da antropóloga na matéria impressa.

Outro exemplo publicado no mesmo dia, na primeira página do Segundo Caderno, é a matéria “Autocrítica é a chave”, com o subtítulo “John Malkovich revela manhas de que

um ator precisa para vencer em Hollywood”. Ao final, lê-se a seguinte chamada para O Globo na Internet: “Leia depoimento de John Malkovich sobre Manoel de Oliveira”. Pelo link, na Internet, há uma reportagem sobre o mesmo tema, assinada pelo mesmo jornalista, publicada na tarde do dia anterior. Os três primeiros parágrafos da matéria do site são idênticos ao do jornal, porém os quatro seguintes trazem comentários do ator sobre o cineasta Manoel de Oliveira, que não constam no impresso. Neste caso, são duas matérias diferentes, mas complementares, que poderiam ser publicadas na íntegra tanto no site quanto no jornal. Acredita-se que seccioná-las dessa forma pode ser uma estratégia para obrigar o leitor a transitar pelas duas mídias, pertencentes à mesma empresa.

5.1.6. Referências ao serviço de notícias pelo celular

Durante o período analisado, também foram identificadas duas chamadas para O Globo no celular, um serviço do site que disponibiliza notícias em tempo real através de sua versão móvel, acessada pelo endereço <oglobo.mobi>. Apesar de publicadas em dias diferentes, no rodapé de matérias diferentes, as duas chamadas remetiam ao mesmo assunto: “Acompanhe o mercado pelo seu celular”. Para receber notícias sobre o mercado financeiro, o leitor deveria acessar de seu celular a página <globo.mobi/economia>. Este tipo de serviço é oferecido apenas aos que possuem celulares que permitem acesso à Internet. O usuário deve se cadastrar no site do jornal e, neste caso, não paga nenhuma taxa pelo serviço, apenas o acesso à Internet é cobrado pela operadora do seu celular, de acordo com o plano de assinatura. No entanto, para receber notícias via SMS deve arcar com o custo de R\$ 0,10 por notícia, como visto anteriormente na análise do site O Globo.

5.1.7. Referências à participação

Em muitas das chamadas para Internet, ao final das reportagens analisadas no jornal impresso, havia convites à participação do leitor. Durante o período analisado, cinco destas referências indicavam para a seção Eu-Repórter do site, um espaço aberto à publicação de textos, fotos e vídeos enviados por leitores chamados de jornalistas cidadãos (conceito explicitado no capítulo 3). Logo na primeira página da edição do dia 5 de outubro, no rodapé, havia a chamada: “Envie fotos e relatos sobre campanha irregular”, convidando o leitor a contribuir com a cobertura das eleições.

Na mesma edição, ao final de uma matéria sobre flagras de descumprimento do código de posturas pela própria Prefeitura do Rio, havia outra chamada à participação na seção Eu-Repórter: “Viu erros gramaticais em placas e lojas do Rio? Mande para nós”. Já na página 21 do dia 9, a matéria “Chuva provoca acidentes”, traz ao final a seguinte referência à participação: “Você enfrentou dificuldades por causa da chuva? Envie fotos e relatos para nós”.

Na edição do dia 11, há ainda outros dois convites. Na página 23, ao final da matéria “Fumaça assusta passageiros de trem do metrô”, o leitor é chamado a postar fotos que, por ventura, tenham sido tiradas no momento da pane. E, na página 26, o assunto é a língua negra que se formou nas areias da praia de Copacabana, no Rio. A matéria discute a possibilidade de o fenômeno ter sido causado por vazamento de esgoto e a inscrição no rodapé convida à publicação de comentários e imagens: “Viu alguma língua negra na praia? Mande fotos e relatos”.

A partir destes cinco casos, pode-se inferir que O Globo pressupõe existir uma parcela de seus leitores interessados em produzir e publicar conteúdos de utilidade pública relacionados a aspectos sociais como eleições, chuvas e poluição. Além disso, O Globo também parece supor que o leitor predisponha de equipamentos necessários e discernimento para retratar situações que tenham valor como notícia. Tanto que, além de dedicar um espaço em seu site à atuação destes jornalistas cidadãos, o jornal ainda sugere os tipos de matéria que mais favorecem a participação destes “prosumidores”.

Ainda dentro das referências à participação de leitores, não há como deixar de ressaltar que, nas oito edições do período analisado, todos os textos da seção Carta dos

leitores foram enviados por e-mail. Isso demonstra o quanto os leitores estão antenados com a tecnologia digital e leva a pensar que este leitor que envia comentários ao jornal por e-mail também possa ter lido o jornal pela Internet e, já estando on-line, resolveu escrever sobre algum dos assuntos do dia. Apenas uma suposição.

Durante a semana, O Globo repercutiu, tanto no impresso quanto na Internet, o caso de um professor que foi demitido da escola em que lecionava quando a direção descobriu que, paralelamente às atividades em sala, ele era escritor de poesias eróticas. A notícia gerou muitos comentários no site do jornal. Então, na página 27, da edição de 7 de outubro, o impresso publicou trechos de dois comentários de leitores retirados da seção Opine, do site.

Outra forma curiosa de participação diz respeito à sugestão de pauta por parte do leitor. Na página 43, da editoria Economia, publicada no dia 6 de outubro, ao final de uma matéria sobre os efeitos da crise econômica, com especialistas dizendo que é hora de apertar o cinto, o leitor é convidado a mandar sugestões de reportagem para <voceinveste@oglobo.com.br>. Na página 55, do dia 12, na mesma editoria, há uma matéria, dentro da coluna Defesa do Consumidor, sugerida por um leitor que também atua como fonte no texto, reclamando que o pacote de fraldas que ele costuma comprar, teve redução do número de unidades, sem redução do preço.

No período a que se detém a análise, foram identificadas outras 40 referências à participação. Algumas delas incitam o leitor que se identificou com a reportagem a contar sua própria história relacionada ao tema – como “A alta do dólar pegou você de malas prontas? Conte sua história” ou “Teve problemas para conseguir crédito? Conte”. Outras pedem que ele envie sua opinião sobre o fato – como em “Para você, qual a maior surpresa das eleições?”, “O que você acha da mudança de perfil da Casa França-Brasil” ou “O que você acha do valor da indenização?”, por exemplo. Neste montante, há ainda perguntas típicas de enquete em que o leitor pode responder sim ou não – como “O Brasil vai jogar melhor do que da última vez contra a Bolívia?” ou “Você já teve o cartão de crédito clonado?”.

Há também chamadas para testes de conhecimento, que convidam o leitor a entrar no site e responder a um questionário sobre determinado tema. Alguns exemplos da semana analisada: “Teste seus conhecimentos sobre o Sendero”, “Confira seus conhecimentos sobre os candidatos” e “Teste seus conhecimentos sobre o território marítimo brasileiro”. Além disso, em algumas dessas chamadas, o leitor é convidado a contribuir com a reportagem enviando perguntas para os entrevistados – como em “Envie uma pergunta para Paes ou Gabeira”.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hipótese principal deste trabalho nasceu da observação de sucessivas transformações sociais, culturais e cognitivas, influenciadas pelo desenvolvimento tecnológico, notadamente a partir da Revolução Digital, desencadeando um processo de reconfiguração do jornalismo, sobretudo na mídia impressa. Com o estudo teórico desenvolvido no capítulo dois, foram identificadas algumas dessas mudanças observadas nas formas de produção e consumo da informação, em uma sociedade em rede que prima pela fragmentação, simultaneidade, diversidade e velocidade de seus produtos culturais.

Também neste capítulo, viu-se que o processo de informatização e popularização da Internet vem proporcionando, gradualmente, maior autonomia aos usuários. O primeiro sinal dessa autonomia se deu quando se começou a buscar informação em diferentes fontes e meios; em seguida, estes usuários passaram a produzir conteúdos, incentivados pelas facilidades de publicação on-line; e, atualmente, já são capazes de modificar a própria plataforma da Web. Chamados de “prosumidores”, eles não apenas se utilizam do meio, mas também atuam como leitores, produtores, colaboradores, programadores e avaliadores de conteúdos.

Com tantos atores interagindo no ciberespaço, pode-se pensar que a Internet se constitui como uma praça pública para o exercício da democracia. No entanto, ao estudar o mapeamento da Web empreendido por pesquisadores da Universidade de Notre-Dame, constatou-se que, na verdade, a Internet é formada por poucos nós ligados a milhares de links, também conhecidos como centros ou pólos, e uma infinidade de pequenos nós com pouca conectividade. Ou seja, somente o conteúdo publicado em sites considerados centros ou pólos possuem grande visibilidade no ciberespaço, ao passo que a maioria das publicações, apesar de estarem on-line não são democratizadas, pelo simples fato de não terem visibilidade.

Ao conhecer o funcionamento da rede é possível entender a crescente atuação destes usuários de Internet como colaboradores, atuando gratuitamente em projetos como a Wikipédia e em sites de notícia que, cada vez mais, têm proporcionado abertura de espaço a

publicação de conteúdos produzidos por cidadãos, também chamados a avaliarem e comentarem as notícias da equipe de redação. Essa abertura à participação, bem como o aumento da interatividade e do compartilhamento de dados, estão entre as características da Web 2.0, que também influenciam novas práticas de jornalismo.

Aproveitando as novas possibilidades da Web 2.0 e explorando o potencial de multimídia, interatividade, hipertextualidade, atualização e personalização, o que se tem visto nos principais sites de notícia é o surgimento de uma nova linguagem propriamente desenvolvida para a Web como meio de comunicação. Ao analisar o conteúdo do site O Globo, por exemplo, verifica-se a presença de reportagens aprofundadas com textos extensos e não apenas matérias curtas como se previa nos primórdios do webjornalismo. Também é possível observar que, na maioria das matérias, prevalece o uso de entretítulos como recurso de fragmentação do texto, a fim de tornar a leitura mais leve e atraente.

Em termos de linguagem, verificou-se grande hipertextualidade na maioria das matérias publicadas no site O Globo, possibilitando aos usuários uma leitura pró-ativa e interativa, com informações extras, contextualização e maior aprofundamento do tema. Além das possibilidades de leitura hipertextual, outros caminhos de interatividade oferecidos pelo site são as oportunidades de avaliar, comentar e publicar conteúdo produzido por usuários. Por meio de informações obtidas em entrevistas com o diretor-responsável de O Globo, Rodolfo Fernandes, e também diante da análise do site, conclui-se que a participação do leitor como “jornalista cidadão” vem sendo encarada seriamente pelas empresas do ramo, com o objetivo de abarcar para si um tipo de produção que poderia vir a concorrer com o jornalismo profissional, como acontece com os blogs nos Estados Unidos, por exemplo¹².

Apesar de haver bastante hipertextualidade, não se constatou, no período analisado, o uso de recursos próprios da hipermídia na construção textual das matérias do site. Algumas apontam para conteúdos de áudio, vídeo, galeria de fotos e blogs que podem ser acessados por meios de links. No entanto, nenhuma das reportagens analisadas soube explorar estes recursos em sua própria narrativa. Isso porque há uma forma padrão de publicação das matérias que não permite ao webjornalista utilizar plenamente as potencialidades da hipermídia integradas ao texto, o que acaba gerando um resultado visualmente pobre.

¹² Em entrevista à Globo News, o diretor de O Globo, Rodolfo Fernandes, afirmou que os blogs e sites de jornalismo cidadão nos Estados Unidos surgiram em resposta à falta de credibilidade dos jornais impressos e por isso competem mais seriamente como fontes de informação – o que não acontece no Brasil.

Em relação à atualização, percebe-se que, ao longo do dia, a homepage do site O Globo apresenta diferentes manchetes, direcionando a matérias sempre atuais. Durante a semana a que se ateve o presente estudo, as temáticas mais exploradas foram as eleições municipais e a crise econômica mundial, mas, mesmo com a repetição do tema, a cada horário em que o site era capturado havia uma nova manchete. Esse processo leva a crer que, diferentemente do impresso, em que a equipe de editores se reúne uma vez ao dia para discutir qual será a manchete da próxima edição, no site, esse tipo de decisão precisa ser tomada várias vezes ao dia, exigindo dinamismo, rapidez e perspicácia dos profissionais.

Outra observação interessante, ainda em relação à atualização, é que o menu de notícias em tempo real – que em O Globo tem o nome de Plantão – vem perdendo lugar de maior visibilidade da homepage, ao passo que as matérias consideradas mais importantes são apresentadas em títulos de destaque, atualizados ao longo do dia, de acordo com o desenvolvimento do fato ou com o andamento da apuração.

Mesmo em um site de renome, que traz a chancela de uma das maiores, mais influentes e confiáveis empresas de comunicação do país, infelizmente, foram encontrados erros grotescos em relação à gramática e à ortografia nas matérias conectadas à manchete da homepage. Pelo perfil dos erros encontrados, acredita-se que os principais motivos sejam pressa, descuido, falta de atenção e ausência de revisão editorial.

Depois de estudar as características do webjornalismo e analisar os recursos utilizados pelo site na construção das notícias, conclui-se que, de acordo com as fases de desenvolvimento propostas por Pavlik, O Globo encontra-se em um nível de transição entre o segundo e o terceiro estágio. Isso porque, no site, é possível encontrar uma produção de conteúdos específicos para a Web, com utilização de hipertexto e recursos multimídia, além de publicação de notícias em tempo real e oferta de canais de personalização e interatividade. No entanto, nem O Globo, nem qualquer dos sites ligados a grandes jornais no Brasil possuem projetos editoriais específicos para Internet, que permitiriam ao leitor uma experiência imersiva em narrativas repletas de recursos multicódigos e hipertextuais.

A segunda parte da hipótese deste trabalho diz respeito às influências da tecnologia na reconfiguração do jornalismo impresso. Optou-se por estudar primeiramente o webjornalismo por acreditar que o desenvolvimento de uma linguagem de comunicação específica para a Internet e a consolidação da Web como meio de comunicação tenham, em parte, desencadeado essa reconfiguração. Afinal, de olho nas possibilidades de expandir seus

negócios e alcançar novos públicos, muitas empresas de jornalismo impresso passaram a investir em sites com conteúdo complementar à mídia tradicional.

A princípio, essas empresas criaram equipes de redação específicas para trabalhar com a produção de notícias on-line, 24 horas por dia, mas, atualmente, a tendência é a integração das redações e a interligação entre os conteúdos das duas mídias, principalmente com o impresso direcionando leitores a conferir conteúdos extras em sua página on-line, como foi verificado na análise das edições do jornal O Globo.

Ao contrapor apontamentos feitos por teóricos da comunicação com a opinião dos diretores de redação dos jornais O Globo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo fica clara a divergência em relação ao futuro do impresso. É interessante notar que, enquanto os pesquisadores acreditam na assimilação dos jornais pela mídia digital, os que trabalham diariamente com o meio impresso não conseguem admitir ou vislumbrar o seu fim, apenas consideram que pode haver modificações no perfil, na estrutura de produção e até mesmo no tipo de suporte, com o desenvolvimento da tinta eletrônica. Se, por um lado, os pesquisadores merecem crédito em suas proposições por avaliarem a situação com um olhar mais crítico, vendo de fora, por outro, questiona-se se não teria mais razão quem lida diretamente com a produção, em cargos estratégicos de direção.

Alguns pesquisadores e profissionais afirmam que os jornais deverão dar menos importância às chamadas *hard news*, ou notícias quentes, partindo do pressuposto de que todos já se informaram sobre o fato no momento de sua ocorrência, por meio dos veículos de atualização instantânea, como TV, rádio e Internet. Ao passo que outros, sustentam que, por ainda existir uma parcela da população que dedica parte do dia para saber dos principais acontecimentos do dia anterior, é preciso manter esse tipo de publicação, buscando extrapolar a simples notícia do fato e oferecendo ao leitor algo mais, como contextualização e análise.

A partir dos estudos teóricos publicados sobre o assunto, também se conclui que os jornais impressos tendem a investir mais no aprofundamento e na contextualização dos fatos, com análises e opiniões de especialistas – uma produção mais semelhante ao jornalismo de revista, com reportagens investigativas e matérias especiais. Mesmo que, por alguns anos, ainda perdure a publicação de *hard news*, acredita-se que, gradualmente, os impressos devem se render à diminuição deste tipo de conteúdo.

A análise das edições impressas de O Globo, a partir dos indicadores que apontavam para conteúdos extras disponíveis no noticiário on-line, também leva a crer que,

no futuro, os impressos possam atuar como guias de conteúdos publicados em seus sites. Mesmo sem querer fazer previsões futuristas sobre como serão os jornais daqui a algumas décadas, pode-se inferir que além de reportagens especiais eles também tragam referências a conteúdos em multimídia sobre o assunto abordado pelas matérias impressas, que podem ser conferidos por leitores interessados em informações extras, acessando os endereços eletrônicos que levam ao site do jornal.

Independente se haverá a extinção ou não do jornal impresso como veículo de comunicação, o fato é que as empresas estão menos preocupadas com o suporte e mais voltadas para a demanda por informação, investindo na produção de conteúdos para diversas plataformas e atraindo colaboradores entre os próprios leitores. Resta saber até quando essa dinâmica funcionará, até quando os usuários vão querer colaborar gratuitamente com a produção de conteúdos dos jornais e como estes conteúdos serão tratados sem colocar em risco a qualidade da produção e a ética da profissão. Questões que ainda não podem ser respondidas, somente levantadas para sejam consideradas no desenvolvimento desse processo. Afinal, foram traçadas algumas transformações observadas até o momento, mas é certo que o jornalismo ainda continua a se reconfigurar.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação da grande imprensa**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2004.

ARNT, Hérís. **Do jornal impresso ao digital**: novas funções comunicacionais. Anais do Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador, 2002. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/xxv-ci/np02/NP2ARNT.pdf>>. Acessado em outubro de 2008

BARABÁSI, Albert-László. **Linked**. How everything is connected to everything else and what it means for business, science and everyday life. Nova York: Plime, 2002.

BELTRÃO, Luiz. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina: FAI & Cátedra Unesco, 2006.

BERGER, Christa & MAROCCO, Beatriz. **A era glacial do Jornalismo**: Teorias sociais da imprensa: pensamento crítico sobre os jornais. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BORGES, André. Blog: uma ferramenta para o jornalismo. In: **Hipertexto hipermídia** - As novas ferramentas da comunicação digital. FERRARI, Pollyana. São Paulo: Contexto, 2007.

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0**: como sobreviver e prosperar. Tradução: Carlos Castilho e Sônia Guimarães. Publicado pela Knight Foundation, em 2007. Disponível em <http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf> Acessado em fevereiro de 2008.

CAIXETA, Rodrigo. **A arte de informar**. Publicado no site da Associação Brasileira de Imprensa, em 29 de julho de 2005. Disponível em <<http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=556>>. Acessado em fevereiro de 2009

CALDAS, Álvaro (Org.). **Deu no jornal**: o jornalismo impresso na era da Internet. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2002.

CANAN, Adriane. A não-linearidade do jornalismo digital. In: **Hipertexto hipermídia** - As novas ferramentas da comunicação digital. FERRARI, Pollyana. São Paulo: Contexto, 2007.

CANAVILHAS, João. **Do jornalismo online ao webjornalismo**: formação para a mudança. Publicado em junho de 2005. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>>. Acessado em fevereiro de 2008.

CAPELLE, M. C. A.; MELO, M. C. O. L; GONÇALVES, C.A. **Análise de conteúdo e análise de discurso nas ciências sociais**. Publicado no primeiro semestre de 2003. Disponível em <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/43563/2/revista_v5_n1_jan-

jun_2003_6.pdf>. Acessado em março de 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo**: Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.

DÁVILA, Sérgio. **Jornal passa por transformação 'histórica'**. Folha de S. Paulo, 8 de abril de 2007.

DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

ÉPOCA. **Pode dobrar a TV e levar no bolso**. Rio de Janeiro: Editora globo, 9 de fevereiro de 2009.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

_____. (Org.). **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

FERREIRA, P. H. Com você, a imprensa móvel. In: **Hipertexto hipermídia** - As novas ferramentas da comunicação digital. FERRARI, Pollyana. São Paulo: Contexto, 2007.

FOLHA DE S. PAULO. **Novo Projeto Gráfico**, 2006. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2006/novoprojetografico/>>. Acessado em março de 2009.

FOSCHINI, A. C. e TADDEI, R. R. **Jornalismo cidadão** - Você faz a notícia. Coleção Conquiste a Rede. Licenciado pela Creative Commons e disponível para download em <http://stream.agenciabrasil.gov.br/arquivos/conquiste_a_rede/conquiste_a_rede_jornalismo_cidadao.pdf>. Acessado em outubro de 2008.

FRANCISCATO, C. E. **A fabricação do presente**. Aracaju: Editora UFS, 2005.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. RJ: Zahar, 2001.

JULIASZ, Fábila. **A internet no Brasil**. Apresentação na Associação Brasileira dos Provedores de Acesso, Serviços e Informações da Rede Internet (Abranet). Disponível em <http://www.site.abranet.org.br/_gravar/2006/05/22/1/internetnobrasil.pdf>. Acessado em outubro de 2008.

JÚNIOR, José Afonso da Silva. **Características e usos da hipermídia no jornalismo**. Dissertação de mestrado, defendida em agosto de 2003, na UFBA. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/producao_dissertacoes.htm>. Acessada em fevereiro de 2007

KERCKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura**. Lisboa: Relógio D'água Editores, 1997.

KHAMMEL, Ali. **Vida longa para os jornais impressos**. Congresso Internacional de Jornalistas de Língua Portuguesa, 03., 1997. Disponível em

<<http://www.facom.ufba.br/pretextos/khammel.html>>. Acessado em outubro de 2008.

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

LEMONS, A. e MACHADO, A. e MARCONDES FILHO, C. et alli. **Crítica das Práticas midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. Rio de Janeiro: Hacker, 2002.

Lévy, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**: O Futuro do Pensamento na Era da Informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACHADO, Elias. **O Ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003^a.

_____; PALÁCIOS, Marcos (org.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Edições GJOL, Calandra, 2003b.

MARCHUSHI, Luiz Antônio e XAVIER, Antônio Carlos. **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção do sentido. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005, 2^a ed.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hackers Editores, 2000.

MARTINEZ, A. G. A construção da notícia em tempo real. In: **Hipertexto hipermídia** - As novas ferramentas da comunicação digital. FERRARI, Pollyana. São Paulo: Contexto, 2007.

McLUHAN, Marshall. **Os Meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** São Paulo: Contexto, 2007.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/producao_teses.htm>. Acessado em 14/04/2006.

_____. **Webjornalismo de terceira geração**: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo do XXVII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, em 2004.

MILLER, Robin. **How newspapers can thrive on the World Wide Web**. Publicado na Online Journalism Review da Annenberg School for Communication da University of Southern California, em 24/07/2007. Disponível em <<http://www.ojr.org/ojr/stories/070724miller><. Acessado em fevereiro de 2008.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.

NIELSEN, Jakob. **How to write for the web**. Publicado em 1997. Disponível em <<http://www.useit.com/papers/webwriting/writing.html>>. Acessado em fevereiro de 2007.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2004.

NOJOSA, U. N. Da rigidez do texto à fluidez do hipertexto. In: **Hipertexto hipermídia - As novas ferramentas da comunicação digital**. FERRARI, Pollyana. São Paulo: Contexto, 2007.

OBSERVATÓRIO da Imprensa. **Jornalão integra edições online e impressa**. Publicado em 14/12/2005. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=359MON020>>. Acessado em fevereiro de 2009.

O GLOBO. **Site e jornal viram marca única**. Rio de Janeiro, 22 set. 2008. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/mat/2008/09/20/o_globo_vai_muito_alem_do_papel_de_um_jornal_-548310327.asp>. Acessado em fevereiro de 2009.

O IMPACTO das novas tecnologias no jornalismo. Coletânea de textos apresentados no Seminário Internacional da Internews, em dezembro de 2000. Disponível em <<http://www.internews.jor.br/Eventos/00/Jornalismo/index.htm>>. Acessado em outubro de 2006.

PALÁCIOS, Marcos (et al). **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo on-line brasileiro e português**. Comunicarte, Portugal, vol. 1, nº 2, p. 159 – 170, set. 2002. Disponível em < <http://www.ca.ua.pt/comunicarte/artigos/r02a16.pdf>>. Acessado em fevereiro de 2007.

PARENTE, André. Enredando o pensamento: Redes de transformação e subjetividade. In: **Tramas da rede**. Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. RS: Ed. Sulina, 2004.

PEREIRA, Fábio H. **A produção jornalística na internet e a construção da identidade profissional do webjornalista**. Publicado em junho de 2005. Disponível em <<http://www.webjornalismo.com//sections.php?op=viewarticle&artid=98>>. Acessado em fevereiro de 2008.

PICCININ, Fabiana. **O texto jornalístico on-line: um estudo sobre a linguagem da notícia na internet**. Publicado nos anais da Intercom, em 2001. Disponível em <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4374/1/NP2PICCININ.pdf>>. Acessado em fevereiro de 2008.

PISANI, Francis. **Finding Our Footing: Journalism and Web 2.0**. Publicado na revista Nieman Reports, em 2006. Disponível em <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/06-4NRwinter/p42-0604-pisani.html>> Acessado em julho de 2007.

PRIMO, Alex. **Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo**. Revista da Famecos, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

_____; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

_____. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

QUADROS, Cláudia. **Jornalismo na internet: conveniência, informação e interação**.

Publicado em 2001. Disponível em
<<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4375/1/NP2QUADROS.pdf>>.
Acessado em fevereiro de 2008.

_____. **Dez anos depois do boom dos diários digitais.** Porto Alegre: Revista Famecos, nº 31. Publicado em dezembro de 2006. Disponível em
<<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewFile/1113/825>>.
Acessado em fevereiro de 2008.

REILLY, Tim. **What is Web 2.0** - Design patterns and business models for the next generation of software. Publicado em 30 de setembro de 2005. Disponível em
<<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>
(Acessado em fevereiro de 2009). Acessado em fevereiro de 2009.

REIS, Bianca R. N. **O jornal de papel na era dos veículos on-line.** Monografia de graduação. Rio de Janeiro: Escola de Comunicação/Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

RIBAS, Beatriz. **Infografia Multimídia:** um modelo narrativo para o webjornalismo. In: Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet, 2004. Bahia: Facom, 2004. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_infografia_multimidia.pdf>. Acessado em outubro de 2008.

ROCHA, José A.M. **Entendendo o jornalismo online.** Publicado em dezembro de 2000. Disponível em <<http://meiradarocha.jor.br/news/2000/12/31/entendendo-o-jornalismo-online>>. Acessado em fevereiro de 2008.

RODRIGUES, Jorge Nascimento; GOLDHABER, Michael. **O novo valor econômico: a atenção.** Publicado em 21 de novembro de 2005. Disponível em
<http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/cultura_digital/artigos/index.php?p=12905&m=ore=1&c=1&pb=1>. Acessado em fevereiro de 2009.

RUSHKOFF, Douglas. **Um jogo chamado futuro.** Rio de Janeiro: Revan, 1999

SANT'ANNA, Lourival. **O destino do jornal.** Rio de Janeiro: Record, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias.** São Paulo: Razão Social, 1992.

_____. & NÖTH, Winfried. **Imagem:** cognição, semiótica e mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998.

_____. **Culturas e artes do pós-humano.** São Paulo: Paulus, 2003.

SILVA, J. M.; SILVEIRA, E. S. **Apresentação de trabalhos acadêmicos:** Normas e técnicas. Petrópolis: Vozes, 2007.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação.** Brasília: Editora UNB, 2004.

ANEXO 01

ESQUEMA DE ANÁLISE DE O GLOBO NA INTERNET

05/10 - 23h**Home: "Gabeira disputará 2º turno com Paes no Rio"**

- chamada para Blog do Noblat
- chamada para infográfico com resultado nas capitais

Interna: "Eleições no Rio: Paes e Gabeira vão ao 2º turno"**No impresso do dia seguinte: "Rio derrota Cesar e Crivella; Paes e Gabeira vão a 2º turno"**

links:

TEX - Eduardo Paes (O Globo)

TEX - Gabeira (O Globo)

INF - Clique aqui e acompanhe a apuração oficial no Rio e em todos os estados do Brasil (O Globo / País)

TEX - não quer a presença do prefeito Cesar Maia em seu palanque no segundo turno (CBN; O Globo)

AUD - Áudio: Ouça Gabeira e Paes falando sobre as alianças no segundo turno (Áudios de Eleições 2008)

TEX - Gabeira disse em entrevista que vai tentar formar um amplo apoio na sociedade para solucionar os problemas da cidade (Alessandra Duarte e Fábio Vasconcellos - O Globo)

TEX - nota (Crivella) (O Globo)

TEX - nota (Jandira) (O Globo)

TEX - por um comunicado (Alessandro Molon) (O Globo)

TEX - Derrota de Solange marca fim da era Cesar Maia no Rio (Allan Caldas)

TEX - Candidatos votam pela manhã (Alessandra Duarte, Carla Monteiro, Carlos Eduardo Mansur, Filipe Awi, Ludmilla de Lima, Rodrigo March e Waleska Borges - Reuters)

GAL - Veja fotos dos candidatos (Galeria)

- Hipertexto:

Muita hipertextualidade, com nove links para matérias "galhos", complementares ao "tronco", dando a cobertura completa das eleições municipais na capital carioca

- Multimídia:

Visualmente, a matéria segue a diagramação padrão do site, com muito texto e pouca imagem. No alto da matéria vemos apenas uma imagem de 190 x 130 pixels que consiste em uma montagem das fotos de Paes e Gabeira com um "X" entre elas, mostrando-os como adversários na disputa eleitoral.

No entanto, no meio do texto temos links para um infográfico em multimídia, que mostra o resultado das eleições em todas as capitais do país. Vemos um mapa do Brasil e, clicando em cada estado, aparece em um box foto, nome, partido e percentual de votos do candidato eleito. Por meio da diferenciação de cores do mapa, também é possível saber, de acordo com a

legenda, quais estados tiveram segundo turno. O gráfico ainda oferece a opção de mostrar o resultado em algumas cidades do Rio de Janeiro e de outros estados, sendo que para o Rio também há um mapa interativo.

Ainda no meio do texto, temos um link para conteúdo de áudio, onde é possível ouvir uma gravação com Paes e Gabeira falando sobre as alianças para o segundo turno.

Ao final da matéria, temos a indicação “Leia mais”, com um link para que o usuário veja fotos dos candidatos do Rio de Janeiro, tiradas durante o dia de votação. Algumas dessas fotos foram publicadas no impresso “O Globo” do dia seguinte. E na página 3 do jornal, temos no rodapé uma chamada para “O Globo” na Internet, convidando o leitor a entrar no site e conferir “Imagens da campanha do primeiro turno”.

Texto:

- 853 palavras / 4.228 caracteres
- parágrafos curtos, às vezes contendo apenas uma frase
- uso do lead em pirâmide invertida
- dividido de cinco subtítulos
- assinado pela redação de O Globo / Rio

- Interatividade:

Logo abaixo do título da matéria, o usuário é convidado a dar o seu voto, contribuindo para a avaliação da reportagem. Ao final do texto, há um espaço para comentários com um total de 762 inscrições, com opiniões sobre a campanha eleitoral, críticas aos termos utilizados na matéria – como, por exemplo, "Gabeira não derrotou Crivella, mas a população através do voto" – e até intervenções do moderador, como por exemplo:

Moderador O Globo

06/10/2008 - 10h 41m

Caros,

Lembro que o espaço é destinado ao debate de idéias e opiniões. Comentários com palavrões, declarações preconceituosas, incitação ao crime, ofensas a outros leitores, repetidos ou sem relação com a notícia serão apagados e seus autores poderão ter bloqueada a possibilidade de postar novas mensagens. Também lembro que os leitores podem denunciar comentários que considerem inapropriados.

Obrigado pela participação de todos.

- Relação com o impresso:

Provavelmente a matéria “tronco” e também os textos “galhos” tenham sido criados pelos mesmos repórteres do impresso, apesar de estes não assinarem as matérias do on-line com seus nomes. O que nos leva a supor isso é o fato de que a manchete do dia seguinte e todas as matérias relacionadas às eleições municipais do Rio de Janeiro (da página 3 à página 11) trazem os mesmos assuntos desse conjunto de reportagens linkadas na manchete das 23h do noticiário on-line.

06/10 - 23h

Home: "**Dólar vai a R\$ 2,20 e governo decide 'emprestar' reservas a bancos**"

- chamada para Blog: "Míriam Leitão explica as medidas anunciadas"

- chamada para texto: "Governo vai editar hoje MP para financiar exportações"

- chamada para infográfico: "A evolução da crise"

Interna: "Mantega e Meirelles tentam tranquilizar mercado e anunciam novas medidas para garantir crédito aos exportadores"

No impresso do dia seguinte: **"BC anuncia socorro a bancos em dia de pânico no mercado"**

links:

TEX - queda de 5,43% (O Globo, com agências internacionais)

TEX - o Palácio do Planalto editou a medida provisória (Agência Brasil)

TEX - realizou um leilão de swap cambial no valor de US\$ 2,1 bilhões (Henrique Gomes Batista)

TEX - Veja mais detalhes das medidas no blog de Miriam Leitão (Colunista)

TEX - o presidente Lula pediu a sua equipe que trate a crise com frieza (Luiza Damé e Chico de Gois)

TEX - a crise pode ser a pior desde 1929 e demorar a passar, mas a fase mais crítica tende a ser curta (O Globo)

- Hipertexto:

Muita hipertextualidade, com seis links para matérias "galhos", complementares ao "tronco", dando uma boa contextualização e aprofundamento do assunto

- Multimídia:

Visualmente, a matéria segue a diagramação padrão do site, com muito texto e pouca imagem. No alto da matéria vemos apenas uma imagem de 190 x 130 pixels que consiste em uma foto do ministro da Fazenda, Guido Mantega, com o presidente do Banco Central (BC), Henrique Meirelles. Ao longo do texto não há links para conteúdos multimídia como áudio, vídeo, infográfico ou galeria de fotos.

Texto:

- 790 palavras / 3.866 caracteres

- parágrafos curtos

- uso do lead em pirâmide invertida

- texto dividido com apenas um subtítulo

- assinado pela redação de O Globo / Rio e Brasília

- Interatividade:

Logo abaixo do título da matéria, o usuário é convidado a dar o seu voto, contribuindo para a avaliação da reportagem. Ao final do texto, há um espaço para comentários com um total de 209 inscrições, com opiniões sobre a matéria, sobre a foto em que Mantega parece chorar e sobre a situação econômica do país e do mundo, além de críticas ao presidente Lula e ao presidente do BC. Interessante notar que os usuários comentam os comentários uns dos outros e assim institui-se um debate neste espaço.

- Relação com o impresso:

A manchete do impresso de terça-feira, dia 6, remete a matérias publicadas nas páginas 33 e 34 do jornal. Na página 33, da editoria economia, inicia-se uma série de reportagens com o selo "Abalo global". A primeira delas tem o título "Pacote contra a 'maré alta'" e é assinada

por dois repórteres das redações do Rio e de Brasília - assim como a matéria da manchete do noticiário on-line. O texto do impresso, porém é totalmente diferente, traz avaliações de um economista e também do presidente da Associação de Comércio Exterior do Brasil. Ao final da matéria no jornal, vemos a inscrição "Colaboraram: Fabiana Ribeiro e Liana Melo", que possivelmente podem ser repórteres da redação on-line. Na página 34, a matéria "Bancos grandes estrangulam pequenos para comprar carteiras" também traz ao final a inscrição "Colaboraram: Luiza Damé e Chico de Góis", que assinaram a matéria "Lula reúne Conselho Político e pede calma e frieza no tratamento da crise internacional", linkada à manchete no noticiário da Internet. Embora a reportagem do on-line não traga qualquer chamada à participação do usuário, temos no rodapé da página 34 do impresso uma chamada para a editoria Opinião de "O Globo" na Internet: "Opine: Teve problemas para conseguir crédito? Conte".

07/10 - 16h

Home: "**BC vende dólares, mas moeda continua subindo. Bovespa cai menos**"

- Infográfico na home: "As bolsas pelo mundo em tempo real"

- chamada para texto e blog: "Bush diz que tudo voltará ao normal quando o mercado imobiliário se recuperar. Acompanhe no blog de Míriam Leitão"

- chamada para blog: " José Meirelles Passos: o Tesouro está entregando o galinheiro à raposa"

Interna: "**A Bovespa, o dólar e as bolsas internacionais nesta terça-feira**"

No impresso do dia seguinte: "**Dólar chega a R\$ 2,31 e Lula recomenda manter o consumo**"

links:

TEX - Dia de forte volatilidade no mercado financeiro doméstico (BBC Brasil)

TEX - O Banco Central entrou mais cedo para vender dólar em leilão de swap cambial reverso (Valor Online)

INF - acompanhe a variação do Ibovespa (O Globo / Economia / Indicadores)

TEX - fez pronunciamento sinalizando que deve haver corte de juros nos EUA (O Globo com agências internacionais / Valor Online)

xxx - George W. Bush (page not found)

TEX - Fed anunciou compra de commercial papers (O Globo com agências internacionais / Valor Online)

TEX - Leia no blog de Míriam Leitão a explicação sobre as medidas (Blog)

TEX - abriram com uma forte queda (O Globo - Rio)

TEX - O governo do Japão, no entanto, minimizou o debate sobre corte coordenado de juros (Reuters)

TEX - Bovespa fecha em queda de 5,43% (O Globo, com agências internacionais)

- Hipertexto:

Muita hipertextualidade, com nove links para matérias "galhos", complementares ao "tronco", abordando as ações que envolveram a crise financeira durante o dia.

- Multimídia:

Visualmente, a matéria segue a diagramação padrão do site, com muito texto e pouca imagem. Logo abaixo do primeiro parágrafo, vemos uma imagem em flash que ocupa toda a largura da coluna de texto e traz os índices de alta e baixa das principais bolsas do mundo. O mesmo infográfico também encontra-se na homepage do site e é atualizado em tempo real. Ainda no primeiro parágrafo da reportagem, temos um link em hipertexto que direciona para a seção Indicadores, da editoria Economia, onde é possível acompanhar a movimentação diária das bolsas internacionais, o histórico mensal de um ano da Bovespa, a cotação do dólar, do euro e de outras moedas, com serviço de conversão, além de trazer informações outros índices do mercado financeiro.

Texto:

- 757 palavras / 3.754 caracteres
- parágrafos em tamanho médio, a maior parte deles com cerca de 10 linhas
- uso do lead em pirâmide invertida
- dividido por apenas um subtítulo
- assinado pela redação de O Globo, com agências internacionais

- Interatividade:

Logo abaixo do título da matéria, o usuário é convidado a dar o seu voto, contribuindo para a avaliação da reportagem. Ao final do texto, há um espaço para comentários com um total de 324 inscrições, com opiniões sobre o tema da reportagem. Aqui também verificamos comentários de comentários, estabelecendo um debate entre os usuários.

- Relação com o impresso:

Notamos que a cobertura do jornal impresso sobre a crise econômica, nas reportagens da série "Abalo Global", do dia 8 de outubro, abordaram outros assuntos, além dos que estiveram linkados no texto central da matéria que foi manchete da homepage no horário das 16h, do dia 7. No entanto, praticamente, todos os temas de matérias no jornal também encontram-se no site, porém escritos de outra forma. Inclusive, a foto de capa do impresso neste dia, ilustrou no on-line a matéria "Lula pede que brasileiros não se abalem com crise e FH diz que falar em blindagem do Brasil é enganar o povo".

08/10 - 23h

Home: "BC injeta mais R\$ 23 bi na economia. Leilões de dólar seguram disparada"

- Infográfico na home: "As bolsas pelo mundo em tempo real"
- chamada para texto: "BCs do mundo reduzem taxas de juros em ação conjunta"
- chamada para blog: "Miriam Leitão: PIB brasileiro em dólar já caiu cerca de US\$ 300 bilhões"

Interna (18h44): **"BC faz novas mudanças no compulsório para injetar R\$ 23,2 bi na economia"**

No impresso do dia seguinte: **"BCs fazem corte mundial de juros em ação inédita"**

links:

TEX - o Banco Central fez três intervenções no mercado à vista de dólar, numa tentativa de conter a disparada da moeda americana, que chegou a bater em R\$ 2,45. É a primeira vez que

a instituição entra no mercado à vista desde 2003. O resultado foi a interrupção da queda da moeda depois de 8 dias. (Valor Online)

TEX - o BC alterou regras para compulsório de leasing e de depósitos à vista e de poupança, e injetou R\$ 5,2 bilhões na economia brasileira (Agência Brasil / O Globo)

TEX - BC anunciou flexibilizou mais uma vez o compulsória, para injetar até R\$ 23,5 bilhões na economia (Ana Paula Cardoso, com agências internacionais)

- **Hipertexto:**

Pouca hipertextualidade, com três links para matérias "galhos", complementares ao "tronco", abordando as ações do Banco Central para conter a crise financeira. Curiosamente, a matéria do terceiro link parece mais completa do que a manchete da home - talvez porque a manchete teve sua última atualização às 18h44, enquanto a matéria "galho" foi atualizada às 19h09. Esta possui oito links e ainda traz o infográfico em slide "As bolsas pelo mundo em tempo real".

- **Multimídia:**

A matéria segue a diagramação padrão do site, em uma coluna de texto. Porém, não há fotos ou referências a conteúdos de multimídia.

Texto:

- 536 palavras / 2.481 caracteres
- parágrafos em tamanho médio, com cerca de 6 a 7 linhas
- uso do lead em pirâmide invertida
- não há uso de subtítulos
- assinado por Henrique Gomes Batista - O Globo

- **Interatividade:**

Como em todas as matérias do site, abaixo do título da matéria, o usuário é convidado a dar o seu voto, contribuindo para a avaliação da reportagem. Ao final do texto, há um espaço para comentários com um total de 100 inscrições, com opiniões sobre o tema da reportagem e muitas críticas ao presidente Lula.

- **Relação com o impresso:**

O repórter Henrique Gomes Batista, que assina a manch - ora sozinho, ora em conjunto com outros jornalistas - três matérias no impresso, relacionadas ao mesmo assunto: "BC reduz compulsório e põe R\$ 23 bi no mercado"; "Selic: não há consenso no governo"; e "Dólar bate R\$ 2,48. BC reage, e moeda cai a R\$ 2,28". O último texto é o que traz maior aprofundamento com opiniões de economistas e diretores de corretoras, que não constam na matéria on-line.

09/10 - 23h

Home: "**Bolsas desabam, mas novos leilões do BC fazem o dólar cair 4,5%**"

- chamada para texto: "BC só aceitará ativos de baixo risco como garantia de empréstimos"

Interna (17h36): "**Bolsa cai 3,92%, seguindo NY. Dólar cai a R\$ 2,17, com atuações do BC**"

No impresso do dia seguinte: "**BC poderá bloquear negócios de bancos**"

links:

TEX - Ontem, o dólar comercial interrompeu uma seqüência de oito dias de alta após o Banco Central fazer três leilões de venda da moeda. (Ana Paula Cardoso, com agências internacionais)

TEX - IBM (Valor Online)

TEX - seguro desemprego nos Estados Unidos (O Globo com agências internacionais)

TEX - Morgan Stanley (Reuters/Brasil Online)

TEX - A Islândia nacionalizou hoje o controle do maior banco do país, o Kaupthing, para tentar apoiar o sistema bancário. (page not found)

TEX - França, Bélgica e Luxemburgo também anunciaram que vão garantir novos financiamentos ao Dexia (Reuters/Brasil Online)

TEX - resgate público da semana passada (EFE / Agências internacionais)

TEX - Míriam: Finalmente um pequeno alívio (Blog)

TEX - uma ação coordenada mundial de corte de taxas de juros para aliviar a crise da economia global (O Globo, com agências internacionais)

TEX - abriram em forte alta (EFE)

TEX - Banco Central do país de injetar US\$ 40 bilhões de dólares no sistema financeiro (EFE)

- Hipertexto:

Muita hipertextualidade, com 11 links para matérias "galhos", complementares ao "tronco", abordando a movimentação financeiro e os recursos dos bancos mundiais para conter a crise.

- Multimídia:

A matéria segue a diagramação padrão do site, em uma coluna de texto. Porém, não há fotos ou referências a conteúdos de multimídia.

Texto:

- 1.349 palavras / 6.506 caracteres
- parágrafos médios e curtos, alguns com cerca de 10 linhas, outros com apenas uma frase
- uso do lead em pirâmide invertida
- dividido em seis subtítulos
- assinado por Ana Paula Cardoso, com agências internacionais

- Interatividade:

Como em todas as matérias do site, abaixo do título da matéria, o usuário é convidado a dar o seu voto, contribuindo para a avaliação da reportagem. Ao final do texto, há um espaço para comentários com um total de 556 inscrições, com opiniões, em geral, sobre o tema da reportagem. Nos últimos 30 comentários, curiosamente, notamos que os usuários identificados como Hugo Braule e PauloPalavra travaram um verdadeiro diálogo, um replicando o comentário do outro, o que pode gerar novos significados, com opiniões que vão além das informações da matéria.

- Relação com o impresso:

No impresso do dia seguinte, a matéria de manchete vem na página 25 da editoria Economia com um infográfico explicando as medidas tomadas pelo BC no dia anterior, as regras para intervenção nos bancos e um histórico com as medidas anunciadas pelo BC até o momento com o intuito de enfrentar a crise. Ao longo das matérias da série "Abalo global", vemos

informações adicionais, que não constavam na manchete da noite do dia anterior do site, nem nos textos “galhos” e outras que se repetem em textos diferentes.

10/10 - 23h

Home: "**G-7 adota plano de ação contra crise**"

- chamada para texto: "Bovespa fecha semana com queda acumulada de 20%. Dólar a R\$ 2,32"

- chamada para texto: "G-20 vai discutir neste fim de semana ação coordenada contra a crise"

- chamada para blog: "Míriam Leitão: A fala inútil e repetitiva do presidente George W. Bush"

Interna (20h28): "**G-7 anuncia plano de ação contra a crise mundial**"

No impresso do dia seguinte: "**Bolsa de Nova York tem a pior semana em 112 anos**"

links:

TEX - fechamento dos mercados (O Globo, com agências internacionais)

TEX - bolsas asiáticas (O Globo)

TEX - Confira as medidas incluídas o plano de ação do G7 (O Globo, com agências internacionais)

TEX - FMI (EFE)

TEX - fez um pronunciamento, anunciando que o governo americano vai adquirir participações nas instituições financeiras e que a meta é estabilizar os mercados financeiros (EFE)

TEX - Wall Street Journal (EFE)

- Hipertexto:

Boa hipertextualidade, com 6 links para matérias "galhos", complementares ao "tronco", contextualizando o anúncio de um plano contra a crise feito pelo G7 e explicando alguns desdobramentos do fato.

- Multimídia:

A matéria segue a diagramação padrão do site, em uma coluna de texto. Porém, não há fotos ou referências a conteúdos de multimídia.

Texto:

- 475 palavras / 2.558 caracteres

- parágrafos curtos, de 4 a 6 linhas

- uso do lead em pirâmide invertida

- não há subtítulos

- assinado por O Globo, com agências internacionais

- Interatividade:

Como em todas as matérias do site, abaixo do título da matéria, o usuário é convidado a dar o seu voto, contribuindo para a avaliação da reportagem. Ao final do texto, há um espaço para comentários com um total de 56 inscrições, com opiniões, em geral, sobre o tema da reportagem.

- Relação com o impresso:

No jornal do dia seguinte, temos todas as informações abordadas na matéria "tronco" e nos textos "galhos", porém a manchete do impresso extrapola a temática do anúncio feito pelo G7 e faz uma análise da crise durante a semana, abordando seus reflexos na economia nacional e mundial.

11/10 - 23h

Home: "**Flamengo dá vexame no Maracanã**"

- chamada para texto: "Fluminense vence e sai da zona de rebaixamento"
- chamada para galeria: "Veja as imagens da rodada"
- chamada para texto: "Escada de avião atrasa treino do Brasil na Venezuela"

Interna (20h22): "**Flamengo perde em casa para o Atlético-MG**"

No impresso do dia seguinte: "**Governo pode cortar gastos e adiar programas sociais**"

links:

GAL - veja a fotogaleria da 29ª rodada (Multimídia)

INF - confira a classificação completa (Esporte / Campeonato Brasileiro)

INF - Veja como foi o jogo, lance a lance ()

TEX - 'Se abrissemos o placar, a história seria outra', diz Bruno (Lancepress)

- Hipertexto:

Boa hipertextualidade, com 4 links para matérias "galhos", complementares ao "tronco", complementando informações sobre o jogo e a situação do Flamengo no Campeonato Brasileiro.

- Multimídia:

A matéria está inserida na seção Campeonato Brasileiro da editoria Esporte e possui um padrão de diagramação diferente do restante do site, com fundo azul, título em amarelo, entretítulo e olho em verde e letras do texto em branco. Além do texto, também há duas fotos, que podem ser clicadas e ampliadas, mostrando momentos do jogo. Dos quatro links de hipertexto, três são para conteúdos em multimídia. No link para fotogaleria, há uma seleção de 22 fotos mostrando algumas cenas dos jogos da 29ª rodada do Brasileirão. O link Confira a classificação direciona o usuário para uma tabela bidimensional em cores, sem recursos multimídia, mostrando a pontuação dos times. E o link Veja o jogo lance a lance aponta para um serviço do site, chamado Tempo Real, que descreve cada lance do jogo, indicando o minuto exato da partida em que aconteceu.

Texto:

- 450 palavras / 2.152 caracteres
- parágrafos curtos e médios, de 4 a 7 linhas
- uso do lead em pirâmide invertida
- não há subtítulos
- assinado por O Globo

- Interatividade:

Como em todas as matérias do site, abaixo do título da matéria, o usuário é convidado a dar o seu voto, contribuindo para a avaliação da reportagem. Ao final do texto, há um espaço para comentários com um total de 2.555 inscrições, com opiniões sobre o jogo, sobre o campeonato e muitas críticas ao técnico do Flamengo, Márcio Braga, que antes do jogo havia cantado vitória.

- Relação com o impresso:

No jornal de domingo, a derrota do Flamengo, obviamente, não foi a manchete da primeira página, mas mereceu uma chamada na lateral esquerda para a matéria da editoria Esporte. Na página 68, a reportagem veio com o título: “Amor não correspondido – Torcida lota o Maracanã, mas Fla tem atuação medíocre e perde por 3 a 0”. O texto traz uma descrição do clima do jogo e dos principais lances, diferente, porém, bem parecido com o texto do site.

12/10 - 16h

Home: "**G-15 confirma maior participação do Estado no sistema financeiro**"

- chamada para texto: "Mantega: Brasil sofre desaceleração moderada"
- chamada para texto: "Crise financeira já encolhe crédito com desconto em folha"
- chamada para texto: "Bush diz que crise precisa de 'resposta global séria'"
- chamada para texto: "Governo pode cortar gastos e adiar programas sociais"

Interna (20h22): "**G -15: resultado preliminar confirma maior atuação dos governos e garantias para sistema interbancário**"

links:

- TEX - decisões tomadas no sábado pelos países do G-7 (Globo, com agências internacionais)
- TEX - não têm sido tão concretos como se esperava (Globo, CBN e GloboNews, com agências internacionais)
- TEX - George W. Bush (BBC Brasil)
- TEX - modelo britânico (Reuters/Brasil Online)
- TEX - como foi decidido em Portugal (Reuters/Brasil Online)
- TEX - Guido Mantega (José Meirelles Passos - Correspondente do Globo / Reuters)

- Hipertexto:

Muita hipertextualidade, com seis links para matérias "galhos", complementares ao "tronco", com mais informações sobre as medidas contra a crise.

- Multimídia:

A matéria segue a diagramação padrão do site, em uma coluna de texto. Porém, não há fotos ou referências a conteúdos de multimídia.

Texto:

- 945 palavras / 4.995 caracteres
- parágrafos curtos
- uso do lead em pirâmide invertida
- dividido por dois subtítulos
- assinado por Globo e G1, com agências internacionais

- Interatividade:

Como em todas as matérias do site, abaixo do título da matéria, o usuário é convidado a dar o seu voto, contribuindo para a avaliação da reportagem. Ao final do texto, há um espaço para comentários com um total de 55 inscrições, com opiniões sobre a crise financeira e as ações do G15.

- Relação com o impresso:

Não analisamos o jornal do dia seguinte. Mas, nas referências hipertextuais encontramos alguns assuntos que estiveram no jornal deste domingo, dia 12. Inclusive na homepage há uma chamada com o mesmo título da manchete de domingo "Governo pode cortar gastos e adiar programas sociais". O link direciona a um trecho da entrevista concedida a "O Globo" pelo ministro do Planejamento Paulo Bernardo. No entanto, no site, temos apenas o texto de abertura, uma pergunta e uma resposta. Ao final, um link chamando o usuário a ler a íntegra da entrevista na versão digital do Globo (somente para assinantes).

ANEXO 02

ESQUEMA DE ANÁLISE DE O GLOBO IMPRESSO

05/10

PRIMEIRA PÁGINA

MANCHETE:

Eleições 2008: Quem vai dar jeito nisso?

Favelização, trânsito caótico, desordem urbana e conservação de ruas são desafios do novo prefeito

DESTAQUES:

- Dívidas de empresas crescem R\$ 65,6 bi
- Ampliar tropa custaria à PM R\$ 281 milhões
- Fla vence. Botafogo e Vasco perdem
- Pesquisas: Gabeira e Crivella ainda empatados

EM MENOR DESTAQUE:

- Kassab cresce e deve disputar com Marta em São Paulo
- Em Minas, candidato de Aécio terá que enfrentar 2º turno
- Ex-prefeitos do Rio revelam seus erros no comando da cidade
- Jovens da favela e do asfalto querem eleger hoje políticos honestos
- Na região da Zona Portuária, a história se mistura à decadência
- Vinte anos depois, falta regulamentar mais de 1/4 da Constituição

REVISTA DA TV - Falabella: um toque de humor às 18h

REVISTA O GLOBO - Famosos falam de shows imperdíveis

SEGUNDO CADERNO - As escolhas de John Malkovich

Conheça os candidatos com ficha suja

Um roteiro para saber como votar

Chamadas para O Globo no celular (Acompanhe pelo celular a apuração

oglobo.mobi/pais/eleicoes2008), na internet (Descubra seu local de votação) e Eu-Repórter

(Envie fotos e relatos sobre campanha irregular oglobo.com/pais/eleicoes)

INTERNAS

- **PÁGINA 4:** Problemas na Cidade Maravilhosa não caberiam num cartão-postal

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Colunistas entrevistam candidatos a prefeito no Rio”

- **PÁGINA 6:** Cartas dos leitores

Todas as cartas foram enviadas por e-mail

- **PÁGINA 7:** Opinião

Ao final da página chamada para O Globo na Internet: Leia mais artigos oglobo.com/opinioao

- **PÁGINA 16:** Anúncio do Globo

Texto – Informação. Onde você estiver, quando você quiser. Analisada, aprofundada, comentada. No papel, na tela, na sua mão. O GLOBO. Muito além do papel de um jornal

- **PÁGINA 17:** Zona Portuária – Para quando o futuro aportar no cais

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (galeria): “O porto ontem e hoje”

- **PÁGINAS 20 e 21:** Votos de amor a uma cidade

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Ouça a declaração de amor dos candidatos”

- PÁGINA 28: Infográfico - Saiba como é a votação

Orientação sobre “uso de celular”, “como votar dentro de sua seção”

“O Globo na internet preparou uma cobertura especial para as eleições”

- PÁGINA 30: Infográfico – A disputa nas capitais

- PÁGINA 31: Matéria sobre 20 anos da Constituição Federal

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Ouça o discurso de Ulysses Guimarães na Rádio do Moreno”

- PÁGINA 33: Infográfico – Conheça os números (matéria sobre o déficit da tropa da PM)

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Secretaria de segurança fala sobre o déficit da PM no Rio”; “Leia a íntegra do artigo da antropóloga Ana Paula Miranda”

- PÁGINA 34:

Prostituição infantil ao som de baile funk

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (galeria): “Como acabar com o problema da prostituição infantil?” oglobo.com/rio

O perdão e a reconciliação contra a violência

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Vítima de abuso sexual diz que conseguiu perdoar o pai” oglobo.com.br/rio

- PÁGINA 35: Para matar a fome de cultura

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Confira as receitas criadas pelos finalistas do Concurso Novos Chefs” oglobo.com.br/projetos/gastronomia2008

- PÁGINA 39:

Nem a prefeitura cumpre o Código de Posturas

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Eu-Repórter: Viu erros gramaticais em placas e lojas do Rio? Mande para nós” oglobo.com.br/participe

Pesquisa traça perfil de cobaias cariocas

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Pesquisador traça perfil de voluntários que testam remédios” oglobo.com.br/rio

- PÁGINA 41: Economia

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “Especial conta a evolução da crise” oglobo.com.br/economia

- PÁGINA 43: Dólar encarece pacote, mas não afugenta turista

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “A alta do dólar pegou você de malas prontas? Conte sua história” oglobo.com.br/economia

- PÁGINA 44: Logo a página móvel

O mundo não é plano – Uma biografia não-autorizada do capitalismo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “Comente este texto no blog da Logo” oglobo.com.br/logo

- PÁGINA 52: Homer Simpson, o mais novo democrata

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Veja Homer votando em episódio dos ‘Simpsons’” oglobo.com.br/mundo/eleicoesamericanas

- PÁGINA 55: Saúde – Corrida contra o tempo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “Confira modelos de tênis de acordo com seu perfil” oglobo.com.br/vivermelhor

- PÁGINA 56: Mulheres colocam a própria visão em risco por vaidade

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “Veja tratamentos que embelezam os olhos sem por a saúde em risco” oglobo.com.br/vivermelhor

- PÁGINA 59: Futebol pentacampeão em crise

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Emerson fala da importância da preparação física para o futebol de hoje” oglobo.com.br/esportes

- **PÁGINA 60:** Vasco é goleado em casa...

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (galeria): “Veja imagens da rodada” oglobo.com.br/esporte

- **PÁGINA 62:** O sonho não acabou

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Quem foi o destaque na 28ª rodada do Brasileiro?” oglobo.com.br/esporte

SEGUNDO CADERNO

- **PRIMEIRA PÁGINA:** ‘Autocrítica é a chave’

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Leia depoimento de John Malkovich sobre Manoel de Oliveira” oglobo.com.br/cultura

- **PÁGINA 2:**

Skank ergue estandarte musical do prazer

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (vídeo): “A banda comenta canções de ‘Estandarte’” oglobo.com.br/cultura

Festival do Rio 2008

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Acompanhe o Festival do Rio” oglobo.com.br/cultura/festivaldoriorio2008

06/10

PRIMEIRA PÁGINA

MANCHETE:

Rio derrota Cesar e Crivella; Paes e Gabeira vão para o 2º turno

DESTAQUES:

- Infográficos: Quem perde; Quem ganha; Prefeitos de capitais eleitos no 1º turno
- Kassab surpreende e lidera apuração
- Fichas sujas são eleitos até na cadeia
- Em BH, eleitor pune ‘salto alto’ de Aécio

EM MENOR DESTAQUE:

- BA: Walter Pinheiro (PT) e João Henrique (PMDB), no photochart
- Em Porto Alegre, PT já busca apoio de Manuela (PCdoB)
- Tropas garantiram eleições em áreas dominadas por milícia

Chamadas para O Globo na internet: Fotogaleria (Eleitores e candidatos pelo país) e Eu-Repórter (Jovem relata como é votar pela 1ª vez)

INTERNAS

- **PÁGINA 3:** Gabeira atropela Crivella e vai ao 2º turno contra Paes

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Galeria): “Imagens da campanha no 1º turno” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINA 4:** Paes só exclui Cesar Maia de alianças

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Quem vai vencer no segundo turno?” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINA 6:** Cartas dos leitores

Todas as cartas foram enviadas por e-mail

- **PÁGINA 7:** Opinião

ATENÇÃO para o artigo: “O leitor quer qualidade”, de Carlos Alberto de Franco

Ao final da página chamada para O Globo na Internet: Leia mais artigos

oglobo.com.br/opiniao

- **PÁGINA 11:** Cesar Maia reconhece fim do seu ciclo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Analistas analisam fim da era Cesar

Maia” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINA 17:** Kassab costura alianças contra Marta

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Para você, qual a maior surpresa das

eleições?” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINAS 23:** Eleição muda o jogo de forças políticas

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Quem ganhou e quem perdeu?

Opine” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINAS 26:** TSE pode manter tropa federal no Rio

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Erros e curiosidades das eleições”

oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINAS 28:** Amazonino e Corrêa na disputa em Manaus

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Galeria): “Eleitores e candidatos pelo

país” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINA 32:** No meio do caminho, um carro

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Relator da Lei Seca tira

dúvidas dos internautas” oglobo.com.br/rio/transito

- **PÁGINA 33:** Demissão de professor é alvo de críticas

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Você concorda com a demissão do

professor da Escola Parque” oglobo.com.br/rio

- **PÁGINA 34:** Medo teria impedido a instalação de câmeras da polícia no Leme

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Você é a favor da instalação de

câmeras da polícia em prédios residenciais” oglobo.com/rio

- **PÁGINA 38:** O tempo no Globo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Mais informações sobre o tempo”

oglobo.com.br

- **PÁGINA 42:** Economia: Bancos acirram disputa e pagam mais por CDBs

Infográfico: O rendimento dos papéis

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “Teste aponta falha dos bancos na

hora de sugerir aplicações” oglobo.com.br/economia

- **PÁGINA 43:** Especialistas decretam: hora é de apertar o cinto

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “Veja quando vale a pena trocar de

empréstimo” oglobo.com.br/economia; “Mande sugestões de reportagens para

voceinveste@oglobo.com.br

- **PÁGINA 44:** O Mundo: Sarah relaciona Obama ao terrorismo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Brasileiro declara que votará

em Obamma” oglobo.com.br/mundo

- **PÁGINA 45:** Evo Morales e oposição voltam a discutir acordo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Opinião): “Você acha que a retomada

do dialogo vai aliviar as tesões políticas na Bolívia?” oglobo.com.br/mundo

- **PÁGINA 47:** Esporte – Um japonês abre os olhos dos adversários

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Galeria): “Veja mais fotos da rodada

de domingo” oglobo.com.br/esportes

- **PÁGINA 50:** Udinese vence Torino e, no saldo de gols, lidera o italiano

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Opinião): “Mais sobre o futebol no

mundo no blog Planeta que Rola” oglobo.com.br/esportes

- **PÁGINA 51:** Realista, Botafogo faz contas, mas sabe que título ficou difícil
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Quem foi o destaque na 28ª rodada do Brasileiro?” oglobo.com.br/esportes
- **PÁGINA 52:** Chances de o Vasco cair são de 74%
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Opinião): “De quem é a culpa pela situação do Vasco?” oglobo.com.br/esportes

SEGUNDO CADERNO

- **PRIMEIRA PÁGINA:** Mar de palavras
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Leia o primeiro capítulo de ‘Saga lusa’” oglobo.com.br/cultura
- **PÁGINA 2:** Box no canto inferior direito
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Acompanhe o Festival do Rio” oglobo.com.br/cultura/festivaldoriorio2008
- **PÁGINA 4:**
Dançando no palco a 120km por hora
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Assista trecho do musical ‘Sessão da tarde’” oglobo.com.br/cultura/rioshow
Casa França-Brasil terá novo perfil
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (opinião): “O que você acha da mudança de perfil da Casa França-Brasil” oglobo.com.br/cultura
- **PÁGINA 10:** MoMA exhibe a face mais escura de Van Gogh
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (galeria): “Veja mais imagens da exposição” oglobo.com.br/cultura

07/10

PRIMEIRA PÁGINA

MANCHETE:

- BC anuncia socorro a bancos em dia de pânico no mercado
- Infográficos: As medidas do Governo; A Bovespa no dia; As quedas no mundo
 - Em menor destaque: Empresas cancelam negócios

DESTAQUE:

- Gabeira ganha na Zona Sul, Zona Norte e Barra; Paes leva na Zona Oeste e subúrbios

EM MENOR DESTAQUE:

- Paes e Gabeira debatam quinta-feira na Globo
- São Paulo, cidade partida. Periferia é reduto de Marta
- Aécio: “Ficou claro que não há nenhum Rei Midas em Minas”
- Pesquisa: guerra de números e acusações entre os institutos
- Rosinha teve menos votos que candidato sob juízo

INTERNAS

- **PÁGINA 3:** Cabral e Paes articulam bloco de esquerda; Gabeira busca aliança além de partidos
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Áudio): “Paes e Gabeira falam de alianças” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008
- **PÁGINA 4:** Braçadas de Gabeira, escorregadas de Paes

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Galeria): “O dia de Paes e Gabeira”
oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINA 6:** Cartas dos leitores

Todas as cartas foram enviadas por e-mail

- **PÁGINA 7:** Opinião

Ao final da página chamada para O Globo na Internet: Leia mais artigos

oglobo.com.br/opinioao

- **PÁGINA 9:** DEM do prefeito Cesar Maia confirma apoio a Gabeira

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Áudio): “Cesar avalia o resultado da eleição”
oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINA 12:** Infográficos: Mapa da votação em áreas dominadas (colorido com mapa em 3D)

- **PÁGINAS 18:** Pesquisas: institutos erram e trocam acusações

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “PSDB vence na maioria das cidades de SP no primeiro turno”
oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINA 21:** Anúncio do Globo

Texto – Informação. Onde você estiver, quando você quiser. Analisada, aprofundada, comentada. No papel, na tela, na sua mão. O GLOBO. Muito além do papel de um jornal

- **PÁGINAS 26:** Projeto mostrará o que só o Rio tem de bom

Matéria sobre o lançamento de um site (www.1rio.net)

- **PÁGINAS 27:** O erotismo presente na literatura

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Especialistas: sexualidade ainda é tabu nas escolas”
oglobo.com.br/educacao

O leitor opina

Publicação de duas opiniões de leitores enviadas à sessão Opine do site do globo?

- **PÁGINA 30:** Reajustado seguro de policiais

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Relator da Lei Seca tira dúvidas dos internautas”
oglobo.com.br/rio/transito

- **PÁGINA 33:** Demissão de professor é alvo de críticas

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “O que você acha do valor da indenização?”
oglobo.com.br/rio

- **PÁGINA 32:** O tempo no Globo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Mais informações sobre o tempo”
oglobo.com.br

- **PÁGINA 33:** Economia: Pacote contra ‘maré alta’

Infográfico: Os efeitos do crédito em baixa

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Opinião): “Opine: Teve problemas para conseguir crédito? Conte”
oglobo.com.br/economia

- **PÁGINA 36:**

Infográfico: A Bovespa durante o dia

- **PÁGINA 38:** Socorro nos EUA chegará a US\$ 1,6 trilhão

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Galeria): “Imagens da crise no mundo”
oglobo.com.br/economia

- **PÁGINA 39:** Alemanha anuncia plano B; França convoca bancos

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “George Vidor: mercados viraram manada”
oglobo.com.br/economia

- **PÁGINA 42:** Indicadores

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Veja mais indicadores e números do mercado financeiro”
oglobo.com.br/economia/indicadores

- **PÁGINA 43:** Troca-troca de aplicação vira risco forte de perda

Ao final da matéria, chamada para O Globo no Celular: “Acompanhe o mercado pelo seu celular” globo.mobi/economia

- **PÁGINA 46:** Eleições americanas – Mister Cool e Mister Hot buscam nocaute

Infográfico: Como será o debate

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Acompanhe o noticiário sobre o debate” oglobo.com.br/eleicoesamericanas

- **PÁGINA 48:** Ciência – Nobel para AIDS e Câncer

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Saiba mais sobre o Nobel” oglobo.com.br/ciencia

- **PÁGINA 49:** Esporte – Recorde russo com jeito de Brasil

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Veja mais fotos da rodada da Copa do Mundo de Futsal” oglobo.com.br/esportes

- **PÁGINA 50:** Finlandês voador elogia Massa, mas aposta título em ‘Lewis’

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Confira o site especial da F-1” oglobo.com.br/esportes/f12008

- **PÁGINA 51:** Márcio Braga avisa que está organizando a festa do hexa

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Confira quem foi o craque da 28ª rodada” oglobo.com.br/esportes

- **PÁGINA 52:** Depressão pós-vexame

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Internautas aponta de quem é a culpa pela crise atual” oglobo.com.br/esportes

SEGUNDO CADERNO

- **PRIMEIRA PÁGINA:** Clique e ouça antes

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Onde ouvir e baixar” oglobo.com.br/cultura

- **PÁGINA 2:** Discolândia – Bossas que vão além da efeméride

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Confira trechos dos CDs comentados nesta matérias” oglobo.com.br/cultura

Vídeo: Assista ao trompetista e cantor alemão Till Brönner gravando com músicos brasileiros para o álbum “Rio”

Áudio: Ouça Rodrigo Santoro cantando “Miranda”, no disco com a trilha sonora do filme “Os desafinados”

- **PÁGINA 4:** Box no canto inferior direito

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Acompanhe o Festival do Rio” oglobo.com.br/cultura/festivaldoriorio2008

08/10

PRIMEIRA PÁGINA

MANCHETE:

Dólar chega a R\$ 2,31 e Lula remenda manter consumo

- Europa amplia garantias para depósitos bancárias

- FMI: US\$ 12,3 tri estão sob risco

- BB e CEF também socorrerão bancos

DESTAQUE:

- Lula recebe Paes, sem direito a fotos

EM MENOR DESTAQUE:

- Servidores vão pagar imposto sindical
- Incêndio terá taxa cobrada duas vezes
- Petrobras pode deixar Equador
- Vistos para EUA valerão por dez anos
- Segundo Caderno – No Rio para lançar “Um homem bom”, o ator Viggo Mortensen fala de cinema, política e América Latina
- Partidos governistas avançam no Nordeste

INTERNAS

- PÁGINA 2: Por dentro do Globo - Autocrítica

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Leia a íntegra da coluna”
oglobo.com.br

- PÁGINA 3: Partidos x pessoas

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Opinião): “Lula fará campanha no Rio. Vote” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- PÁGINA 4: Gabeira cobra punição para autores de panfleto

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Opinião): “Envie uma pergunta para Paes ou Gabeira” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- PÁGINA 6: Cartas dos leitores

Todas as cartas foram enviadas por e-mail

- PÁGINA 7: Opinião

Ao final da página chamada para O Globo na Internet: “Leia mais artigos”
oglobo.com.br/opinio

- PÁGINA 9: Marta diz que Kassab não tem imagem própria

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Leitores dizem quais foram as surpresas desta eleição” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- PÁGINA 11: Contra máquina, outra máquina da BA (colorido com mapa em 3D)

- PÁGINAS 18: O tempo no Globo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Mais informações sobre o tempo”
oglobo.com.br

- PÁGINA 25: Economia: Bovespa despenca e anula ganhos de 2007

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Acompanhe os mercados em tempo real” oglobo.com.br/economia

- PÁGINA 26: Tabelas de juros para comprar carro estão sendo alteradas a cada semana

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Funcionários das financeiras explicam a crise e efeito em suas taxas” oglobo.com.br/economia

- PÁGINA 28: Lula aconselha população a manter consumo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Ouça Lula falando sobre palpites e pacotes” oglobo.com.br/economia

- PÁGINA 31: BC dos EUA financia capital de giro, sem limite

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Relembre a história da crise”
oglobo.com.br/economia

- PÁGINA 34 e 35: Anúncio do Globo

Texto – Informação. Onde você estiver, quando você quiser. Analisada, aprofundada, comentada. No papel, na tela, na sua mão. O GLOBO. Muito além do papel de um jornal

- PÁGINA 36: Obama abre vantagens

Infográfico – A gangorra eleitoral

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Mapas mostram por quais estados passam as campanhas” oglobo.com.br/mundoeleico/esamericanas

- **PÁGINA 38:** NConfrontos deixa mortos e centenas de feridos em Bangcoc
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Galeria): “Imagens de confrontos em Bangcoc” globo.com.br/mundo
- **PÁGINA 40:** Esporte
Conto das mil e uma noites
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Galeria): “Mais imagens da rodada de ontem” oglobo.com.br/esportes
Brasil garante vaga na final feminina do WQS carioca
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Leia mais sobre o WQS no blog Radicais” oglobo.com.br/esportes
- **PÁGINA 41:** Sob risco, Vasco se contenta com empate contra Sport
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Opinião): “Qual o melhor goleiro para o Vasco” oglobo.com.br/esportes
- **PÁGINA 42:** Síndrome de vaga-lume
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (Opinião): “O Brasil vai jogar melhor do que da última vez contra a Bolívia” oglobo.com.br/esportes
- **PÁGINA 52:** Depressão pós-vexame
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Internautas aponta de quem é a culpa pela crise atual” oglobo.com.br/esportes

SEGUNDO CADERNO

- **PRIMEIRA PÁGINA:** ‘Um homem bom’ no Rio
- **PÁGINA 2:** Box no canto direito no meio da página
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Acompanhe o Festival do Rio” oglobo.com.br/cultura/festivaldoriorio2008
- **PÁGINA 12:** Na favela, uma fábula absurda, sexual e musical
Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Leia trecho de “Black music” oglobo.com.br/cultura

09/10

PRIMEIRA PÁGINA

MANCHETE:

BCs fazem corte mundial de juros em ação inédita

BOX: Como a disparada do dólar afeta a sua vida

DESTAQUE:

- Paes e Piccini negociam apoio de Crivella; Gabeira faz crítica a aliada da Zona Norte

EM MENOR DESTAQUE:

- Kassab cresce e deve disputar com Marta em São Paulo
- Em Minas, candidato de Aécio terá que enfrentar 2º turno
- Ex-prefeitos do Rio revelam seus erros no comando da cidade
- Jovens da favela e do asfalto querem eleger hoje políticos honestos
- Na região da Zona Portuária, a história se mistura à decadência
- Vinte anos depois, falta regulamentar mais de 1/4 da Constituição

REVISTA DA TV - Falabella: um toque de humor às 18h

REVISTA O GLOBO - Famosos falam de shows imperdíveis

SEGUNDO CADERNO - As escolhas de John Malkovich

Conheça os candidatos com ficha suja

Um roteiro para saber como votar

Chamadas para O Globo no celular (Acompanhe pelo celular a apuração oglobo.mobi/pais/eleicoes2008), na internet (Descubra seu local de votação) e Eu-Repórter (Envie fotos e relatos sobre campanha irregular oglobo.com/pais/eleicoes)

INTERNAS

- **PÁGINA 4:** Problemas na Cidade Maravilhosa não caberiam num cartão-postal

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Colunistas entrevistam candidatos a prefeito no Rio”

- **PÁGINA 6:** Cartas dos leitores

Todas as cartas foram enviadas por e-mail

- **PÁGINA 7:** Opinião

Ao final da página chamada para O Globo na Internet: Leia mais artigos oglobo.com/opinioao

- **PÁGINA 16:** Anúncio do Globo

Texto – Informação. Onde você estiver, quando você quiser. Analisada, aprofundada, comentada. No papel, na tela, na sua mão. O GLOBO. Muito além do papel de um jornal

- **PÁGINA 17:** Zona Portuária – Para quando o futuro aportar no cais

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (galeria): “O porto ontem e hoje”

- **PÁGINAS 20 e 21:** Votos de amor a uma cidade

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Ouça a declaração de amor dos candidatos”

- **PÁGINA 28:** Infográfico - Saiba como é a votação

Orientação sobre “uso de celular”, “como votar dentro de sua seção”

“O Globo na internet preparou uma cobertura especial para as eleições”

- **PÁGINA 30:** Infográfico – A disputa nas capitais

- **PÁGINA 31:** Matéria sobre 20 anos da Constituição Federal

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Ouça o discurso de Ulysses Guimarães na Rádio do Moreno”

- **PÁGINA 33:** Infográfico – Conheça os números (matéria sobre o déficit da tropa da PM)

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Secretaria de segurança fala sobre o déficit da PM no Rio”; “Leia a íntegra do artigo da antropóloga Ana Paula Miranda”

- **PÁGINA 34:**

Prostituição infantil ao som de baile funk

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (galeria): “Como acabar com o problema da prostituição infantil?” oglobo.com/rio

O perdão e a reconciliação contra a violência

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Vítima de abuso sexual diz que conseguiu perdoar o pai” oglobo.com.br/rio

- **PÁGINA 35:** Para matar a fome de cultura

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Confira as receitas criadas pelos finalistas do Concurso Novos Chefs” oglobo.com.br/projetos/gastronomia2008

- **PÁGINA 39:**

Nem a prefeitura cumpre o Código de Posturas

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Eu-Repórter: Viu erros gramaticais em placas e lojas do Rio? Mande para nós” oglobo.com.br/participe

Pesquisa traça perfil de cobaias cariocas

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Pesquisador traça perfil de voluntários que testam remédios” oglobo.com.br/rio

- **PÁGINA 41:** Economia

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “Especial conta a evolução da crise”
oglobo.com.br/economia

- **PÁGINA 43:** Dólar encarece pacote, mas não afugenta turista

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “A alta do dólar pegou você de malas prontas? Conte sua história” oglobo.com.br/economia

- **PÁGINA 44:** Logo a página móvel

O mundo não é plano – Uma biografia não-autorizada do capitalismo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “Comente este texto no blog da Logo” oglobo.com.br/logo

- **PÁGINA 52:** Homer Simpson, o mais novo democrata

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Veja Homer votando em episódio dos ‘Simpsons’” oglobo.com.br/mundo/eleicoesamericanas

- **PÁGINA 55:** Saúde – Corrida contra o tempo

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “Confira modelos de tênis de acordo com seu perfil” oglobo.com.br/vivermelhor

- **PÁGINA 56:** Mulheres colocam a própria visão em risco por vaidade

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet : “Veja tratamentos que embelezam os olhos sem por a saúde em risco” oglobo.com.br/vivermelhor

- **PÁGINA 59:** Futebol pentacampeão em crise

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Emerson fala da importância da preparação física para o futebol de hoje” oglobo.com.br/esportes

- **PÁGINA 60:** Vasco é goleado em casa...

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (galeria): “Veja imagens da rodada” oglobo.com.br/esporte

- **PÁGINA 62:** O sonho não acabou

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Quem foi o destaque na 28ª rodada do Brasileiro?” oglobo.com.br/esporte

SEGUNDO CADERNO

- **PRIMEIRA PÁGINA:** ‘Autocrítica é a chave’

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Leia depoimento de John Malkovich sobre Manoel de Oliveira” oglobo.com.br/cultura

- **PÁGINA 2:**

Skank ergue estandarte musical do prazer

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (vídeo): “A banda comenta canções de ‘Estandarte’” oglobo.com.br/cultura

Festival do Rio 2008

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet: “Acompanhe o Festival do Rio” oglobo.com.br/cultura/festivaldoriorio2008

10/10

PRIMEIRA PÁGINA

MANCHETE:

BOX: Uma questão de estilo

- **Destques dentro do Box para algumas aspas de Paes e Gabeira e mais:**

- Datafolha dá empate técnico: Gabeira 43%, Paes 41%

- PCdoB d Jandira apóia Paes, mas Niemeyer vai de Gabeira

- Lula desiste de ato com Marta após disparada de Kassab
- Lucinha exige que Gabeira se retrate por ofensas
- TSE confirma realização de 2º turno em Campos

DESTAQUE/MANCHETE:

- BC poderá bloquear negócios de bancos

EM MENOR DESTAQUE:

- PM manda 30 para reaver carro
- Botafogo vence de virada no Engenhão
- Privatização do Galão tem primeiro passo

DESTAQUE/SEGUNDO CADERNO – Literatura nômade rende o Prêmio Nobel ao escritor francês J. M. Le Clézio

INTERNAS

- **PÁGINA 2:** Autocrítica

Chamada para O Globo na Internet: “Leia a íntegra da coluna” oglobo.com.br

- **PÁGINA 3:** No Rio, começo com equilíbrio

Infográfico/Box: Conheça os números da pesquisa

Chamada para O Globo na Internet : “Infográfico: os bairros onde Paes e Gabeira tiveram maior votação” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINA 6:** Cartas dos leitores

Todas as cartas foram enviadas por e-mail

- **PÁGINA 7:** Opinião

Ao final da página chamada para O Globo na Internet: Leia mais artigos oglobo.com/opiniao

- **PÁGINA 11:** Antes tarde do que nunca (resgate do carro roubado)

Chamada para O Globo na Internet: “Blog: Por que a polícia costuma falhar quando mais se precisa dela” oglobo.com.br/rio

- **PÁGINA 12:** Polícia vai testar o protótipo do caveirinha

Chamada para O Globo na Internet: “Veja imagens do blindado” oglobo.com.br/rio

- **PÁGINA 25:** Economia: BC ganha carta branca para intervir (BOX: Entenda as medidas)

Chamada para O Globo na Internet: “Leia íntegra da resolução” oglobo.com.br/economia

- **PÁGINAS 27:** Com medo de recessão, Wall Street recua 7,33% (BOX: As bolsas no mundo ontem)

Chamada para O Globo na Internet: “Relembra a história da crise” oglobo.com.br/economia

- **PÁGINA 28:**

BC faz novos leilões de dólar e moeda cai 3,6%

O Globo na Internet: “Desistiu de investir a bolsa? Conte sua história”

oglobo.com.br/economia

BOX: Para FMI, Brasil vai bem, mas não está imune

Ao final da matéria, chamada para O Globo na Internet (áudio): “Ouça, em inglês, Strauss-Kahn falando sobre o Brasil” oglobo.com.br/economia

- **PÁGINAS 34:** O mundo

Crise favorece democratas

Chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Biden é chamado de McCain em comício democrata” oglobo.com.br/mundo/eleicoesamericadas

BOX: Mais uma famosa às custas de Sarah

Chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Sarah Palin manda recado ao Brasil”

oglobo.com.br/mundo/eleicoesamericadas

SEGUNDO CADERNO

- **PRIMEIRA PÁGINA:** Escritor além das fronteiras

Ao final, chamada para O Globo na Internet (opinião): “As escolhas do Nobel são justas?”
oglobo.com.br/cultura

- **PÁGINA 2:** Rosto e alma de ‘Person’ traz suas mutações

Chamada para O Globo na Internet (galeria): “Veja fotografia da carreira de Liv Ullman”
oglobo.com.br/cultura

- **PÁGINA 2:** ‘Estou à margem da cultura de massa’ (Entrevista Hal Hartley)

Chamada para O Globo na Internet (vídeo): “Veja o trailer do filme” oglobo.com.br/cultura

PS – Na edição impressa deste dia não foi analisado o Especial eleições, por 8 páginas, por ser considerado como suplemento

11/10

PRIMEIRA PÁGINA

MANCHETE:

BOX: Bolsa de Nova York tem a pior semana em 112 anos

- Infográfico: As perdas de ontem
- Lula manda gastar e, mais tarde, economizar
- Crise muda ranking de bilionários no planeta
- Votorantim já perdeu R\$ 2,2 bi no câmbio
- As perdas chegam aos fundos de pensão

BOX: Eleições 2008

- Felizes para sempre (Paes se desculpa e consegue foto com Lula)

Em menor destaque:

- Marina anuncia apoio a Gabeira
- Gabeira pede desculpas a vereadora na 3ª pessoa
- Aterro na Zona Oeste depende do estado
- Kassab promete SP sem favelas em dez anos
- Charge de Chico sobre Paes e Gabeira

EM MENOR DESTAQUE:

- Valério é preso. Mas não pelo mensalão
- Ex-presidente finlandês ganha Nobel da Paz
- Em busca da vitória, Fla lota Maracanã

GLOBINHO – Em edição especial, 12 crianças escrevem as reportagens do caderno

PROSA & VERSO – Buenos Aires é o cenário de “Cordilheira”, novo romance de Daniel Galera

ELA – Nesta época de excessos, o novo luxo é ter tempo para fazer nada

HISTÓRIA – A descoberta do Titanic fez parte de uma missão secreta para encontrar submarinos

DESTAQUE/SEGUNDO CADERNO – A celebração da vida e da poesia de Cartola no centenário de seu nascimento

INTERNAS

- **PÁGINA 2:** Autocrítica

Chamada para O Globo na Internet: “Leia a íntegra da coluna” oglobo.com.br

- **PÁGINA 3:**

Paes corre atrás da foto com Lula

O Globo na Internet : “Apoios políticos mudam seu voto?” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

Candidato muda tom: ‘É um saco ser líder’

O Globo na Internet : “Leia a íntegra da nota do PCdoB” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- **PÁGINA 6:** Cartas dos leitores

Todas as cartas foram enviadas por e-mail

- **PÁGINA 7:** Opinião

Ao final da página chamada para O Globo na Internet: Leia mais artigos oglobo.com/opiniaio

- **PÁGINA 12:** Lula baixa música na internet

Chamada para O Globo na Internet: “Lula conta que já baixou música da web. Veja trecho da entrevista” oglobo.com.br/pais

- **PÁGINA 14:** PF prende Valério por corrupção e espionagem

O Globo na Internet: “Relembre o escândalo do mensalão no especial Multimídia”

oglobo.com.br/rio

- **PÁGINA 16:** O atrevimento dos ilegais

Chamada para O Globo na Internet: “Veja as imagens do protesto” oglobo.com.br/rio/transito

- **PÁGINA 18:** Anúncio do Globo

Texto – Informação. Onde você estiver, quando você quiser. Analisada, aprofundada, comentada. No papel, na tela, na sua mão. O GLOBO. Muito além do papel de um jornal

- **PÁGINAS 22:** O tempo no Globo

Chamada para O Globo na Internet: “Mais informações sobre o tempo” oglobo.com.br

- **PÁGINA 23:** Fumaça assusta passageiros de trem do metrô

O Globo na Internet: “Eu-Repórter – Você fotografou o momento da pane?”

oglobo.com.br/rio

- **PÁGINA 26:** Língua negra seria despejo de esgoto

O Globo na Internet: “Eu-Repórter – Viu alguma língua negra na praia? Mande fotos e relatos” oglobo.com.br/rio

- **PÁGINA 27:** Câmeras flagram sabotagem em Raio-X

O Globo na Internet: “Vídeo mostra funcionário sabotando equipamento” oglobo.com.br/rio

- **PÁGINA 29:** Economia: Derrocada histórica nas bolsas (Arte mostrando a perda nos principais mercados)

Chamada para O Globo na Internet (galeria): “Imagens do pânico nas bolsas do mundo”

oglobo.com.br/economia

- **PÁGINAS 30:** Em meio ao caos, Bush pede calma

Chamada para O Globo na Internet: “Miriam Leitão diz que Governo Bush acabou”

oglobo.com.br/miriam

- **PÁGINA 33:** Rússia aprova pacote de socorro de US\$ 86 bi

O Globo na Internet: “Restaurantes chiques na Rússia estão vazios”

oglobo.com.br/blogs/russia

- **PÁGINAS 34:** BOX – EU avalia suspender bolsas

Chamada para O Globo na Internet (opinião): “Você acha que as bolsas devem fechar, enquanto a solução não vem?” oglobo.com.br/economia

- **PÁGINAS 35:** Buffet amplia fortuna na crise

Chamada para O Globo na Internet: “Confira a nova lista” oglobo.com.br/economia

- **PÁGINA 38:** Indicadores

Chamada para O Globo na Internet: “Veja mais indicadores e números do mercado financeiro” oglobo.com.br/economia/indicadores

- **PÁGINA 39:** Mundo – Nobel para a diplomacia discreta

Chamada para O Globo na Internet (galeria): “Imagens da carreira do vencedor do prêmio”

oglobo.com.br/mundo

- **PÁGINA 40:** Emboscada do Sendero Luminoso deixa 14 mortos na selva peruana

Chamada para O Globo na Internet: “Teste seus conhecimentos sobre o Sendero”
oglobo.com.br/mundo

- PÁGINA 43:

Esportes – Seleção pega Irã mais calma que seu técnico

Chamada para O Globo na Internet: “Confira a cobertura de Brasil x Irã”

oglobo.com.br/esportes

Fórmula 1 – Massa e Hamilton travam mais um duelo...

Chamada para O Globo na Internet: “Confira o grid de largada para o GP do Japão”

oglobo.com.br/esportes/f12008

- PÁGINA 45: Alternativas para evitar imprevistos

Chamada para O Globo na Internet: “Leitores não levam fé na seleção brasileira”

oglobo.com.br/esportes

SEGUNDO CADERNO

- PRIMEIRA PÁGINA: Cartola 100 anos (cont. p2)

- PÁGINA 4: Box no canto inferior esquerdo

O Globo na Internet: “Veja mais Cartola” oglobo.com.br/cultura; - Galeria: Veja fotos raras e inéditas do poeta; - Leia: Trecho do livro; - Opine: Ouça dez clássicos e escolha o melhor

- PÁGINA 12: Festival do Rio 2008 – Deu tudo certo para José Eduardo Belmonte

Chamada para O Globo na Internet (galeria): “Veja mais fotos da cerimônia de premiação”

oglobo.com.br/cultura

12/10

PRIMEIRA PÁGINA

BOX: Eleições 2008

- Que zona é esta? (sobre disputa eleitoral na Zona Oeste do Rio de Janeiro)

Em menor destaque:

- Aécio: idade não é premissa para 2010

MANCHETE:

BOX: Governo pode cortar gastos e adiar programas sociais

- Taxas de crédito consignado sobem

- O impacto na vida em todo o mundo

EM MENOR DESTAQUE:

REVISTA – Cresce o número de pais solteiros em todo o mundo

TV – Programas conectados se espalham na telinha

SEGUNDO CADERNO – Há sete anos fechado, Teatro Cólón reinicia as obras

- MP investiga desvio de verbas da Saúde

- Servidores reagem ao controle do Estado

- Fla perde. Flu sai da zona de rebaixamento

- A fronteira mais remota do Brasil

ANCELMO GOIS – DataGois revela: músicos do Rio apontam “O mundo é um moinho” como a melhor canção de Cartola

- EUA tiram Coréia do Norte da lista do terror

INTERNAS

- PÁGINA 3: O que é que a Zona Oeste tem

Infográfico em arte com números, símbolos, mapa e fotos

- PÁGINA 6: Cartas dos leitores

Todas as cartas foram enviadas por e-mail

- PÁGINA 7: Opinião

Ao final da página chamada para O Globo na Internet: Leia mais artigos oglobo.com/opiniaio

- PÁGINA 11: Paes acusa adversário de preconceito

Chamada para O Globo na Internet (teste): “Confira seus conhecimentos sobre os candidatos” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- PÁGINA 12: Eleitor resiste a seguir orientações de caciques

Chamada para O Globo na Internet: “Apoios políticos a um candidato fazem você mudar o voto?” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- PÁGINA 14: Logo – Títeres do Rio

Chamada para O Globo na Internet: “Comente a sátira de Michel Melamed no Blog da logo” oglobo.com.br/logo

- PÁGINA 15: Publicitários dizem que não haverá ataques na TV

Chamada para O Globo na Internet (áudio): “Trechos das entrevistas com Lula Vieira e Renato Pereira” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- PÁGINA 16: PMDB, fortalecido nas urnas, mostra a fatura a Lula

Chamada para O Globo na Internet: “O índice de reeleição de prefeitos por estado” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- PÁGINA 18: ‘Candidato não será escolhido por faixa etária’ (entrevista com Aécio Neves)

Chamada para O Globo na Internet (áudio): “Aécio avalia o resultado das eleições” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- PÁGINA 19: Marta sofre resistência nas classes média e alta

Chamada para O Globo na Internet (infográfico): “Onde Marta teve mais votos” oglobo.com.br/pais/eleicoes2008

- PÁGINAS 30: A lucrativa indústria do samba-enredo

Chamada para O Globo na Internet (áudio): “Ouça os sambas que não ganharam, mas foram sucesso” oglobo.com.br/rio

- PÁGINA 31: O controle que não ‘pega’ no setor público

O Globo na Internet: “O fim da estabilidade vai melhorar a produtividade no setor público?” oglobo.com.br/rio

- PÁGINA 35: Crise encolhe o crédito com desconto em folha

O Globo na Internet (opinião): “Teve problemas para conseguir crédito? Conte” oglobo.com.br/economia

- PÁGINA 55: Menos fraldas, mas pelo mesmo preço

Pauta do leitor: Essa reportagem foi uma sugestão do leitor Carlos Dário Moreira

- PÁGINA 59: O Brasil além das 200 milhas

Chamada para O Globo na Internet: “Teste seus conhecimentos sobre o território marítimo brasileiro” oglobo.com.br/ciencia

- PÁGINAS 60: Isolados pedaços de terra onde aviões e helicópteros não têm vez

Chamada para O Globo na Internet (galeria): “Veja as imagens das ilhas brasileiras” oglobo.com.br/ciencia

SEGUNDO CADERNO

- PRIMEIRA PÁGINA: Uma odisséia clássica