

ANÁLISE DAS PLATAFORMAS ON-LINE E IMPRESSA DO JORNAL CORREIO POPULAR

Rogério Eduardo Rodrigues Bazi*

Giulia Bucheroni**

Julia Vasconcelos Affonso***

RESUMO: Este artigo tem por objetivo analisar o conteúdo noticioso das duas plataformas do jornal “Correio Popular”, jornal de maior circulação em Campinas, Estado de São Paulo. A análise foi realizada entre os dias 15 e 21 de março de 2017 e consiste em comprovar se há ou não diferenças no conteúdo publicado nas duas plataformas do jornal: on-line e impressa. Foi realizada a captação de *prints* da versão on-line a cada 02 horas na sessão Campinas e RMC região metropolitana de Campinas, no portal do ‘Correio Popular’, www.cpopular.com.br. Para o meio impresso, foi utilizada a área logada no *site* do jornal, disponível para assinantes, onde é possível encontrar as versões impressas dos dias analisados. Ao fim da coleta de dados, constatou-se que o ambiente convergente das duas versões é pouco suscetível a mudanças.

PALAVRAS-CHAVES: Correio Popular; Plataforma on-line; Plataforma impressa.

ON LINE AND PRINTED PLATFORMS OF THE NEWSPAPER CORREIO POPULAR

ABSTRACT: News reported on two platforms by the large circulation newspaper Correio Popular, published in Campinas, Brazil, is analyzed. Analysis was undertaken between 15 and 21 March 2017 to verify whether there was or not any differences between the on line and printed editions. Prints from the on line edition were taken every two hours within the section Campinas and its Metropolitan Regions at www.cpopular.com.br. In the case of the printed edition, the area of the newspaper’s site for subscribers was retrieved with regard to the printed matter on the above-mentioned dates. Results revealed that the convergent environment of the two

* Doutor em Comunicação. Docente do Programa de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte e da Faculdade de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica (PUC-Campinas), Brasil.

E-mail: rogerio.bazi@gmail.com

** Acadêmica da Faculdade de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica (PUC-Campinas), Brasil.

*** Acadêmica da Faculdade de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica (PUC-Campinas), Brasil.

editions is only slightly susceptible to any change.

KEY WORDS: Correio Popular; On line platform; Printed edition.

INTRODUÇÃO

Diante dos avanços de novas tecnologias os fundamentos jornalísticos tornam-se essenciais. O surgimento dos portais on-line demandou aos profissionais uma rapidez na atualização de conteúdo e a necessidade de se manter atento nos ideais de atualidade, novidade e instantaneidade. De acordo com Novaes (2007), o papel mediador do jornalista é revalorizado no meio on-line, pois há a necessidade de explicar e interpretar os acontecimentos.

A necessidade de manter a qualidade, a credibilidade e o lucro tanto na plataforma impressa quanto na on-line é reafirmada como um caminho linear do sucesso e, para isso, é necessário manter a qualidade nos textos informativos. O uso das ferramentas disponíveis no on-line é indispensável nessa jornada: o jornalista deve ir além da mera transposição de conteúdo; deve usar a estrutura virtual de forma criativa e abordar o mesmo de formas diferentes e ricas em informação.

Assim, o presente artigo propõe uma análise das reportagens publicadas na plataforma on-line e no jornal impresso do Correio Popular, jornal de maior circulação na cidade de Campinas, Estado de São Paulo e região, pertencente ao grupo RAC, Rede Anhanguera de Comunicação. A tiragem diária é de aproximadamente 35 mil exemplares, podendo chegar a 42 mil aos domingos, segundo a Ipsos Brasil, empresa de pesquisa e de inteligência de mercado, em 2017. A versão digital do Correio Popular, www.cpopular.com.br, e o portal RAC, Rede Anhanguera de Comunicação, publicam o conteúdo jornalístico para as mídias digitais.

Com a análise deste *corpus* pretende-se entender se as informações publicadas nas edições impressas são postadas no portal on-line de modo convergente e, também, analisar o número de matérias vinculadas nas duas plataformas ou em apenas uma delas.

A pesquisa busca responder ao seguinte questionamento: o leitor do conteúdo on-line recebe a informação com o mesmo teor que o leitor do conteúdo

impresso? Ou seja, é exposto o modo como o conteúdo jornalístico é trabalhado no meio impresso e na plataforma digital pela equipe do grupo RAC, a fim de compreender se as reportagens publicadas em ambos os meios contêm o mesmo conteúdo.

No que se refere à metodologia empregada, o artigo baseia-se na pesquisa descritiva e na análise comparativa. Foram observadas as edições impressas e on-line durante uma semana, de 15 de março a 21 de março de 2017, na editoria regional de Campinas e grande região metropolitana. Para tanto, o portal on-line foi analisado a partir de *prints* (www.cpopular.com.br) de tela, realizados em um intervalo consecutivo de 02 horas, no período das 8h às 22h. Já as reportagens publicadas no jornal impresso foram analisadas pela área logada de assinantes, na qual há todas as versões digitalizadas. Foram gerados arquivos dos *prints* e das reportagens para posterior estudo.

2 AMBIENTE CONVERGENTE

A partir das diversas possibilidades que o ambiente digital oferece, a produção jornalística tem passado por grandes e significativas mudanças. “O advento da Internet provocou uma revolução nos chamados meios tradicionais de comunicação (rádio, televisão, jornal e revista), obrigando-os a uma reformulação de conceitos e formas de produção” (NOVAES, 2007, p. 17).

Por ser um espaço de dados, de interação e de comunicação, o ciberespaço permitiu que diversos grupos sociais formassem comunidades virtuais. Este fenômeno, por sua vez, impactou diretamente a forma como é produzido o conteúdo jornalístico para as plataformas digitais. Nota-se, na perspectiva dos estudos atuais, que envolvem o jornalismo, principalmente na última década, que os efeitos do uso da tecnologia e das convergências que sustentam a produção jornalística apresentam-se como um dos principais pontos a serem discutidos e/ou analisados.

O que antes era conteúdo exclusivo das folhas impressas, atualmente é publicado com detalhes, e em tempo real, na internet, fornecendo ao público consumidor de informação a oportunidade de ter com mais agilidade o conteúdo

informativo. Sob essa perspectiva, é necessária a compreensão acerca das potencialidades das características da notícia na web, a exemplo da hipertextualidade, da interatividade, da multimídia, da personalização, da memória e da atualização contínua – conceitos estudados anteriormente por Palacios (2002).

Palacios (2002) define multimídia como a convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, som e texto). “A convergência se torna possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação em múltiplas plataformas” (PALACIOS, 2002, p. 25).

No que diz respeito à interatividade, o conteúdo noticioso on-line tem a capacidade de criar a interação entre os meios jornalísticos e os leitores como, por exemplo, pela troca de e-mails entre leitores e editores. Na web, também há a possibilidade de interconectar textos através dos links – esta característica, conhecida como hipertextualidade, possibilita apontar, através de links, para novos desdobramentos de uma determinada notícia.

As relações entre tecnologia, ambientes conectados e o jornalismo se unem e se estabelecem com muita nitidez na atualidade por aquilo que fora nomeado de *cultura da convergência*, expressão cunhada por Jenkins (2009) em seus estudos sobre convergência e narrativa transmídia. De acordo com Jenkins (2009), o ambiente jornalístico estabelece uma relação de convergência e apresenta uma transformação cultural, à medida que o consumidor é incentivado a procurar novas informações e fazer conexões em meios de conteúdo dispersos.

O próprio autor refere-se à convergência como “o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (Jenkins, 2009, p. 29). Para o autor, a palavra convergência “consegue definir transformações tecnológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando”. Representa, pois, “uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (p. 29-30).

Por sua vez, Quinn (2005, p. 3) *apud* Alzamora e Tárzia (2012, p. 25) expõe que a convergência está diretamente relacionada ao indivíduo e à cultura de cada país e a relação estabelecida a partir dessa perspectiva. Por isso, como bem destacou

Massarolo (2015, p. 136), “[...] a convergência midiática representa um estímulo à participação e co-criação de conteúdo em plataformas de mídia, trazendo as transformações cotidianas para o ambiente da cultura participativa [...]”.

Importante notar que o argumento de Massarolo (2015) encontra em Gosciola e Venancio (2016, p. 22) sinergia, uma vez que, segundo os autores, “a convergência ou a integração de mídias e de histórias veiculadas por diferentes plataformas é a mais legítima expressão de um desejo presente no nosso repertório sociocultural, mas que só encontra efetiva concretização com o advento e a popularização da web”.

As possibilidades também se ampliam para o leitor internauta. A denominada customização de conteúdo, como afirma Palacios (2002), é a opção fornecida ao leitor para configurar os conteúdos jornalísticos de acordo com o que lhe interessa. Além disso, é possível destacar que a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias – pela funcionalidade da memória, o volume de informação anteriormente produzida é diretamente disponível ao usuário

De acordo com Ribas (2004, p.2), desde as primeiras experiências com as tecnologias da computação, o jornalismo tem adotado tendências, discussões, adaptações e moldando-se ao meio digital. A internet possibilitou não só a evolução do jornalismo, mas também a do perfil do jornalista.

Novaes (2007) destaca três principais mudanças que ocorreram no papel deste profissional: a primeira mudança, por sua vez, relaciona-se ao fato de que o jornalista excede o papel de contador de fatos; a segunda mudança diz respeito à expansão do papel do jornalista, abrangendo interpretações dos acontecimentos – já a terceira mudança está ligada ao papel central dos jornalistas na ligação entre comunidade e usuário.

Diante das significativas transformações que o jornalismo passa com o desenvolvimento da tecnologia, é imprescindível que o jornalismo impresso se adeque à realidade das mídias digitais a fim de aprimorar o seu produto, incluindo neste processo as possibilidades da web como forma de usar a tecnologia como oportunidade e não como ameaça.

Ressalta o quão eficiente é manter uma equipe jovem, que domine a

linguagem da nova era, e esteja apta a fazer reportagens para todos os veículos midiáticos como o rádio, sites, revistas on-line, televisão e jornal.

Mesmo diante dos avanços e das inovações de novas tecnologias, os fundamentos jornalísticos tornam-se mais essenciais do que nunca. De acordo com Novaes (2007), o papel mediador do jornalista é revalorizado no meio on-line, pois há a necessidade de explicar e interpretar os acontecimentos. Apesar de a sobrecarga de informação ser uma realidade, é importante reconhecer a boa formação de um profissional capacitado, por saber selecionar e filtrar informações, dando a elas mais credibilidade e segurança.

No que diz respeito ao futuro do jornalismo impresso, Righetti e Quadros (2008) destacam os “planos de sobrevivência”, como o desenvolvido pelo El País em 2005 – que uniu as versões impressas e *on-line* em uma única redação, que produz conteúdo para todas as plataformas – são necessários para garantir que os jornais impressos garantam seu lugar na mídia.

A partir de tais constatações, Righetti e Quadros (2008, p. 3) também apontam a importância de tratar o problema com novos olhares: “está na hora de mudarmos as perguntas para obtermos novas respostas”. Segundo eles, questionar se a publicidade é realmente a única forma de manter o jornal ou se há necessidade de manter os jornais com coberturas factuais, de grande circulação, em um formato grande e difícil de manusear; por exemplo, são maneiras de encontrar soluções diferentes e eficazes para a crise do impresso.

A necessidade de manter a qualidade, a credibilidade e o lucro é reafirmada como um caminho linear do sucesso e, para isso, é necessário manter a qualidade, sem enxugar a redação, sem demitir jornalistas, sem cortar pautas longas e interessantes, valorizar o bom texto, além de garantir lugar nas novas plataformas e novos formatos midiáticos.

Por outro lado, Novaes (2007) ressalta que o problema da inovação tecnológica é que ela ocorre com muita rapidez – por isso a internet rompeu com muitos paradigmas que existiam na sociedade até então. Este fenômeno tornou-se capaz de mudar o estilo da redação para o ambiente da rede, incorporando nos textos noticiosos ferramentas como sons, vídeos e a adição de links. O jornalista, antes estável, passa a ser um profissional dinâmico, flexível e atento a tudo que

ocorre na internet. Sob esta ótica, conclui-se que é necessário explorar estes desafios em relação ao mundo da web.

O aspecto relevante da migração para a redação digital não se encontra na complexidade da linguagem a ser utilizada, mas nos recursos que o ciberespaço fornece e nas peculiaridades que rodeiam o internauta, sendo este o pivô da guerra para a “audiência” na Internet a “atenção” do internauta. Portanto, os portais de notícia que terão maior acesso serão os que prenderão a atenção do leitor. E esse é o desafio do webjornalista: além de compilar a notícia utilizando todos os recursos que o ciberespaço fornece desenvolver um processo de convencimento, investir em sua competência cognitiva, que é a capacidade de interpretar os fatos no sentido de satisfazer todas as necessidades informacionais do internauta frente à notícia (NOVAES, 2007, p. 112).

O questionamento da credibilidade na internet passa a ser uma constante para toda a área de jornalismo, sendo esta uma preocupação geral entre os profissionais. Este elemento, por sua vez, é fundamental para o profissional de jornalismo. O webjornalista já pode ser considerado um sujeito que carrega diversos equipamentos e que realiza todo o trabalho jornalístico, desde a apuração até a coleta de imagens. No entanto, na prática isso pode ter dificuldades para se concretizar. É necessária, então, uma reformulação das agências de notícias, a fim de oferecer suportes para o profissional.

É hora de repensar a função do jornalista num mundo globalizado e dominado pelas tecnologias interativas, que obrigam os jornalistas a acompanharem as mudanças. Não foram poucos os profissionais de imprensa, experientes em jornalismo impresso que, desde o advento da Internet, há pouco mais de uma década, migraram para o jornalismo digital (NOVAES, 2007, p. 130).

Apesar dos desafios que a tecnologia trouxe para os jornalistas, bem como a mudança ocorrida no perfil deste profissional, os avanços tecnológicos também abriram inúmeras possibilidades para o seu engrandecimento. “A Internet, com o seu ciberespaço ilimitado, veio para ficar, e encontra-se em fase de expansão, derrubando

os profissionais que relutem ou mesmo demorem a se adequar” (NOVAES, 2007, p. 136).

Logo, o pensamento de inovação profissional necessita estar diretamente associado ao avanço exponencial da tecnologia, presente cada vez mais no exercício do jornalismo e nos ambientes convergentes de mídia. Em recente estudo, Jenkins, Ford e Green (2015) argumentam que com o surgimento de novas plataformas on-line um novo modelo de comunicação surge, denominado de “cultura da conexão”, na qual a participação do público é protagonista e auxilia a determinar de que forma os conteúdos podem ser circulados e compartilhados.

Desta forma, é possível perceber a importância dos estudos referentes a esta área. Eles são fundamentais para auxiliar na própria definição da função do webjornalista e que se encontra atualmente em busca de um direcionamento. Entende-se, portanto, que isto seja mais um dos desafios emergentes impostos pela era da internet.

3 ANÁLISES

Ao estabelecer, portanto, a exposição em torno do ambiente midiático convergente e a inserção do novo profissional de comunicação nesse contexto, passe-se a seguir às análises que foram realizadas na versão impressa e no portal on-line do jornal Correio Popular, no período e metodologia já expostos anteriormente.

Na Figura 1, tem-se um exemplo de como as reportagens foram publicadas.



Figura 1. Comparação de matérias veiculadas em ambas as plataformas, 20/03/2017.

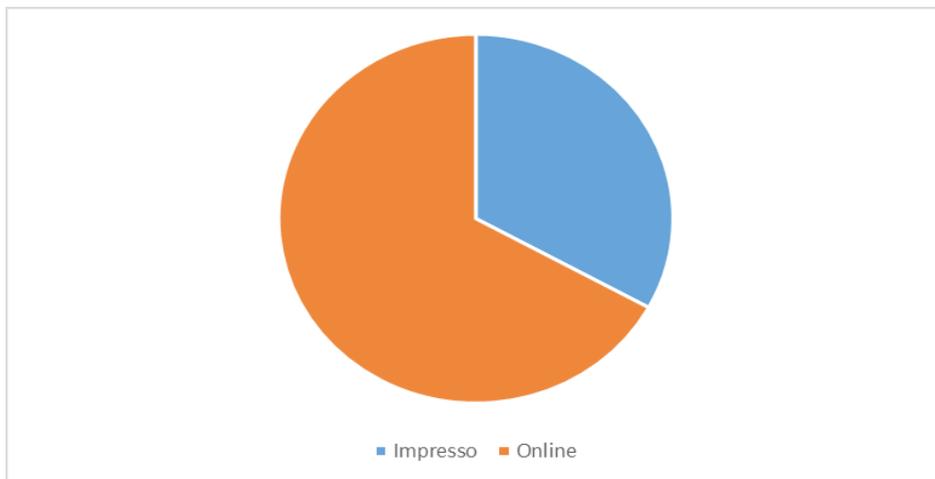
Os *prints* do portal foram comparados com as matérias veiculadas na versão impressa, em duas situações distintas: no próprio dia da publicação e no dia posterior, a fim de se verificar se as publicações realizadas após às 14 hs foram contempladas na edição impressa no dia seguinte. Abaixo, tem-se um exemplo.



Figura 2. Matéria postada no portal dia 19/03/2017 às 20 h (a esquerda), e publicada na versão impressa dia 20/03/2017 (a direita)

Nota-se, no exemplo da Figura 2, que a versão on-line traz a informação do crime realizado na cidade de Indaiatuba, região de Campinas, e, a versão impressa, no dia seguinte, repercute a mesma informação, alterando apenas o título.

Em uma semana, das 84 matérias contidas nas edições impressas, 57 foram transferidas para o portal do Correio Popular. Esse montante ficou disponível, em média, cerca de 10 horas, sem alterações nas manchetes.



A Gráfico 1 ilustra a análise do montante de matérias: 67% das reportagens veiculadas na plataforma impressa também foram publicadas no portal on-line. A alteração significativa ocorreu apenas na alteração do título da reportagem.

Das 84 matérias, 27 permaneceram apenas na versão impressa, como as exemplificadas na Figura 3.



Figura 3. Exemplo de reportagens publicadas apenas no jornal impresso, 21/03/2017.

Assim, com base nas análises, o que se destaca é o tempo de exposição das reportagens on-line que ficaram por mais de 08 horas no portal sem sofrer alterações, como a matéria “Profissionais apostam em tecnologia e home office”, publicada no portal dia 19/03/2017, que permaneceu 10 hs no on-line, sem alterações.

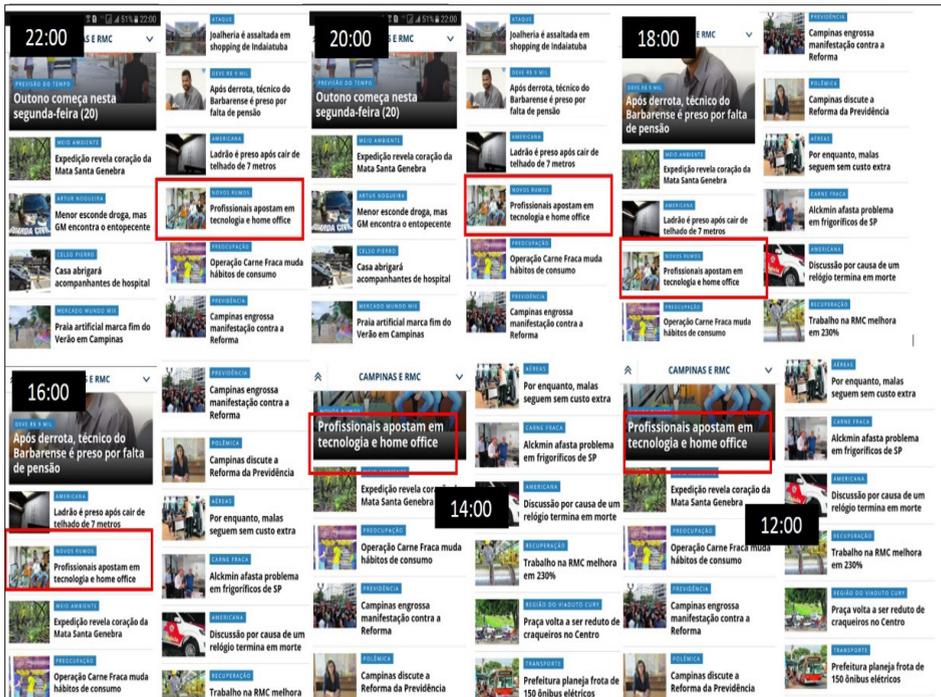


Figura 4. Matérias publicadas por mais de 10 hs no portal, 19/03/2017.

Portanto, depois de todo o exposto tentar-se-á conjugar os principais pontos intercorrentes da investigação. Nesse sentido, é necessário que se entenda que a reflexão pontua aspectos que foram elencados como primordiais e que são expostos a seguir.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das análises realizadas constatou-se que o Correio Popular não aproveita a capacidade da plataforma on-line ao simplesmente copiar ou transpor o que foi publicado na versão impressa do jornal, ou seja, não se utilizam as ferramentas disponíveis e não se exploram abordagens distintas do mesmo assunto, para as versões disponíveis.

Notou-se que o trabalho jornalístico do portal é realizado como um apêndice, uma continuação daquilo que é publicado na versão impressa. Constatou-se, também, que o conteúdo é transposto, sem uso da criatividade e sem a exploração das características da plataforma on-line. Desta forma, observa-se que o leitor do on-line recebe o mesmo teor de informação que o leitor do jornal impresso, o que responde ao questionamento da investigação.

Além da transposição de conteúdo, o tempo de exposição da matéria no portal mostra que o veículo de comunicação não exerce as orientações do jornalismo que, com o surgimento do on-line, são ainda mais essenciais: atualidade, instantaneidade e novidade. O portal se manteve estático por mais de 02 horas, o que causa estranheza já que, normalmente, plataformas on-line são atualizadas frequentemente. Dessa forma, o argumento de Jenkins, Ford e Green (2015) sobre a “cultura da conexão” e a efetiva participação do público precisam, salvo melhor constatação, despertar o interesse da empresa “Correio Popular”.

Tais constatações levam a entender que para a prática jornalística em ambiente convergente são necessários investimentos não apenas na área tecnológica, mas, sobretudo, em recursos humanos capazes de oferecer respostas eficazes e eficientes ao público consumidor de informação. As empresas de comunicação que desejarem permanecer em sintonia plena com seu público necessitam estar conectadas em ambientes modernos e criativos, caso contrário estarão fadadas ao descrédito midiático.

REFERÊNCIAS

ALZAMORA, G. TÁRCIA, L. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, Brasília. v. 8, n. 1, 2012.

GOSCIOLA, V., VENANCIO, A. L. S. Cultura transmídia: definições e prognósticos para a era digital. In: ANGELUCI, A. C. B. **Comunicação transmídia**. Porto Alegre: EDIPURS, UCSC., 2016.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2015.

MASSAROLO, J. C. Jornalismo Transmídia: a notícia na cultura participativa. **REBEJ**, Brasília, v 5, n. 17, 2015.

NOVAES, D. **Perfil do Jornalista na Cibercultura: Desafios do Webjornalismo**, 2007. Disponível em: <<http://revista.unibrasil.com.br/index.php/retdu/article/view/49/83>>. Acesso em: nov. 2016.

PALACIOS, M. **Jornalismo On-line, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. 2002. Disponível em: www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em: 27 set. 2016.

RIBAS, B. **Características da notícia na web**. UFBA, 2004. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_sbpjor_salvador_modelosnarrativos.pdf>. Acessado em: 18 nov. 2016

RIGHETTI, S; QUADROS, R. Impactos da internet no jornalismo impresso. **ComCiência**, Campinas, 2008. Disponível em: <http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542009000600009&lng=e&nrm=iso>. Acesso em: 28 out. 2016.

Recebido em: 08/11/2018

Aceito em: 03/12/2018