



A migração do impresso macaense *Diário da Costa do Sol* para a internet¹

Carolina Tardivo Bevitori NEVES²

Faculdade Maria Auxiliadora, Macaé, RJ

RESUMO

Este trabalho visa acompanhar e registrar a trajetória do *Clique Diário*, site criado, em 2013, pelo jornal macaense *Diário da Costa do Sol*. Consiste no relato dos primeiros resultados obtidos pela pesquisa realizada por bolsistas de Iniciação Científica do curso de Jornalismo da FSMA (Macaé/RJ), durante os meses de janeiro, fevereiro e março de 2014. O objetivo foi identificar como a prática jornalística local tem se adaptado às potencialidades da internet. Possui um caráter exploratório e preliminar, representando uma tentativa de delinear as características do jornalismo *online* produzido em Macaé.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo em Macaé; tecnologias digitais; *Clique Diário*.

INTRODUÇÃO

Dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (2014), que analisa os hábitos nacionais de consumo de mídia, mostram que a internet já é a segunda mídia mais utilizada pela população brasileira. 26% dos cidadãos já usam a ferramenta diariamente. Diante desse novo cenário, os jornais impressos de Macaé estão buscando um espaço na *web*. Pode-se afirmar que, a partir de 2005, praticamente toda a imprensa escrita migrou para a rede, através da criação de *sites*.

É possível acessar, hoje, aproximadamente, uma dezena de *sites* jornalísticos locais na internet, com linhas editoriais das mais variadas. Isso significou um passo imprescindível para a sobrevivência no mercado contemporâneo.

Como o processo de construção de um jornalismo na *web* na cidade ainda é incipiente, torna-se essencial que o seu desenvolvimento seja monitorado e relatado, a fim de, na medida do possível, documentar essa etapa da história do jornalismo de Macaé. Nesse

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

² Aluna do 7º período de Jornalismo da FSMA (Macaé/RJ). Bolsista de Iniciação Científica PIBIC/FSMA (Macaé/RJ). E-mail: carolina.tardivobevitorineves@gmail.com.



sentido, este trabalho pretende fazer um levantamento dos contornos assumidos pelo jornalismo *online* macaense.

O artigo foi elaborado com base nos resultados iniciais de uma pesquisa a ser desenvolvida durante o ano de 2014, pelos bolsistas de Iniciação Científica do curso de Jornalismo da FSMA (Macaé/RJ). Possui um caráter exploratório e descritivo, de suma importância para as fases seguintes do estudo, que terão maior detalhamento e análises mais complexas dos mesmos.

A sistemática da pesquisa, incluindo-se a metodologia, foi inspirada e adaptada dos procedimentos adotados pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo *Online* (GJOL) da UFBA, estudiosos considerados referência nessa área. Apenas dois *sites* atenderam a essas exigências: *O Debate On* e *Clique Diário*. Cabe a esse artigo registrar as anotações referentes ao *Clique Diário*, o mais recente a ingressar no universo digital.

ENTENDENDO O AMBIENTE *ONLINE*

A imprensa escrita de Macaé encontra-se frente a grandes obstáculos impostos pelas tecnologias digitais. De acordo com Sant’Anna (2008), a imprensa escrita, desde 2000, se vê diante de tendências de âmbito nacional e internacional que sugerem uma reestruturação tanto na esfera do negócio quanto do jornalismo, em decorrência da queda de circulação, do número de leitores e do acirramento da concorrência de outros meios de informação. Os números dimensionam o contexto atual. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia (2014), os periódicos atingem, hoje, somente 6% da população.

Ciente da exigência do mercado do século XXI, o *Diário da Costa do Sol* está investindo na renovação. A primeira providência foi ingressar na rede, por meio da criação do *site Clique Diário*. No intuito de acompanhar e registrar a história recente da imprensa macaense, esse artigo pretende verificar o processo de construção de um jornalismo *online* em Macaé, a partir do monitoramento deste *site*. No entanto, antes de realizar essa análise, é necessário entender a evolução do jornalismo produzido na *web*.

Desde 1980 os jornais brasileiros estão desbravando a internet. De lá em diante, Palacios et. al. (2002, p.03) afirma que é possível identificar três fases distintas do jornalismo *online*. A primeira foi a criação de versões *online* dos periódicos impressos, seguindo um “modelo transpositivo”. Os jornais mantinham páginas estáticas, somente com a reprodução das informações e dos textos noticiados pela versão escrita.



A segunda fase, de acordo com Mielniczuk (2001), seria a da metáfora. Além das transposições do impresso para a *web*, as ferramentas disponibilizadas pela rede começaram a ter seu uso otimizado. Material exclusivo era produzido para a internet, o *e-mail* tornou-se uma possibilidade de comunicação entre o jornalista e o leitor e, mesmo que de forma limitada, os recursos do hipertexto ganharam notoriedade.

Pode-se afirmar que aprender a lidar com o espaço ilimitado, com a possibilidade de ramificação das notícias através dos *hiperlinks*, com a instantaneidade, com a convergência e com a interatividade significou um passo importantíssimo rumo a um *webjornalismo* legítimo.

Entretanto, os desafios continuam na fase atual, ou a terceira. Palacios et al. (2002) identifica aspectos imprescindíveis de serem considerados ao se desenvolver um jornalismo para a *web*. São eles: interatividade (capacidade de fazer com que o leitor/usuário faça parte do processo); personalização do conteúdo (consiste na opção oferecida ao usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com os seus interesses individuais); hipertextualidade (possibilidade de interconectar textos através de *links*); multimídia (refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais - imagem, texto e som - na narração do fato jornalístico; memória (acumulação de informação).

Mesmo com uma estrutura técnica de rede mais apurada, uma expansão do número de computadores pessoais e da velocidade de transmissão de sons e imagens, de diretrizes que orientem a prática jornalística na *web*, a única certeza até o momento é que muito ainda há para ser descoberto sobre o potencial da internet e do jornalismo *online*.

DIÁRIO DA COSTA DO SOL NA WEB: CLIQUE DIÁRIO (metodologia e amostra)

Os critérios que determinaram a definição da amostra foram inspirados e adaptados da metodologia utilizada pelo GJOL da UFBA. São eles: o conteúdo do *site* ser produzido por empresas locais de comunicação; possuírem edições diárias, com acesso livre na internet; e terem versão impressa correlata. Dessa forma, conforme Palacios et al. (2002, p. 01), excluem-se “publicações amadoras e não profissionais, bem como *webjornais* elaborados por empresas jornalísticas que, apesar de uma atuação idônea e dentro dos parâmetros jornalísticos profissionais, não possuem produtos impressos”.



Inicialmente foi feita uma navegação preliminar no *site Clique Diário*, durante os meses de janeiro, fevereiro e março de 2014, com o objetivo de verificar a estruturação do mesmo. Em seguida, procurou-se perceber as características da atividade jornalística desenvolvida por ele na rede.

Foi elaborado um relatório de observação composto por 14 questões, divididas em cinco categorias de análise (interatividade, hipertextualidade, convergência, customização e memória). A coleta dos dados aconteceu no decorrer do mês de março, em dias definidos aleatoriamente, a partir de um monitoramento realizado de hora em hora, sempre em comparação com o conteúdo da versão impressa de data correspondente.

Observações

O *Diário da Costa do Sol* começou a circular em 2003. Sua área de cobertura abrange as cidades de Campos dos Goytacazes, São João da Barra, Quissamã, Carapebus, Macaé, Rio das Ostras, Conceição de Macabu, Casimiro de Abreu, Silva Jardim, Búzios, Araruama, Iguaba, Cabo Frio e Maricá, com uma tiragem de 5 mil exemplares. O registro do início de sua atuação na rede data de 15 de setembro de 2013, quando foi para o ar o *site Clique Diário*, uma parceria com o portal Brasil 247.

Considerou-se pertinente a elaboração de um breve comentário sobre a usabilidade, a navegabilidade e o *layout* apresentados pelo *Clique Diário*, antes de dedicar-se à observação dos critérios de análise estabelecidos. Isso porque estes são elementos que interferem, diretamente, na empatia do leitor/usuário com o *site*.

A página possui um nível satisfatório de usabilidade e navegabilidade, o que quer dizer que, respectivamente, a organização da informação atende às necessidades do usuário e permite uma navegação facilitada, intuitiva. É possível chegar às seções com poucos cliques, as informações indispensáveis estão sempre visíveis e em uma sequência lógica. No entanto, o tempo de carregamento do *Clique Diário* deve ser reduzido. Em uma internet banda larga, com velocidade de conexão de 10MB, são necessários, em média, 12 segundos para que todo o conteúdo seja exibido. Tempo considerado elevado se comparado com a página inicial do G1, por exemplo, que precisa apenas de 5 segundos para carregar por completo, sendo que seu volume de conteúdo e arquivos multimídia são bem mais extensos.



O *Clique Diário* permite ao leitor/usuário navegar sem qualquer complicação pelo seu conteúdo. O *layout* da página principal respeita a seguinte ordenação: há um cabeçalho com o logotipo do *site*; um *link* para o portal parceiro Brasil 247; um *banner* com publicidade local; e indicativos das seções secundárias em letras pequenas (@CliqueDiário, Quem Somos, Anuncie Conosco, Você Repórter, Contato, Arquivo Digital). Há uma predominância das cores azul, laranja e verde.

Abaixo do cabeçalho está o *menu* das editorias principais (Capa, Jornal Diário, Cidades, Política, Saúde, Esportes, Entretenimento, Polícia, Economia, Oportunidades e Petróleo).

Na sequência, a página organiza-se em três blocos. O primeiro divide-se em seis colunas, três superiores e três inferiores. As superiores são destinadas, respectivamente, à foto da manchete principal, à manchete principal, à ferramenta de busca e ao quadro das notícias mais lidas. As inferiores compreendem as manchetes secundárias (sem indicação das editorias as quais pertencem), as matérias que merecem destaque (também sem qualquer referência das editorias que representam) e a edição do jornal impresso do dia.

Dois *banners* publicitários, ambos do próprio jornal, separam o primeiro do segundo bloco. Este é dividido em quatro colunas, cada uma corresponde a uma manchete, com a indicação da respectiva editoria.

O último bloco da página estrutura-se em quatro colunas, duas superiores e duas inferiores. Tanto as superiores quanto as inferiores contêm um *banner* publicitários do jornal e uma matéria. O fechamento da página se dá com o rodapé, que repete todas as editorias disponíveis. É válido registrar que todas as manchetes são acompanhadas de fotos.

Nas demais páginas a identidade visual se mantém. O padrão seguido corresponde a: cabeçalho, duas colunas e rodapé. A coluna da direita é dedicada às notícias, enquanto a da esquerda é composta por um quadro intitulado *Mais nesta seção*, que traz títulos de outras notícias disponíveis, e um *widget* (quadro de informações) do *Facebook*.

Quanto às observações referentes às categorias de análise, no item interatividade procurou-se checar as possibilidades de interação do leitor/usuário tanto com o conteúdo quanto com a equipe do *site*. Assim sendo, pretendeu-se verificar a ocorrência de divulgação do *e-mail* dos repórteres, a presença de enquetes com resultados, *chats* e fóruns de discussão, bem como a viabilidade de envio de notícias para a redação.



No *Clique Diário*, raras são as matérias assinadas. E, quando isso acontece, não é divulgado o *e-mail* do repórter. Os únicos *e-mails* veiculados são os dos editores e o do responsável pelo departamento comercial, no item *Contato*.

Não estão disponíveis no portal ferramentas tais como enquetes, *chats* e fóruns de discussão. Mas, pode-se encontrar um espaço para comentários ao final dos textos e a seção *Você Repórter*, destinada às reclamações, críticas e/ou sugestões dos leitores/usuários. A informação do leitor, depois de analisada pela equipe do jornal, poderá tornar-se uma notícia, elaborada pela própria redação. Mas, não foi possível notar a utilização de nenhuma dessas ferramentas durante o período de monitoramento.

Em se tratando de hipertextualidade, a investigação foi feita no sentido de identificar a existência de *links* que remetam as matérias exibidas a outros textos ou informações ou a *links* externos. E, também, se os *links* interferem na narrativa da notícia.

O *site* não usa o recurso do *link* em suas notícias, até porque os textos são reproduzidos do jornal impresso. Porém, existe um único *link* que direciona o leitor/usuário para um endereço externo, o do portal Brasil 247, veículo parceiro do *Diário da Costa do Sol* na *web*, localizado no cabeçalho do *site*.

Para observar a multimídia, levou-se em consideração o potencial de convergência do *site*, isto é, a utilização e a combinação de formatos das mídias tradicionais (som, imagem e vídeo) no relato do fato jornalístico.

Apesar de ser um dos diferenciais mais importantes e inovadores do jornalismo feito na rede, no caso do *Clique Diário* esse não é um ponto forte. O *site* limita-se, basicamente, ao uso de textos e imagens estáticas tanto nas matérias como nas publicidades.

A análise da personalização apoiou-se na possibilidade de configuração dos produtos jornalísticos de acordo com interesses individuais do leitor/usuário. Nesse sentido, nenhuma ferramenta específica foi encontrada.

O último item avaliado foi a memória, isto é, a capacidade de armazenamento de dados produzidos anteriormente para consultas posteriores, em uma espécie de memória múltipla, instantânea e cumulativa.

No *Clique Diário*, o recurso de busca representa essa função. A procura é feita por meio de palavra-chave, no entanto, os resultados obtidos não possuem coerência. As opções disponibilizadas nem sempre apresentam alguma relação com o termo pesquisado.



Algumas ponderações

Com base nos dados obtidos foi possível perceber alguns delineamentos sobre as tendências assumidas pelo *Clique Diário*. É visível o aprisionamento do *site* ao modelo transpositivo. Isso significa que o conteúdo veiculado na rede é reproduzido do jornal impresso *Diário da Costa do Sol*, um verdadeiro desperdício da capacidade ilimitada de gerar e armazenar informações.

É prudente que se reveja a frequência da atualização do conteúdo. De acordo com o monitoramento feito, notou-se que as atualizações acontecem apenas uma vez ao dia, sem horário definido, sempre na parte da tarde. Se essa situação não for alterada em um curto prazo, corre-se o risco de haver um afastamento dos leitores/usuários.

Apesar de ter um nível satisfatório de usabilidade e navegabilidade é preciso investir no aprimoramento da estrutura técnica do *site*. O tempo de carregamento das páginas, por exemplo, precisa ser reduzido. Os recursos visuais devem ser explorados em sua diversidade. Ou seja, ao invés de só utilizar a fotografia como informação complementar, procurar usar também, por exemplo, vídeos, animações, ilustrações, etc. Atualmente há um número excessivo de fotos. O uso de fotos, em algumas páginas, é excessivo. Em função da grande quantidade exibida, às vezes, têm tamanho tão reduzido que não é possível compreendê-las de imediato. Além disso, o conteúdo deve ter uma linguagem mais dinâmica, mais apropriada para a internet e as ferramentas de busca devem apresentar maior eficiência.

Observando as diretrizes já constatadas para atuar no jornalismo *online* (interatividade, hipertextualidade, convergência, customização e memória), pode-se afirmar que o *Clique Diário* ainda encontra-se num estágio bastante embrionário. É preciso cativar o leitor/usuário para que ele participe efetivamente da construção do *site*, ampliar as possibilidades de leitura, integrar as multiplataformas disponíveis, atender às individualidades dos leitores/usuários e armazenar e disponibilizar com rapidez e presteza informações recentes e antigas, diversas e específicas. Como o *Clique Diário* não completou sequer um ano de ingresso na *web*, há de se ter esperança que será feito um empenho em se atingir padrões mais elevados de qualidade, visando uma produção de um legítimo jornalismo *online*.



Bibliografia

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>>. Acesso em: 17 ar. 2014.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada.** Disponível em: <https://www.academia.edu/2462313/Webjornalismo_Da_piramide_invertida_a_piramide_deitada>. Acesso em: 12 dez. 2013.

CLIQUE DIÁRIO. **Site oficial do jornal Diário da Costa do Sol.** Disponível em: <www.cliquediario.com.br>. Acesso em: 17 mar. 2014

MARTINS, Gerson Luiz. **Mídia e tecnologia da comunicação: a situação do ciberjornalismo.** Disponível em: <[http://www.gersonmartins.jor.br/dados/artigo/Midia_e_Tecnologias_da_Comunicacao\[672\].pdf](http://www.gersonmartins.jor.br/dados/artigo/Midia_e_Tecnologias_da_Comunicacao[672].pdf)>. Acesso em: 17 out. 2013.

MIELNICZUCK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na web** (2001). Disponível em: <http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2014.

PALACIOS, Marcos et al. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro** (2002). Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2014.

SANT'ANNA, Lourival. **O destino do jornal: a Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo na sociedade da informação.** Rio de Janeiro: Record, 2008.