

SANDRO LAURI DA SILVA GALARÇA

JORNALISMO *ONLINE* NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

**Como um grupo de internautas de Santa Catarina avalia a qualidade
do Terra Notícias e do Diário Catarinense**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do
Sul, para a obtenção do título de Mestre
em Comunicação e Informação

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Porto Alegre
2004

JORNALISMO *ONLINE* NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO
Como um grupo de internautas de Santa Catarina avalia a qualidade
do Terra Notícias e do Diário Catarinense

SANDRO LAURI DA SILVA GALARÇA

Orientadora: Prof^a Dra. Marília Levacov

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito
parcial para a obtenção do título de Mestre em
Comunicação e Informação.

Porto Alegre

2004

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
E INFORMAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a Dissertação “JORNALISMO *ONLINE* NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO – Como um grupo de internautas de Santa Catarina avalia a qualidade do Terra Notícias e do Diário Catarinense”, elaborada por SANDRO LAURI DA SILVA GALARÇA, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação e Informação.

Comissão Examinadora:

Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo

Prof^a Dra. Márcia Benetti Machado

Prof. Dr. Márcio Vieira de Souza

Prof^a Dra. Marília Levacov

*“A vida só é possível
reinventada.*

*Anda o sol pelas campinas
e passeia a mão dourada
pelas águas, pelas folhas...
Ah! Tudo bolhas
que vêm de fundas piscinas
de ilusionismo... – mais nada.*

*Mas a vida, a vida, a vida,
a vida só é possível
reinventada.”*

Cecília Meireles – Reinvenção

Para Marlí, Vinícius, Renata e Gabriel,
motivos diários de recomeço
e fonte inesgotável de amor e de carinho.
Para minha mãe, lição de humildade,
e para meu pai, exemplo de honestidade.

AGRADECIMENTOS

Muitas pessoas acreditaram na idéia que se materializa a partir das próximas páginas e, mais do que isso, contribuíram decisivamente para que essa mudança começasse a acontecer há quase três anos. Entre estas pessoas, um reconhecimento fundamental à amizade de Rudinei Kopp, hoje colega de profissão e responsável por um empurrão significativo, ainda quando da construção do projeto de pesquisa. Outro nome importante do momento pré-dissertação é o de Adriana Stürmer, principalmente pelo encorajamento. Aqui, tem um pouco daquilo que conversamos, principalmente o que restou da época em que a dissertação não passava de um sonho.

Não poderia deixar de agradecer à professora Marília Levacov, uma amiga que conquistei durante todo o processo, e que conduziu a realização deste trabalho, mesmo a distância. Com um carinho especial à Ana, com quem aprendi sobre paciência, obediência e companheirismo, algo por vezes relegado a um segundo plano na condução de nossas vidas;

A todos os professores do momento da realização das disciplinas, pelas discussões dos corredores entre um e outro café para esquentar o frio das manhãs de Porto Alegre. Um abraço especial à Milena, à Nilda, à Christa e ao Capparelli;

Um reconhecimento ao auxílio na aplicação da pesquisa, num momento decisivo da caminhada, deve ser creditado às jornalistas Deise Donazzollo e Gisele Bochi Palma. Agradeço também aos colegas “vanianos”, pois sem eles creio que também não teria conseguido. Aos entrevistados, um agradecimento especial. Por fim, à Deise Galarça, por ser meu contato em Porto Alegre e por transformar problemas em soluções; e à Rosilene, pelos favores a distância.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Site brasileiro do Universo <i>Online</i> (UOL)	96
Figura 2 – Site do Jornal do Brasil (JB <i>Online</i>)	97
Figura 3 – Site americano de notícias financeiras MoneyCNN	99
Figura 4 – Site americano de notícias USA Today	100
Figura 5 – Gráfico “Qual a sua idade?”	129
Figura 6 – Gráfico “Em que cidade você reside?”	130
Figura 7 – Gráfico “É estudante?”	131
Figura 8 – Gráfico “Qual sua escolaridade?”	132
Figura 9 – Gráfico “Qual seu sexo?”	133
Figura 10 – Gráfico “Qual a renda do grupo familiar?”	134
Figura 11 – Gráfico “De onde acessa a Internet?”	135
Figura 12 – Gráfico “Qual o tipo de acesso?”	136
Figura 13 – Gráfico “Quantas horas por dia fica conectado à Internet?”	137
Figura 14 – Gráfico “Tem assinatura paga de qual veículo impresso?”	139
Figura 15 – Gráfico “Qual jornal impresso lê com freqüência?”	140
Figura 16 – Gráfico “Quais os <i>sites</i> que acessa com freqüência?”	141
Figura 17 – Gráfico “Quais os <i>sites</i> de conteúdo jornalístico que acessa com freqüência?”	142
Figura 18 – Gráfico “Quais suas preferências na Internet?”	143
Figura 19 – Gráfico “A quantidade de texto nos <i>sites</i> de informação faz diferença? Se sim, o que prefere?”	144
Figura 20 – Gráfico “Quantas vezes acessa o Terra Notícias por semana?”	145
Figura 21 – Gráfico “Quantas vezes acessa o DC <i>online</i> por semana?”	146
Figura 22 – Comparativo quanto à atualização das duas publicações	154
Figura 23 - Página introdutória da seção “Fórum”, do Diário Catarinense <i>online</i> ..	181

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Resumo dos procedimentos metodológicos	111
Quadro 2 – Sistematização da análise dos dados	126

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Avaliação dos leitores com relação ao conteúdo	160
Tabela 2 – Avaliação dos leitores com relação à ergonomia	170
Tabela 3 – Avaliação dos leitores com relação à interatividade	182

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 A Participação Ativa do Novo Leitor	16
2 BASES PARA UMA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO	26
2.1 O que é Informação?	27
2.2 A Sociedade da Informação	31
2.2.1 Tecnologia como condição à informação	32
2.2.2 Quando a economia define o processo	34
2.2.3 Fator ocupacional como determinante da nova sociedade	38
2.2.4 O espaço como potencializador da informação	42
2.2.5 O fator cultural e os movimentos da sociedade	46
2.3 Informação Jornalística	50
2.3.1 Notícia como base do jornalismo	56
2.4 Informação na Rede	60
2.4.1 O conteúdo na rede: o modelo transpositivo e os webjornais	64
2.4.2 A forma do jornalismo <i>para a rede</i>	72
2.4.2.1 Atualização do conteúdo	73
2.4.2.2 Recursos de interatividade	78
2.4.2.3 Ergonomia do sistema hipermídia	92
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS	102
3.1 O Estudo de Caso	103
3.2 Estudo Comparativo de Casos	106

3.3 Coleta de Dados e Informações	110
3.3.1 Amostra	111
3.3.2 Pesquisa bibliográfica	117
3.3.3 Observação estruturada	118
3.3.4 Entrevista estruturada: o questionário	120
3.4 Descrição e Interpretação dos Dados	125
4 QUALIDADE PERCEBIDA – A AVALIAÇÃO DOS LEITORES	127
4.1 Conhecendo a Amostragem – o Perfil dos Usuários	128
4.2 Terra Notícias vs Diário Catarinense: uma Análise Comparativa	148
4.2.1 Com relação ao conteúdo disponível na rede	148
4.2.2 Com relação à ergonomia do sistema hipermídia	161
4.2.3 Com relação aos recursos de interatividade	171
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	183
REFERÊNCIAS	194
ANEXOS	202

RESUMO

A presente dissertação realiza um estudo comparativo de casos, representados por dois jornais *online*: Terra Notícias e Diário Catarinense, tendo como ponto de partida o estabelecimento das seguintes categorias: conteúdo disponível, ergonomia do sistema hipermídia e recursos de interatividade, levantados a partir de uma revisão bibliográfica sobre o tema. Para chegar a esse objetivo, são utilizadas técnicas variadas de pesquisa, como pesquisa bibliográfica, aplicação de questionário para obtenção de dados quantitativos e qualitativos e observação estruturada a partir de categorias pré-estabelecidas. A pesquisa ainda aplica uma ferramenta para mensuração da qualidade percebida, com a finalidade de verificar a avaliação dos internautas catarinenses em relação aos dois jornais *online* em questão. A ferramenta de pesquisa foi construída a partir de modelo proposto por Sousa (2001), e ampliada com base nas mesmas categorias utilizadas para a análise comparativa.

ABSTRACT

The present dissertation is a comparative case study between two online periodicals: Terra Notícias and Diário Catarinense. It has, as a starting point, the establishment of the following criteria: available content, ergonomics of the hipermedia system and interactivity resources, raised from the literature review on the subject, in order to develop a theoretical framework. Several research techniques were used, such as questionnaire surveys (for attainment of quantitative data), and structuralized observation from daily pre-established categories, in order to obtain qualitative data. Moreover, the researcher applies a tool for measurement of the perceived quality, with the purpose of verifying users evaluation related with the two online periodicals studied. The research tool was constructed from a model purposed by Souza (2001), and extended based on the same criteria used for the comparative analysis.

1 INTRODUÇÃO

É basicamente o advento de um novo modelo comunicacional, que toma corpo a partir de 1989, com a implementação definitiva da Internet, que provoca uma enxurrada de trabalhos de pesquisa ligados ao tema. Ciberespaço, World Wide Web, jornalismo *online*, Webjornalismo, sistemas de informação multimídia são apenas alguns dos assuntos recorrentes neste início de milênio e que, pela ordem natural dos fatos, passam a pertencer ao universo da pesquisa em comunicação, não só no Brasil, mas em todo o mundo. Entender esse novo momento – areia movediça num pântano de contradições e fatalidades – passa, primeiramente, por uma ampla discussão social e cultural, visto que o objeto de estudo é um processo histórico.

Esse processo, há algumas décadas, vem sendo construído por temas que abordam, entre outros aspectos, a mediação realizada pelo jornalismo enquanto disponibilizado no sistema comunicação de massa, a informatização que transforma o ritmo das redações dos jornais, os sistemas de informação em rede e sua importância na economia globalizada. Todos esses temas-objetos têm, em comum, o olhar a partir do impacto das novas tecnologias na comunicação, suas implicações técnicas, os movimentos da sociedade e as modificações no padrão de produção e transmissão de informações, base da atividade jornalística moderna.

Destarte, surgem questionamentos pertinentes ao fazer jornalístico, à pro-

dução e manipulação de informações tornadas públicas, bem como ao ensino de jornalismo nas faculdades de comunicação. Como se adaptar aos novos tempos? Em que medida a tecnologia afeta o sistema de comunicações? Por onde se move o veículo comunicacional que surge nesse momento histórico? Quais os padrões do jornalismo eletrônico na Sociedade da Informação? São inquietações como essas que acabaram por motivar a pesquisa que ora se apresenta com o intuito de discutir e, mais do que isso, apontar caminhos menos nebulosos por onde o jornalismo feito para a Internet, produto dos novos tempos da mídia, possa construir a sua própria história.

O objeto a ser pesquisado, portanto, é o jornalismo *online* e, mais especificamente, uma análise comparativa de duas propostas distintas de jornalismo na Internet. A primeira delas é desenvolvida pelo portal Terra com o nome de *Terra Notícias* e, de acordo com a revisão bibliográfica, pode ser classificada como um produto pensado exclusivamente para a rede. A outra proposta é um jornal *online* mantido pelo portal ClicRBS, com o nome de Diário Catarinense, e que disponibiliza na Internet uma versão eletrônica do jornal homônimo impresso.

Tentando contribuir com algumas respostas aos questionamentos previamente descritos, o presente estudo parte de um problema de pesquisa, formulado durante a observação do objeto a ser investigado, e que pode ser assim resumido: como os leitores catarinenses avaliam a qualidade dos dois modelos de jornais

online? Desta questão central, outras interrogações podem ser sugeridas. Uma delas é se as particularidades do novo meio – sistemas multimídia e hipermídia, interatividade, manipulação e armazenamento de documentos e informações – estão sendo valorizadas na produção do conteúdo que se apresenta na Internet e, em consequência disso, se os leitores têm consciência das oportunidades oferecidas pelo novo meio.

1.1 A Participação Ativa do Novo Leitor

Pensando em nível global, pode-se afirmar que a difusão das tecnologias digitais da informação está transformando os modelos tradicionais de comunicação, sob os mais diversos ângulos. O que antes podia ser definido como modelo unidirecional de comunicação – o sistema um para muitos, de uma só via – está, aos poucos, sendo substituído por um sistema que privilegia a troca, a interatividade. O chamado sistema de “muitos para muitos” remodela a base da comunicação na sociedade, ao mesmo tempo em que proporciona ao indivíduo participar ativamente do processo. O indivíduo deixa de ser o alvo da produção informativa, um número frio que consta nas estatísticas de mensuração da audiência, para interagir de maneira mais efetiva com o meio e com o veículo que comunica.

São transformações na base comunicativa da sociedade que atingem pesquisa, produção e difusão de informação e de conhecimento que suscitam novas

formas de relacionamento entre leitor e jornalista, entre quem consome e quem produz a informação. Isso acaba por exigir um constante aperfeiçoamento e adaptação das tradicionais técnicas jornalísticas para o meio digital encontrado na Internet. O jornalismo, nesta perspectiva, passa a ser encarado como uma profissão ainda mais valorizada num mercado em que a industrialização da informação, apropriando-se de um conceito de notícia enquanto produto de um sistema, conforme Medina (1988), ganha mais espaço no competitivo mundo do jornalismo digital.

Se o conceito de “furo jornalístico” praticamente desapareceu das páginas da mídia impressa brasileira, principalmente em virtude da maior mobilidade do rádio e da televisão, a instantaneidade inerente à tecnologia da rede digital de comunicação parece querer se apropriar da possibilidade de divulgar a notícia em primeira mão. A atração em função da Internet pode ser justificada, ao menos em parte, pelo seu crescimento progressivo em nível mundial e por todas as potencialidades tecnológicas naturais desse meio: instantaneidade, velocidade e facilidade de acesso e de atualização de conteúdo, elevado índice de interatividade e sua conseqüente popularização como fonte de pesquisa.

O que se pretende discutir neste momento é que, embora essa revolução na base comunicacional esteja ainda na sua fase inicial – algo como a ponta de um enorme iceberg – as mídias ditas tradicionais, que sempre se preocuparam com o padrão e com o formato de divulgação de informações, estão acompanhando o

ritmo dessa evolução, “uma vez que são mercadorias que precisam de velocidade no circuito da produção, para a criação de mais valia” (CAPPARELLI, 2002, p.17).

A conversão das mídias, nesse contexto, é uma preocupação que concentra esforços das chamadas gigantes da comunicação. Isso pode ser comprovado ao se observar que emissoras de rádio ou TV que estão presentes na Internet, por participarem de uma rede global interativa, agregam muito mais poder comunicacional se compararmos com os concorrentes em sua forma nativa (PELLANDA, 2001, p.43).

Pensando nisso, jornais impressos do mundo inteiro investiram vultosas somas em dinheiro em audaciosos projetos que tinham a finalidade de realizar a migração para a rede, entrando então no ramo do jornalismo *online*. O que acabou acontecendo num primeiro momento, conhecido como fase transpositiva, foi a pura e simples reprodução na rede do conteúdo já disponível no formato impresso.

Autores como Canavilhas (2003) consideram esse fato um erro de avaliação estratégica que custou caro, pois a tendência de supervalorização do modelo *online* transpositivo não se confirmou e alguns veículos, como o jornal Diário Catarinense, por exemplo, um dos objetos do estudo de caso que se apresenta, mantêm a proposta na rede apenas com objetivos mercadológicos, em que a Internet é apenas vitrine para o jornal de papel.

Em outros casos, como o verificado nas versões eletrônicas das revistas Veja, Playboy, Super Interessante, todas pertencentes ao Universo *Online* (UOL),

uma readequação no projeto conduziu os veículos para o sistema de informação paga, que só permite o acesso à totalidade do conteúdo mediante a assinatura do serviço. Mesmo assim, nestas experiências o formato digital ainda reproduz o conteúdo que o leitor encontra nas bancas.

Dessa forma, o modelo transpositivo pode ser definido como uma das possibilidades do jornalismo *online*, formato predominante nas primeiras experiências de jornalismo na rede (SILVA JÚNIOR, 2003). O jornalismo digital¹, numa caminhada natural, evolui a partir da preocupação com a forma e com o conteúdo disponibilizado na Internet, abrindo oportunidades para novos profissionais e novas experiências comerciais exclusivas no meio eletrônico.

Quando jornalistas e *webdesigners* passaram a pensar em formatos exclusivos para a Internet e que sobretudo valorizavam as características oferecidas pelo meio, começou a surgir um novo modelo, que corresponde ao atual estágio do jornalismo *online* e que está sendo chamado de Webjornalismo (CANAVILHAS, 2003). Nesta perspectiva, o *site* Terra Notícias, do Portal Terra, também fará parte do objeto de estudo, por representar um exemplo apropriado de jornal *online* elaborado exclusivamente para a Internet.

¹ O termo *jornalismo digital* remete não somente para o jornalismo disponibilizado na Internet, mas para outros produtos eletrônicos do jornalismo, como as publicações em CD-ROM, *newsletters* digitais etc. Neste momento, está sendo usado como sinônimo alternativo para *jornalismo online*, o que pode ser percebido pela descrição subsequente que se faz de suas características.

Esta pesquisa de mestrado apresenta, dessa forma, um olhar crítico sobre o fazer jornalístico nas duas propostas possíveis de jornalismo *online*. A tendência que se verifica, hoje, é que sejam criados muitos outros *Webjornais*, veículos com linguagem e forma específicos para a Internet, a partir da base proporcionada pelas primeiras experiências na rede. Com conteúdo e forma projetados para as potencialidades do novo meio eletrônico, a chance que esses novos veículos – híbridos surgidos a partir do modelo tradicional de busca e difusão de informações somados aos novos formatos interativos – têm, de dar certo, aumenta a cada dia.

Tal perspectiva pode ser melhor ilustrada com o surgimento crescente de produtos relacionados à Internet – sobretudo aqueles ligados à informação –, que inauguram um novo modelo comunicacional com características de todas as outras mídias e que tem como suporte tecnológico a estrutura da rede mundial de computadores (PELLANDA, 2001).

O jornalismo digital ganha aqui mais espaço, uma vez que o jornal de papel, composto por átomos que precisam ser armazenados, transportados e distribuídos, cede lugar a arquivos virtuais que trafegam através de impulsos eletrônicos. O mundo dos bits e toda a metáfora que pode ser engendrada a partir dessa relação com o mundo digital (NEGROPONTE, 1995) vai redimensionando o papel do jornalista e, ao mesmo tempo, do leitor que surge com a Sociedade da Informação.

Oferecendo o mesmo conteúdo de um jornal impresso no meio eletrônico, a

proposta *online* do Diário Catarinense parece estar ao nível da informação disponível *na rede*, de maneira transpositiva. Por outro lado, o *site* Terra Notícias parece apresentar um trabalho exclusivamente desenvolvido *para* o ambiente da Internet. Esta dissertação pretende analisar, de maneira objetiva e segundo critérios metodológicos rigorosos, as principais características presentes nos dois modelos, além de avaliar a recepção, por parte do leitor, de cada uma das formas. Desse modo, pode-se dizer que o objetivo principal é *verificar a qualidade que os leitores percebem nos jornais online Diário Catarinense e Terra Notícias, partindo, para tal, do estabelecimento das seguintes categorias: conteúdo disponível, ergonomia do sistema hipermídia e recursos de interatividade.*

É importante observar, neste momento, que o estudo não pretende apontar para um modelo definitivo de jornalismo *online*, mas tem a proposta de verificar qual a apreensão dos leitores em relação ao momento do jornalismo que se produz para a Internet. São características desta mídia a interatividade, o formato hipertextual, a possibilidade de produção de forma e conteúdo exclusivo para a rede, valorizando a atualização instantânea e recursos hipermídia. Verificar como os jornais *online* em questão utilizam estas ferramentas faz parte dos objetivos específicos, que podem ser assim definidos:

a) discutir o conceito de webjornalismo a partir da pesquisa bibliográfica e da observação dos exemplos utilizados;

b) analisar o nível de utilização, por parte dos jornais *online* pesquisados, das potencialidades oferecidas pela Internet (já definidos anteriormente) na construção do jornalismo *online*, a partir dos categorias de conteúdo disponível, ergonomia do sistema multimídia e recursos de interatividade;

c) comparar a percepção, por parte dos leitores, da qualidade intrínseca dos dois formatos de jornais *online*, e se ela aponta para a preferência por um dos modelos propostos (transpositivo ou webjornalismo).

A pouca tradição que o campo do jornalismo digital possui impede previsões de longo prazo. Entretanto, pode-se afirmar que o jornalismo que nasce dessas experiências não somente é resultado da criação de novas estruturas, mas também de remodelações a partir de configurações existentes. Desse aspecto, surgem discussões a respeito de tendências, padrões e formatações. A primeira delas está relacionada ao conceito de informação jornalística na sociedade contemporânea, teoricamente definida como Sociedade da Informação, e que remete à necessidade de uma definição anterior do que vem a ser simplesmente *informação*.

Essa definição está atendida no capítulo 2, onde se faz uma revisão da literatura, denominado *Bases para uma Sociedade da Informação*. Neste momento explora-se o tema partindo da definição de Sociedade da Informação proposta por Webster (1995), confrontando conceitos e visões clássicas com releituras pertinentes ao momento atual, marcado sobretudo pela presença das tecnologias da comunicação na sociedade.

Nesse momento, também são abordados temas como os elementos formativos da Sociedade da Informação, jornalismo em tempos de Internet e os conceitos de notícia, enquanto matéria-prima do jornalismo, como forma de explicar os modelos teóricos a partir dos quais será feita, mais adiante, a exploração sobre jornalismo *online*.

Além de uma reflexão sobre a existência ou não de um padrão para a apresentação de conteúdo e forma na rede, o capítulo 2 se propõe a estabelecer um diálogo entre as principais correntes de pensamento que discutem questões como a disponibilização de conteúdo nos jornais publicados na Internet. Como a pesquisa realizada com os usuários – a ser descrita no capítulo 4 – está centrada na disponibilização do conteúdo, ergonomia do sistema hipermídia e, ainda, recursos de interatividade, esses conceitos voltam a ser discutidos nesta oportunidade.

O capítulo 3, intitulado *Aspectos Metodológicos*, apresenta os procedimentos utilizados no levantamento de dados e que permitiram realizar o estudo comparativo de casos sobre os jornais *online* Terra Notícias e Diário Catarinense. É neste momento que se apresenta o entendimento a respeito da metodologia de estudo comparativo de casos, a conceituação dos principais teóricos, assim como um apanhado de quais técnicas foram utilizadas durante todo o processo, a criação e a validação dos instrumentos de pesquisa.

Qualidade percebida – a avaliação dos leitores é o título do capítulo 4, que apresenta, analisa e interpreta os dados coletados na pesquisa realizada com qui-

nhentos e oitenta internautas do estado de Santa Catarina. Para a configuração da amostra, foram selecionados usuários de Internet que morassem há mais de um ano no estado, realizassem pelo menos um acesso diário e conhecessem um dos dois jornais pesquisados. É neste momento, também, que são apresentados e contextualizados os dados, resultantes da observação estruturada para fins comparativos, realizada em um período de oito dias dos jornais *online* Terra Notícias e Diário Catarinense. O capítulo ainda apresenta uma breve análise comparativa, a partir de observação estruturada, da versão impressa e da versão digital do Diário Catarinense, a fim de investigar se o mesmo pode ser classificado dentro do modelo transpositivo de jornal *online*.

A discussão se encaminha, assim, para o capítulo 5, denominado *Considerações finais*. É neste momento que são finalizados os desdobramentos e implicações teórico-práticas, fundamentados nos resultados apresentados no capítulo 4 e na reflexão empreendida anteriormente, no capítulo 2. Através das conclusões e sugestões apresentadas, baseadas principalmente na avaliação que os usuários catarinenses fizeram a respeito da qualidade percebida dos dois jornais digitais em questão, esta dissertação tem o propósito de servir como incentivo para novas pesquisas sobre o mesmo tema.

Portanto, esta dissertação de mestrado, numa análise geral, pretende contribuir para a formação de uma visão que envolva um pensar crítico a respeito do

jornalismo praticado por alguns grupos, na Internet. Por essa razão principal, cabe explicar por que o estudo não contempla uma narrativa mais detalhada sobre a história da Internet. Em primeiro lugar, porque há uma quantidade considerável de estudos que priorizam um quadro evolutivo e que acabam por constituir a Internet como conhecemos hoje. E, em segundo, porque tal descrição afasta o trabalho de pesquisa de seu objetivo principal, que está centrado em uma análise mais crítica a respeito do conteúdo, da forma e das demais características compositivas de um jornal *online*.

O objeto de estudo – o jornalismo *online* na Sociedade da Informação – suscita uma série de investigações, o que pode ser ampliado a partir dos dados e considerações apresentados na pesquisa das páginas que se seguem. Terreno argiloso, terreno indefinido, terreno em construção. Característica preponderante de um momento histórico que se vislumbra no início de um novo século, de um novo milênio, abastecido pelas redes digitais de comunicação e de interatividade. Em contrapartida, acredita-se que as descobertas obtidas neste estudo comparativo possam contribuir para reduzir uma série de lacunas existentes na literatura sobre o tema, ou mesmo apontar para a reflexão de alguns aspectos que mereçam uma discussão mais aprofundada *a posteriori*.

2 BASES PARA UMA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Muito tem sido escrito para tentar explicar os movimentos da sociedade contemporânea, dita também pós-moderna, as estruturações econômicas e sociais e os questionamentos culturais a partir deste cenário em construção. Essa discussão traz subjacente uma outra questão, também presente na literatura que emerge neste início de milênio, e que se concentra nas implicações imediatas e *a priori* do desenvolvimento revolucionário na área das tecnologias da informação e das comunicações como carro-chefe da Sociedade da Informação.

O presente capítulo se propõe a discutir o contexto onde se dá o surgimento desta nova sociedade e, mais do que isso, os elementos constitutivos de suas características mais marcantes, abrindo espaço para a definição da Sociedade da Informação. Se vivemos hoje um novo momento histórico e cultural, moldado pelo acesso ao conhecimento, pela informação e pela comunicação humana, o primeiro passo a ser dado na direção das tendências socioculturais, políticas e econômicas é o entendimento da base formadora dessa nova realidade. A abordagem do jornalismo, nesta perspectiva, também terá relevância com a definição de informação jornalística, fundamental para a formulação de um conceito que atenda às especificidades do jornalismo *online*.

2.1 O que é Informação?

Antes de se definir Sociedade da Informação, é necessário ter-se claro qual o conceito de informação que será trabalhado daqui por diante. Muitas são as definições, através dos inúmeros estudos realizados até o presente, sobre o que é, de fato, informação. Na visão de Ruyer (1972, p.3), a palavra “informação” está diretamente ligada a um significado que predispõe consciência e sentido. Deve-se ter consciência do que está sendo informado para que se possa ser compreendido como informação. Neste sentido, argumenta Ruyer, a sociedade precisa manter-se informada sobre a vida política, os progressos da técnica, ou pelo simples prazer de saber. Há, nesta visão, um objetivo repleto de sentido, quando se observa mais atentamente seu conceito de informação:

A informação, no sentido habitual do termo, é a transmissão a um ser consciente de uma significação, de uma noção, por meio de uma mensagem mais ou menos convencional e com base em um suporte espaço-temporal: imprensa, mensagem telefônica, onda sonora etc. A apreensão do sentido é o objetivo visado, a comunicação do suporte, o meio. Eventualmente precisamos de uma informação tendo em vista um fim utilitário; a informação em si torna-se então um meio, a ação que ela desencadeia, ou o controle, tornam-se o fim (p.3).

Como se pode perceber, esse é um conceito bastante tradicional, que entende haver a necessidade de relação entre os elementos formativos da atmosfera da informação: deve haver consciência, objetivo e utilidade prática para o que se está informando. O próprio Ruyer vai admitir, mais adiante, que essa definição esta-

belece um paradoxo inevitável, principalmente quando se tem em mente a informação processada através de máquinas, computadores, calculadoras, enfim, equipamentos e instrumentos autômatos e independentes. Na estrutura informacional que se verifica na transmissão de dados de uma máquina para outra, sustenta o professor reconhecido na área da Filosofia dos anos 70, não há consciência, portanto, não é informação social, utilizada pelos elementos da sociedade.

A visão é ortodoxa e abre caminho para o entendimento futuro de uma série de questões, que estão ligadas à produção, manipulação, processamento e transmissão da informação. Após analisar uma série de conceitos de informação, influenciados pela doutrina da teoria da informação, McGarry (1999, p. 4) defende que existe uma variação interessante nos principais atributos da informação que essas definições oferecem.

O professor da Universidade de Londres explica que, quando se analisam os conceitos, trabalhados anteriormente por especialistas na área, pode-se chegar a algumas conclusões:

A informação pode ser: a) considerada como um quase sinônimo do termo-fato; b) um reforço do que já se conhece; c) a liberdade de escolha ao selecionar uma mensagem; d) a matéria-prima da qual se extrai o conhecimento; e) aquilo que é permutado com o mundo exterior e não apenas recebido passivamente; f) definida em termos de seus efeitos no receptor; g) algo que reduz a incerteza em determinada situação (p.4).

Na visão de McGarry, informação e conhecimento andam juntos e, não raro, os conceitos ou definições se entrecruzam. O autor admite a dificuldade que existe

em se definir de forma precisa o que é informação, e apropria-se do que foi escrito sobre o tema para buscar, nas próprias características aproximativas, o seu conceito. Para isso, diferencia conhecimento de informação e, baseado em estudos anteriores, formula sua definição: “o conhecimento é um saber teórico e mais generalizado, e a informação pode ser definida como *conhecimento potencial*.” Essa definição, por considerar uma relação de interdependência entre informação e conhecimento, acaba indo ao encontro de discussões pertinentes ao tema *informação digital*, trabalhada por autores como Negroponte (1995) e Pierre Lévy (1993).

Ainda na tentativa de entender o termo “informação” de modo mais amplo, pode-se citar uma primeira definição feita por Webster (1995, p. 26-27), que ele próprio chama de “definição segundo o senso comum”, e que nada mais é do que seu significado semântico. Essa conceituação dá conta de que “informação é significativa; ela tem um sujeito; ela é entendimento ou instrução sobre alguma coisa ou alguém”.

Mais uma vez, a definição do termo remete para os conceitos anteriores, segundo os quais só pode ser considerado informação algo que envolva interação humana, conhecimento, consciência, e que transforme a visão inicial sobre determinado aspecto ou assunto. De acordo com esse pensamento, não pode ser dissociada de *significado*. Na visão de Webster, o entendimento de informação que acaba constituindo sua teoria sobre a Sociedade da Informação está baseada num conceito amplo do termo, segundo o qual todos os elementos constitutivos da co-

municação na sociedade contemporânea são carregados de significado, portanto, sustentados pela informação.

Como exemplo, Webster lembra que, procurando por evidências quantitativas do crescimento da informação, um grande grupo de pensadores tem se concentrado nos clássicos achados de Claude Shannon e Warren Weaver (1964) sobre a teoria da informação. Nesta teoria, “a quantidade de informação passa a ser mensurada em bits e definida em termos de probabilidade de ocorrência de símbolos” (WEBSTER, 1995, p. 27). É uma definição que já considera informação a linguagem informática, baseada no armazenamento e transmissão de símbolos, através das mensagens de ligado/desligado (yes/no ou 0/1), bases da linguagem de programação.

A definição que interessa neste momento, entretanto, é aquela que leva à compreensão da Sociedade da Informação e de como a produção jornalística aparece neste contexto. Para isso, parte-se da conceituação proposta por Albertos (1993), segundo a qual informação é um fenômeno social, uma vez que “o termo informação impõe-se como o mais adequado para se referir de maneira resumida e sistematizada a um complexo mundo de instrumentos técnicos e de fenômenos sociais” (p.35). Esta definição amplia a proposta de Moles (1975), segundo a qual informação é basicamente sinônimo de notícia, e também serve para complementar a visão dos estudos matemáticos de Shannon-Weaver (1962), que deram ao termo um sentido quantitativo exato, expressando matematicamente a informação transmitida na mensagem.

Aceitar informação como um fenômeno social ajuda a entender a proposta deste estudo, uma vez que a descentralização da produção informativa é uma das marcas mais evidentes da sociedade contemporânea. Não há um produtor e um receptor, claramente definidos, mas um sistema informativo, e essa idéia é a que mais se aproxima de uma teoria capaz de explicar os fenômenos da Sociedade da Informação. As mensagens disponíveis à sociedade podem, assim, ser processadas de maneiras diferentes em cada grupo social. Face à rapidez das comunicações, proporcionada pelo constante aperfeiçoamento das tecnologias, ou face ao conteúdo do que se recebe ou se busca, sempre haverá um conteúdo informacional envolvido, mesmo que sejam bits trafegando pelos satélites, fibras óticas cruzando países ou ondas viajando pelo éter (Negroponte, 1995, p.29).

2.2 A Sociedade da Informação

A primeira ressalva a ser feita é que a abordagem inicial de Sociedade da Informação, assim como o contexto em que ela pode ser aplicada, está baseada na distinção analítica de Webster (1995, p.6), segundo a qual é possível encontrar cinco parâmetros que definem a sua existência: tecnológico, econômico, ocupacional, espacial e cultural. Neste momento, cabe a sistematização desta proposta, pela necessidade primeira de se entender o contexto global em que surge ou se desenvolve a Sociedade da Informação.

2.2.1 Tecnologia como condição à informação

O próprio Webster admite que a definição tecnológica é a mais utilizada e largamente difundida, por ser uma resposta que se encaixa de forma mais imediata na leitura da sociedade contemporânea. O processo virtualmente possível da manipulação da informação, seu acúmulo e transmissão tem se aplicado a todos os segmentos da sociedade, o que foi intensificado pela redução do preço dos computadores e pelo acesso da sociedade à tecnologia decorrente da informática. Em outras palavras, é tecnologicamente viável e, mais do que isso, necessário, se contar com essas facilidades proporcionadas pelo avanço tecnológico em automóveis, eletrodomésticos, relógios, máquinas fabris, aparelhos de tevê, brinquedos etc. Em suma, a sociedade está em constante contato com os produtos desta nova era, e os meios de comunicação, segundo o autor, colaboram para isso:

Muitos livros, artigos de revistas e programas de TV têm estimulado o desenvolvimento de um gênero distinto que reforça o seguinte ponto de vista: o 'poderoso micro' irá introduzir a sociedade em uma completamente nova 'civilização de silício' (p.7). Traduzido pelo autor

O mesmo autor alerta para a necessidade de uma aceitação global dessa realidade, uma vez que traduz uma melhor apreensão da tendência da sociedade pós-moderna, ainda que represente, segundo críticos, apenas uma impressão ou uma projeção, feitas a partir da leitura de um cenário encontrado ao final do século XX. No entanto, torna-se muito difícil dissociar o fenômeno informativo da explosão

tecnológica, em virtude da própria caminhada histórica que resulta no que se observa hoje em padrões de comunicabilidade. Ampliando esse olhar, significa dizer que a expansão das telecomunicações em torno do globo não significa apenas que se tornou mais fácil o contato entre amigos e parentes – já que em qualquer lugar do mundo ninguém poderá ficar longe do telefone –, mas que as estratégias econômicas e políticas podem, e na verdade devem, desenvolver-se e expandir-se com a intenção de atingir objetivos globais.

Há outras correntes teóricas que corroboram a visão de Webster, remetendo ao fator tecnológico o grande motivo do *boom* comunicacional, mas sem perder de vista as implicações culturais, sociais e econômicas. Segundo Castells (1999), “trata-se de uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação, que está remodelando a base material da sociedade em ritmo acelerado” (p.26). O autor utiliza esse pressuposto como ponto inicial para analisar a complexidade da nova economia, sociedade e cultura em formação. Prossegue Castells:

A habilidade ou inabilidade de as sociedades dominarem a tecnologia e, em especial, aquelas tecnologias que são estrategicamente decisivas em cada período histórico, traça seu destino a ponto de dizermos que, embora não determine a visão histórica e a transformação social, a tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades, bem como os usos que as sociedades, sempre em um processo conflituoso, decidem dar ao seu potencial tecnológico (p.26).

2.2.2 Quando a economia define o processo

O professor britânico Nick Moore (1999, p. 94) identifica três características principais para a configuração de uma Sociedade da Informação. A primeira delas é a utilização da informação como recurso econômico, o que de certa forma acaba indo ao encontro do segundo parâmetro definido por Webster. Nesse caso, empresas e organizações públicas e privadas, através da inovação tecnológica, aperfeiçoariam o sistema de transmissão e produção de informações, além de existir uma tendência a atividades que aumentem o valor agregado dessas instituições, beneficiando a economia do país.

Uma segunda particularidade aponta para a identificação de um maior uso da informação pelo público em geral. “As pessoas usam mais intensamente informação em suas atividades como consumidores: para escolher com critério entre diferentes produtos, conhecer seus direitos, serviços públicos ou controlar ainda mais suas próprias vidas (p.95)”. Ou seja, as pessoas utilizam a informação como cidadãos, exercendo seus direitos e responsabilidades, o que também se reflete na economia da sociedade.

A terceira característica presente nas Sociedades da Informação, segundo Moore, é o desenvolvimento de informação na economia, satisfazendo a demanda de produção de meios e serviços de informação. Parte deste objetivo está relacio-

nada à infra-estrutura tecnológica, ou seja: as redes de telecomunicação e computadores. Mas uma parcela considerável está direcionada para a produção de conteúdo informativo: o que será informado, que tipo de conhecimento, entretenimento, comunicação será socializado.

Uma realidade, apontada pelo mesmo autor, diz respeito ao crescimento progressivo do setor: nas sociedades de informação, este setor cresce sempre mais rápido que a média da economia. Como exemplo, um dado bastante representativo: segundo a União Internacional de Telecomunicações, o crescimento anual dos setores ligados à informação em todo o mundo é de 5%, contra 3% do conjunto da economia mundial (MOORE, 1999, p. 95).

Face a essas constatações, pode-se concluir que se não existe de fato uma grande e homogênea Sociedade da Informação, pelo menos há nações ou grandes sociedades mundiais que já conseguem gozar desse *status*. A sociedade norte-americana, no topo do desenvolvimento tecnológico, incluindo-se aí o Canadá, o México, o Brasil, a grande maioria dos países europeus, as potências asiáticas e países africanos com conglomerados industriais e comerciais desenvolvidos, com certeza estão neste grupo. No momento, a tendência aponta que o mundo caminha, a passos acelerados, para uma nova realidade, e a globalização econômica, que já é um fato, pode ser o fator agregador da Sociedade da Informação.

Como se pôde observar, uma definição ligada apenas a uma característica

técnica representa um erro de avaliação. Webster (1995) aponta para a existência de dois grandes problemas, quando as análises limitam-se simplesmente à tecnologia: a primeira diz respeito à indagação inerente à própria socialização da tecnologia: como disponibilizá-la de maneira satisfatória a todas as camadas da sociedade? Como garantir que sua utilização não fique restrita a grupos elitizados, grandes empresas ou universidades de ponta? Como desenvolver aplicações práticas, cotidianas, antes de uma aplicação comercial? Essa discussão tornaria impossível de se responder à pergunta: onde, ao longo de uma escala evolutiva, fica o ponto que separa a “Sociedade da Informação” de uma simples sociedade “avançada tecnologicamente”?

A segunda objeção que se percebe está relacionada ao fato de que há um grande hiato temporal entre a invenção ou a introdução de uma nova tecnologia e seu impacto na sociedade. Isso, muitas vezes, supervaloriza os bens de consumo que dependem da tecnologia, o que vem impedir boa parte dos cidadãos, agentes fundamentais no processo, de se ajustarem ao novo. No Brasil, um estudo elaborado pela Fundação Getúlio Vargas estima que quase nove em cada dez brasileiros não têm acesso a computador ou Internet. “Enquanto um quarto dos habitantes do Distrito Federal tem computador doméstico, 98% dos maranhenses são excluídos”(SOUZA, 2004).

A apreensão da tecnologia pela tecnologia parece ser algo imposto verticalmente, o que acaba causando a exclusão da grande maioria da sociedade, não so-

mente em termos econômicos, mas também culturais, como se verifica nos diversos estudos realizados sobre exclusão digital², por exemplo.

Nessa versão, a era da tecnologia passaria a representar simplesmente uma nova etapa histórica, suplantando cronologicamente as demais, vindo a compor um único mundo social evolutivo: a era do aço, a era do automóvel, a era atômica e assim por diante. No entanto, a tecnologia não pode simplesmente ser entendida como uma etapa que supera outra, através de um novo processo. Pelo contrário, deve proporcionar um constante aperfeiçoamento, formando uma rotina de contínuas mudanças. A tecnologia não deve ser, neste caso, fator de desintegração social, mas ser entendida como componente de um todo social.

Os fatores socioeconômicos e políticos, determinantes para a existência da realidade entendida como Sociedade da Informação, estão intimamente ligados ao fenômeno da globalização. A nova era de informação, conforme Kumar (1997, p.23), opera em um contexto global. O homem moderno não tem mais a necessidade de buscar a informação, já que ela pode ser trazida ao lar, à escola e ao escritório.

O industrialismo da chamada Primeira Revolução Industrial legitimou o espaço no Estado-nação, ao mesmo tempo em que substituía os ritmos e movimentos da natureza pelo ritmo da máquina. O computador, símbolo da era da informação,

² Entende-se por “exclusão digital” a exclusão natural provocada àqueles que, por motivo econômico, social ou cultural, estão à margem do processo digital.

realiza milhares de operações em microssegundos e, junto da nova tecnologia das comunicações, “introduz um marco espaço-tempo radicalmente novo na sociedade moderna, a exemplo do que fez o relógio e os horários das estradas de ferro na era industrial” (p. 24).

Por isso, torna-se fundamental a compreensão dos demais fatores que compõem, na visão de Webster, a definição de Sociedade da Informação. Já foram abordadas definições pelo ponto de vista tecnológico e econômico, ao longo das páginas anteriores. Há, ainda, três fatores determinantes para que uma sociedade possa receber tal *status*: ocupacional, espacial e cultural.

2.2.3 Fator ocupacional como constituinte da nova sociedade

Num primeiro momento, uma Sociedade da Informação deve representar mudança significativa na ocupação das pessoas. Historicamente, podem ser verificadas situações claras e delimitadas em que uma era econômica suplantou sua antecedente. Quando a ocupação principal das classes trabalhadoras passou de agrária para industrial, ainda no século XVIII, o mundo entrou na Sociedade Industrial. Isso sugere que, na medida em que a ocupação principal das pessoas nos grandes centros populacionais do mundo está sendo centralizada na economia da informação, como se vislumbra hoje, o mundo mergulha cada vez mais fundo na Sociedade da Informação.

Estudos como o demonstrado por Porat³ também apontam para essa tendência, uma vez que revelam que a força de trabalho no setor de informação tem dobrado a cada 18,7 anos, entre o período de 1860 e 1980. Essa mudança na distribuição das ocupações está no coração da teoria de Daniel Bell, como a de maior influência na constituição da Sociedade da Informação. Bell (1976) vê a emergência de uma “sociedade de colarinho branco” e, portanto, o aumento do trabalho informacional enquanto declina o trabalho industrial. De acordo com a concepção do autor, o mundo verá mudanças profundas na sociedade, como o fim dos conflitos políticos de classes, e o mais comumente discutido encurtamento da desigualdade de direito entre os sexos.

Sem entrar numa discussão que pudesse apontar a Sociedade da Informação como sinônimo de uma sociedade utopicamente igualitária e justa, o que se pode inferir dessa realidade é que existem algumas dificuldades para se quantificar o trabalho informacional do mundo contemporâneo. Stonier (1983) citado por Webster (1995, p.14) aponta que o maior problema está na metodologia utilizada para classificar a mão-de-obra de trabalhadores em categorias específicas. O produto final — um gráfico estatístico mostrando uma precisa porcentagem de “trabalhadores informacionais” — esconde o complexo processo pelo qual pesquisadores constroem suas categorias e distribuem os trabalhadores em uma ou em outra estratificação.

³ Apud WEBSTER, Frank. *Theories of the Information Society*. London and New York: Routledge, 1995. Este parágrafo é um comentário feito por Webster, na pág. 14, a partir da reflexão de Marc Porat em PORAT, Marc Uri (1977a) *The Information Economy: Definition and Measurement* OT Special Publication 77-12 (1). Washington, DC: US Department of Commerce, Office of Telecommunications, May.

De qualquer forma, algumas pesquisas já apontam para essa tendência de inversão profissional. Analisando uma estatística de evolução do emprego por setor produtivo nos Estados Unidos, por exemplo, teríamos um salto de 38,9% em 1970 para 48,3% em 1991 no número de postos de trabalho que envolvem o manuseio da informação (CASTELLS, 1999, p. 320). Já na Alemanha, esse número passa de 29,1% em 1970 para 39,2% em 1987 (p.322). Há, entretanto, algumas classificações que podem ser feitas de acordo com os níveis de envolvimento do trabalhador com a informação, ou com o processo informativo a que ele está submetido. Webster utiliza como primeira metodologia possível de ser utilizada a forma de Marc Porat (1978), que divide em três categorias de ocupação:

A primeira categoria inclui aqueles trabalhadores cuja ocupação na atividade primária é produzir e vender conhecimento. Cientistas, inventores, professores, bibliotecários, jornalistas e autores. A segunda classe principal de trabalhadores agrega aqueles que reúnem e disseminam informação. Esses trabalhadores são responsáveis pelo fluxo de informações nas empresas e nos mercados; eles pesquisam, coordenam, planejam e processam informação mercadológicas. Administradores, secretários, balconistas, advogados, corretores, e datilógrafos. A última classe inclui trabalhadores que operam as máquinas de informação e tecnologias que apóiam as duas atividades anteriores. Operadores de computadores, instaladores de telefone e reparadores de televisão (p. 5-6). Traduzido pelo autor.

Para contrapor essa perspectiva, podemos utilizar a classificação simplificada de Jonscher (1983), citado por Webster (1995, p.15), que segrega, de um lado, o “Setor da Informação”, e de outro, o “Setor da Produção”. O primeiro seria composto por pessoas que têm como função principal “criar, processar e manusear in-

formação”, enquanto o segundo reúne trabalhadores que criam, processam e manuseiam bens físicos. Essas distinções podem parecer, num primeiro momento, razoáveis, precisas e válidas empiricamente, mas também apresentam limitações. Nesta perspectiva, cada ocupação envolveria uma significativa escala de processamento de informação e cognição (ou processo cognitivo), e os percentuais puros, sem interpretação, de trabalhadores informacionais acabaria mascarando o fato de que esses dados não passam de estimativas dos pesquisadores.

Em outras palavras, a linha que separa, muitas vezes, um trabalhador do setor da informação de um empregado de um sistema de produção é bastante tênue para se fazer uma categorização. Como classificar o operador de uma máquina de reprodução de documentos (reprografia) e um outro trabalhador da indústria mecânica, num posto de trabalho em que precise manipular e interpretar conhecimento de forma a produzir informação, por exemplo? *A priori*, o primeiro estaria apenas reproduzindo, mecanicamente, uma informação que não teve parcela nenhuma em produzir, mas que pode ser catalogado como profissional da indústria da informação, enquanto o segundo, por ter participação ativa no processo, também poderia ser classificado na mesma categoria.

O ponto levantado, aqui, é bastante simples: antes de se aceitarem classificações antecipadas, é preciso que se duvide de quadros conclusivos que são resultados de percepções de pesquisadores. Segundo essas percepções, algumas ocu-

pações são mais adequadas a algumas categorizações do que a outras. Mesmo levando em conta que a maioria dessas pesquisas acontece nos Estados Unidos, um país de tradição em pesquisas quantitativas, com metodologias de eficácia comprovada, essa definição ainda parece ser extremamente delicada. Quantificar o número de pessoas que fazem parte do segmento e até que ponto elas estão envolvidas no sistema produtivo da informação ainda é assunto que requer atenção e cuidado.

2.2.4 O espaço como potencializador da informação

Há, ainda, um importante ângulo por onde pode ser observada a existência de uma Sociedade da Informação: o espaço. Este aspecto se torna um fator marcante na transição da sociedade, aspecto que dá uma maior ênfase sobre redes de trabalho (*networks*) que conectam localidades em diversas partes do Globo, com efeitos diretos sobre a reorganização de tempo e espaço. No mundo globalizado, a transmissão de informações encurta distâncias, elimina barreiras nacionais e idiomáticas e coloca todos no mesmo cenário através das redes de informação.

Alguns fatores contribuem enormemente para o crescimento da desterritorialização, como a infra-estrutura da tecnologia da comunicação, o desenvolvimento do setor das telecomunicações como um ramo de negócio propriamente dito, a cres-

cente informatização da economia e, por fim, o fato de a informação estar ocupando um recurso estratégico que é a chave da qual as organizações do mundo da economia dependem.

Essa relação de importância das redes de trabalho pode ser comparada com o advento da energia elétrica para as sociedades industriais. Se a eletricidade chegou a quase todos os lares do mundo — ao menos nas nações ditas desenvolvidas — levando consigo o desenvolvimento de utensílios que mudaram o comportamento humano, agora seria a vez de as redes de informação, eliminando espaços, encurtando distâncias ou criando novos espaços, transformarem o cotidiano das pessoas.

Negroponte (1995), em *A Vida Digital*, aponta para uma nova era social baseada no *chip* de computador como regulador das mais diversas atividades humanas. Na ponta do processo, a humanidade, conectada pelas redes de informação, através da Internet, poderá expandir suas próprias capacidades de comunicação e convívio social, colaborando para o surgimento da Sociedade da Informação. Há, entretanto, o problema da incapacidade de se calcular a utilização do ciberespaço, por parte das sociedades contemporâneas. Essa incapacidade é registrada por Webster:

Na verdade, ninguém tem apresentados quadros confiáveis o suficiente que produzam um entendimento global do tráfego de informação (cf. OECD, 1988). Nós temos dados sobre a densidade de telefones em relação à população,

quadros de expansão dos serviços de facsímile, estatísticas sobre vendas de sistemas de computador, sistemas automatizados de telecomunicações e tudo mais, mas falta uma clara fotografia do tamanho, capacidade e uso das redes de trabalho (p.19). Traduzido pelo autor.

As redes digitais de comunicação, ou *networks*, transportam um inimaginável volume de mensagens, informações, imagens e comandos a velocidades espantosas. O montante e a rapidez com que essas informações trafegam no ciberespaço remetem para a constituição de um novo tipo de sociedade, em que o redimensionamento geográfico é uma das principais características. Todos os acontecimentos estão ligados a uma relação única de espaço e tempo, mas as características de espaço e tempo têm sido transformadas com o advento da sociedade das redes digitais (do inglês, *network society*).

A repercussão sobre a realidade, que antes levava muito tempo para ser transportada, hoje chega instantaneamente a nossos olhos, pela tela da televisão ou pelo monitor do computador. As distâncias estão cada vez menores, e o hiato temporal entre o acontecido e sua repercussão está encolhendo a cada geração, e os reflexos podem ser sentidos diretamente no crescimento do número de empresas ligadas direta e indiretamente ao transporte, armazenamento e produção de informação. Castells (1999, p. 211) lembra que essas redes interligam empresas, países, sedes governamentais e indivíduos e remodelam o sistema produtivo mundial por conta da globalização.

Há um fator fundamental que colabora com o sucesso da *network society*, e

que precisa ser pontuado neste momento: a linguagem da computação, base da comunicação a distância, configura-se como um idioma mais comum e mais lógico que o inglês ou qualquer outra língua considerada universal. A lembrança é feita por Dizard (2000, p.14), quando acredita ser possível se desenvolver um novo poliglota a partir do inglês e de idiogramas de orientação computacional. “Pode surgir uma espécie de língua franca universal, similar ao linguajar empregado pelos pilotos de linhas aéreas ao decolar e aterrissar, em uma fusão multilíngüe de culturas”.

Dizard lembra a importância do pesquisador Alan Key, pai da interface gráfica atual, que através do Smalltalk propiciou que crianças de 6 aos 15 anos pudessem programar computadores. Entre tantos outros aspectos, é a evolução a interface dos programas atuais que acaba por unir usuários de nações, idades e culturas diferentes, resignificando traços que antes eram nebulosos e encurtando ainda mais possíveis espaços existentes entre os indivíduos.

É verdade que as redes de informação, no sentido amplo do termo, existem há muito tempo. Desde o início distante dos serviços de correio, passando pelo telegrama e pelas facilidades do telefone e da linha telefônica, muitos setores da economia, sociais e políticos seriam impensáveis sem o estabelecimento de redes de informação eficientes. Mesmo com o fato de que há muito a sociedade depende dessas redes de informação, seu desenvolvimento e aceleração são notados a partir dos anos 80, quando os críticos começam a utilizar o termo de Sociedade da Informação.

Uma análise superficial poderia relacionar essa explosão da informação como resultado previsível do desenvolvimento tecnológico de serviços como telefonia, satélites, e do aparecimento de instrumentos facilitadores, como o computador e toda a tecnologia digital. Para tanto, pode-se contrapor o fato de que não é somente a velocidade ou o volume de informações que caracterizam tal sociedade, mas o uso e a interdependência que se processa nas relações das comunidades envolvidas.

2.2.5 O fator cultural e os movimentos da sociedade

Um último prisma a ser observado na visão de Webster em relação à constituição de uma Sociedade da Informação remete às mudanças culturais que essa sociedade estaria experimentando. A vida diária e cotidiana das pessoas que formam as comunidades da pós-modernidade, ou simplesmente contemporâneas, é regida principalmente por informação. Os lares e as demais relações sociais são mantidos e aprofundados com referências, representações e significações da vida em sociedade. É a soma de significados, e não de ocorrências, que vai moldando a memória da coletividade e configurando a sociedade do século XXI.

Desde lembranças familiares, como fotografias, *video-tapes*, diplomas es-

colares, até as referências profissionais e sociais, documentos, atas de reuniões, leis e determinações jurídicas, são possíveis de serem acessados graças à tecnologia da informação disponível e largamente utilizada. A era digital apenas acelerou em grande parte esse processo, que é estritamente informacional e que tem influência direta na vida e no *habitat* social. Ora, se a sociedade passa a ser entendida como a relação que temos com as referências acerca dos fatos, o que temos na sociedade são relações a partir das representações dos fatos, significações de ocorrências reais.

Quanto mais informações estiverem à disposição sobre uma ocorrência, maior será seu domínio, seu controle, ou sua significação, e é através da linguagem que essa comunicação acaba por ser completada. Só podemos nos referir a elementos dos quais temos informação, o que comprova a veracidade da tese wittgensteiniana⁴ e a importância do acesso a essa informação. O mundo pós-moderno apresenta uma enxurrada de signos, representações, significantes, significados e referentes.

Várias são as fontes disponíveis, multiplicadas pela tecnologia da informação, mas nada é tão desafiador e inovador como a modificação da participação da

⁴ A referência é feita a Ludwig Wittgenstein (1889-1951). O jovem Wittgenstein do *Tractatus logico-philosophicus* acreditava que o mundo era composto pela totalidade de fatos, e esses fatos — asserções de verdade ou não — constituíam a única realidade possível: a verdade. O mesmo Wittgenstein, anos mais tarde (ou o Wittgenstein maduro) acaba por reconhecer, em *Investigações Filosóficas*, que o mundo não seria a soma ou simplesmente a constituição de fatos, mas de referências lógicas completas desses fatos. Através do que chamou de *Jogos de Linguagem*, marcou um posicionamento que mudou toda uma tendência de estudos da filosofia da linguagem.

própria sociedade na construção desse processo. Em nenhum período recente da história da humanidade, mesmo na modernidade, quando muitas teorias surgem para explicar o envolvimento do homem com os meios de comunicação de massa, o sujeito torna-se agente e construtor de sua própria realidade, na medida que se vislumbra agora.

O que parece diferenciar esse momento de todas as fases informacionais que iniciam com o cinema, no século XIX, é que o sujeito passa de mero receptor e observador para protagonista da Sociedade da Informação em constituição. Fotografia e televisão digital, redes de trabalho, comunicação em tempo real, grupos de discussão, ciberespaço, *world wide web*, telefonia móvel, automação residencial, todos esses itens apontam para o indivíduo no centro do processo, interagindo com o meio e com o seu semelhante através de uma *estrutura informacional*.

Há, no entanto, muita quantidade informacional, sem que isso agregue, necessariamente, valor cultural a partir dessa relação informacional entre os indivíduos. Se o fator cultural é um dos pontos determinantes para a configuração da Sociedade da Informação, seria necessário que duas coisas acontecessem. Em primeiro lugar, seria necessário que a informação que circula pelo ciberespaço pudesse ser verdadeiramente medida. Segundo, depois de quantificada, que pudesse ser abstraído algum valor sociológico efetivo, fator de agregação e nova representatividade social que se sobreponha aos padrões até então em vigor, o que não se verifica em níveis mundiais.

Assim, estaríamos entrando na perspectiva de Giddens (1998), segundo a qual “uma Sociedade da Informação seria aquela formada dentro de estados nacionais, em que as rotinas de obtenção, armazenamento e controle de informação acerca da população e seus recursos são essenciais para sua operação”. (1985, p.178).

Isso não quer dizer que a sociedade contemporânea não tem valores ou que está perdendo seus valores mais importantes em detrimento de um modelo informacional. Apenas procura salientar que há uma falsa idéia de que o volume de informação é o que está modificando a sociedade na qual todos vivem. Antes de centralizar a observação sobre a quantidade, seria importante uma discussão mais aprofundada sobre os rituais sociais, a permanência ou a substituição de valores, hábitos, costumes e representações da vida social.

Culturalmente, se o acesso à informação e sua usabilidade estão penetrando nos meandros das comunidades e modificando realmente a construção do futuro em sociedade, então se poderá examinar com olhos bem mais atentos os movimentos dos indivíduos e sua representação nesse novo universo que se forma, principalmente com o advento da Internet e de todas as tecnologias da informação. Martin (1995) tem um conceito de Sociedade da Informação (*Information Society*) que contempla essa perspectiva. Diz Martin:

Sociedade da Informação é uma sociedade na qual a qualidade de vida, bem como as perspectivas de transformação social e de desenvolvimento econômico, dependem crescentemente da informação e da sua exploração. Em tal sociedade, os padrões de vida, trabalho e lazer, o sistema educacional e o posicionamento no mercado são todos influenciados marcadamente por avan-

ços na informação e no conhecimento. Isso se evidencia em um crescente acúmulo de produtos e serviços de elevado grau de intensidade de informação, difundidos por um extenso leque de meios de comunicação, muitos dos quais de natureza eletrônica (p.3).

Grosso modo, algumas frases como “vivemos numa Sociedade da Informação”, “o mundo caminha para a Sociedade da Informação”, ou ainda “todos fazemos parte da mesma Sociedade da Informação” vêm sendo utilizadas para definir este início de milênio. Mas, o que há de científico em relação ao tema é que os critérios, ou parâmetros, propostos por Webster, tornam possível estabelecer características comuns e legítimas em sociedades mundiais que despontam à frente desse processo informativo e tecnológico. Tais exigências acabam apontando para a sistematização de um conceito, a partir de Webster, segundo o qual *a Sociedade de Informação é representada por uma sociedade na qual a informação é utilizada intensivamente como elemento da vida econômica, social, cultural e política, dependendo sobretudo do suporte tecnológico.*

2.3 Informação Jornalística

O que difere a informação, no sentido genérico do termo, da informação jornalística, é o interesse ou relevância social que tem esta segunda, uma vez que será divulgada para um grande número de pessoas. Albertos (1993, p.37) explica que os dois tipos podem ser facilmente separados, e classifica-os em informação

contingente (ou jornalística) e informação não contingente, porque esta última não possui como característica a divulgação massiva. Informação jornalística, na perspectiva que será trabalhada daqui por diante, é caracterizada segundo o autor pelas “operações segundo as quais certos grupos profissionais utilizam procedimentos técnicos para difundir certo conteúdo simbólico para um público heterogêneo e geograficamente amplo”.

Beltrão (1969) também apresenta duas definições a respeito do termo. A primeira tem o que o autor chamou de “sentido lato”, e conceitua informação como função biológica, “que consiste em perceber o real para satisfazer as condições da vida e do progresso da espécie”. A outra definição está relacionada ao sentido humano, e pode ser entendida como “o ato de levar um fato ao conhecimento de outrem”, o que remete à definição imediata de que *a informação é o relato de um fato, idéia ou situação*.

Jornalisticamente falando, a informação tem o caráter massivo, uma vez que interessa a grupos numerosos de pessoas. A definição do autor que satisfaz a necessidade desse contexto é a que diz que “as informações públicas são as de que se ocupa o jornalismo e, quando se referem a situações atuais e são divulgadas pelos veículos de comunicação coletiva denominam-se *notícias*”. Notícia é, então, uma modalidade da informação jornalística. É a essência do jornalismo, sem a qual não existe função jornalística. Segundo Beltrão:

Notícia é a narração dos últimos fatos ocorridos ou com possibilidade de ocorrer, em qualquer campo da atividade e que, no julgamento do jornalista, interessam ou têm importância para o público a que se dirige (1969, p. 82).

Para Bahia (1971), há um forte sentido de responsabilidade na transmissão e produção da informação jornalística. Ele acredita que ao reunir as notícias, os veículos cumprem sua tarefa de captação, mas é ao escrever e distribuir que exercem a função de seleção, interpretação e difusão, atingindo a uma ampla camada da sociedade. Sua definição sobre informação deixa evidente esse senso de praticidade do jornalismo como atividade essencial das sociedades modernas. Escreve Bahia:

A informação é a principal finalidade do jornalismo. Ela deve ser verdadeira e íntegra, descobrindo e comunicando, pela imprensa, pelo cinema, pelo rádio, pela televisão ou outros meios, os fatos que pela sua própria natureza convém sejam públicos e não meramente particulares. Sua autoridade emana, principalmente, do conjunto das instituições políticas e econômicas (p.37).

O autor ainda vai acrescentar que o jornalismo é um dos principais – senão o principal – instrumentos da comunicação coletiva. Representa a forma pela qual o público participa da vida social, direta ou indiretamente. Aponta para o jornalismo como um processo social e histórico, uma necessidade humana e uma forma de expressão cultural típica da sociedade moderna. Beltrão (1992, p. 65) afirma que “jornalismo é a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum.”

Desde seu início, chegando à sociedade contemporânea, a imprensa adquire

a conotação muito mais ampla do que fazer chegar à população as últimas notícias sobre política, economia ou artigos de opinião de colunistas. Ela se configura como meio de transmissão de cultura e de perpetuação de valores sociais que garantem a sociabilidade. Viver em comunidade é comunicar-se. Voyenne (1968) argumenta que:

[...] um grupo pode, quiçá, prescindir de trocar bens materiais. Mas se não troca informações, idéias, emoções, é o próprio vínculo social que desaparece: não haverá nada de comum entre os membros desse grupo e, em consequência, não haverá comunidade. A intercompreensão é como a respiração de uma sociedade. Ela condiciona a sua existência, sua sobrevivência e sua ação (p.15).

O advento da imprensa modificou completamente a transmissão de informações entre os indivíduos na sociedade, fixando as mensagens sobre um suporte e passando a chegar num número cada vez maior de pessoas. Graças à imprensa, a sociedade tem um novo modo de comunicação, indireta e mediada, isto é, continua reunindo emissor-receptor enquanto indivíduos de uma sociedade ou de sociedades diferentes, mas através de um meio.

Primeiro, esse meio é gráfico, através das impressões sobre o papel, quer seja no livro, nas primeiras *gazetas*⁵ ou nas modernas revistas do século XX. Depois, esse meio é eletro-eletrônico, e captura elementos verbais falados – através do rádio, num primeiro instante e, mais adiante, elementos verbais, não-verbais e imagéticos, com a televisão e com a Internet.

⁵ As primeiras folhas de notícia que se tem registro surgem em Veneza, na Itália, no século XVI, impressas por ordem do governo e vendidas ao preço simbólico de uma *gazeta*, moeda de valor ínfimo e que passou a denominar os impressos posteriores, que tinham a mesma finalidade. (CRATO, 1983, p. 30)

Bond (1962, p. 15) utiliza a definição de Eric Hodgins, da revista Time para formar o seu entendimento, segundo o qual “jornalismo é a transmissão de informação, de um ponto a outro, com exatidão, penetração e rapidez, numa forma que sirva à verdade e torne aquilo que é certo evidente aos poucos, quando não imediatamente”. Também nessa definição vemos o olhar social, a referência ao interesse das comunidades envolvidas, a visão romântica e idealista da maioria dos profissionais que sedimentaram a literatura sobre o tema desde a fundação das primeiras escolas de comunicação no Brasil, ainda nas décadas de 50 e 60.

De fato, o jornalismo tem muitas funções – das quais destacam-se aquelas que concentram a busca, interpretação e difusão de notícias. Na visão de Bond (p.19-20), o jornalismo tem quatro razões fundamentais de ser: informar, interpretar, orientar, entreter. Sem esquecer das demais, o certo é que todas as considerações acabam apontando para a função primeira: a da natureza da informação.

Nesse contexto, há o iminente risco de se cair no lugar comum, segundo o qual tudo é informação e, portanto, tudo pode ser considerado notícia e, por conseguinte, informação jornalística. Bahia (1990, p.35-36) alerta para o fato de que toda notícia é uma informação, mas nem toda informação é uma notícia. Isso quer dizer que, diariamente, os veículos do jornalismo recebem de suas fontes centenas de informação diária que passam por um crivo de seleção, tratamento e coordenação para só então tornarem-se notícias para consumo público.

Dovifat, citado por Albertos (1993, p.48), alerta para o fato de a captação de informações requerer objetividade e uma certa honestidade jornalística. No entanto, a produção da notícia é repleta de subjetividade, onde aparecem, entre outros aspectos, o caráter político e ideológico de quem seleciona o material para divulgação. Em vista disso, há uma escala de requisitos técnicos na produção noticiosa que devem ser atendidos em sua produção. São eles novidade, periodicidade, universalidade e interesse público. Mainar (1986) sustenta que o objeto do jornalismo é a atualidade de interesse abrangente, que se projeta dos limites espaciais em que se origina para atingir vastos círculos de pessoas e instituições.

Como qualquer informação jornalística, uma notícia deve reunir os critérios mínimos para que um simples fato cotidiano ganhe as páginas dos jornais ou as telas dos canais de televisão. Há, também, todo um apelo estético e valorativo para que um fato isolado se torne notícia. Na visão de Mouillaud (2002, p. 38), a informação jornalística é o que é possível e o que é legítimo mostrar, mas também o que devemos saber, o que está marcado para ser percebido. Continua Mouillaud:

Toda informação, como um asterisco em um guia, supõe a flecha de uma dêixis pela qual se autodesigna. Faz um anel consigo própria. De maneira que, segundo os lingüistas, qualquer asserção é destacada por um 'e isto é verdade', qualquer informação se legenda com um 'e isto deve ser visto ou sabido' (p. 38).

Através desta concepção, não pode haver um 'todo-informativo'. Mouillaud exemplifica que, "assim como o pintor que pinta e o escritor que escreve são (ape-

sar das criações ilusionistas do pintor no quadro, e do narrador no romance) tomados de proibições, as fontes da informação estão enterradas no texto, mesmo, e talvez sobretudo, quando estão exibidas” (p.39-40).

2.3.1 Notícia como base do jornalismo

Como foi visto, a notícia é uma das principais modalidades da informação jornalística. Notícia pode ser definida como uma informação relevante, de interesse público e que passou por um processo de avaliação, interpretação e publicação, pois sem socialização não há a conclusão do processo de informação coletiva, finalidade essencial do jornalismo. Analisando sob esse aspecto, cabe salientar que a seleção de notícias, como vai questionar Albertos (1993), obedece não somente a critérios técnicos, mas também subjetivos.

Há uma definição de Amaral (1986, p. 39), que conceitua notícia como sendo “a matéria-prima do jornal, a base de tudo o que é publicado”. Marcondes Filho (1989, p. 13) aponta para outra direção, ao afirmar que “notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso, a informação sofre um tratamento que adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo”. Para ele, a informação pode ser um meio de manipulação ideológica dos grupos que

estão no poder, o que faria com que estivesse situada dentro do jogo de forças da sociedade. Neste caso, a responsabilidade do jornalista aumenta enquanto participante do processo de produção noticiosa.

Mas, se a notícia pode sofrer essa distorção, provavelmente isso se deva ao que Medina (1988, p. 22) se refere como *tecnologia da informação*. Pelo seu caráter de produto, a informação pode ser beneficiada, isso é, pode sofrer a interferência do jornalista enquanto produtor, e também contar com privilégios – ou com a falta destes – no momento de sua edição. Tudo para garantir o valor de venda, ou seja, a notoriedade desejada para o *status* de informação relevante.

Por tecnologia da informação, no contexto jornalístico, entende-se o conjunto de formas, condições e atuações para tornar públicos os elementos do saber, fatos específicos, dados consideráveis etc, através de uma técnica especial, que podem ser instrumentos de divulgação jornalística. Essa consideração se torna necessária para o entendimento de uma outra questão levantada por Marcondes Filho (1989, p. 25), que diz respeito ao valor de uso e de troca da notícia. Quanto mais apelo social, interesse, atualidade e periodicidade tiver uma informação, maior será a tecnologia da informação colocada à sua disposição para transformá-la em notícia.

O processo de informação jornalística funciona de maneira contrária ao da informação industrial, por exemplo, onde o sigilo e a fidelidade do transporte de informações são essenciais para a sobrevivência das empresas. A informação privada e con-

fidencial é poder, tem valor estrito. Informação tornada pública através dos meios de comunicação de massa, passa a ser jornalismo, pois é a publicidade dos fatos que constrói seu caráter de notícia.

Por isso, Marcondes Filho sustenta sua distinção sobre o valor de troca de uma notícia. “Uma informação pura e simples não é mercadoria. Para tanto é preciso que ela seja transformada em notícia. Um acidente só vira notícia se nele estiver envolvido alguém que o jornal possa destacar, positiva ou negativamente” (1989, p. 15). É no jornal impresso ou nos outros meios de divulgação jornalística (rádio, televisão, revistas, Internet) que se cria, a partir da matéria-prima informação, a mercadoria notícia, sempre chegando ao público de maneira atraente. Manchetes, cores, chamadas, figuras de linguagem, fotografias e imagens compõem a parte vendável da informação, agora transformada em notícia.

Além disso, a definição de notícia que ganha força é aquela que a considera como produto da informação coletiva. O jornalismo, visto dessa maneira, passa a ser um eficiente meio de divulgação de informações que interessam a coletividade. Bahia (1971) vai dizer que:

Por informação coletiva ou informação de massa entende-se a transmissão ou representação da palavra, de pensamentos, de idéias, por qualquer meio ou veículo de difusão e dirigida a um público indiretamente. Ao contrário da informação pessoal e direta, a coletiva ou de massa pressupõe uma organização e uma especialidade. De modo geral, a audiência desse tipo de informação é grande, diversificada e anônima (p.11).

A informação coletiva é, como se viu no início deste capítulo, o objeto principal do que se convencionou chamar de teoria da informação, que estuda os prin-

cípios e normas fundamentais das ciências da informação e da informática, suas correlações com os demais campos, sua filosofia e sua praxis. Por sua vez, o jornalismo reúne os meios ou veículos especializados de difusão de notícias – síntese da informação coletiva –, concentrando os instrumentos mais ativos da comunicação de consumo. Para isso, cria expedientes próprios com a finalidade de priorizar a divulgação de determinadas notícias, através da hierarquia da informação.

Bahia acrescenta que é o jornalismo que busca, através da hierarquia da informação, romper com o formalismo das antigas categorias. “Na sua metodologia, as distinções nem sempre são ostensivas, mas na sua morfologia elas integram – nos veículos impressos e nos meios audiovisuais – a própria personalidade da notícia” (p. 13).

Esta análise indica para o fato evidente de que a informação geralmente apresentada nos meios de comunicação de massa prevê classificações segundo uma hierarquia determinada pelos critérios já mencionados (interesse da audiência, atualidade, universalidade, periodicidade) e que acabam construindo hábitos da comunicação. “Na realidade, são classificações que facilitam a verificação, sem exclusão de interferências e julgamentos por parte do consumidor”, lembra Bahia.

A utilização do sistema hierárquico dos jornais impressos, nesse sentido, acaba por conduzir o caminho unilinear a ser percorrido pelo leitor. As notícias mais importantes estão elencadas na capa, através da manchete, assim como a ordem título-foto-legenda-lead obedece a critérios técnicos com o objetivo de seduzir o leitor com

um roteiro pré-concebido. Portanto, há uma preocupação com a produção de conteúdo de acordo com a passividade do público, característica das mídias impressas tradicionais. Um dos paradigmas que muda no cenário da Sociedade da Informação é o perfil do público leitor, que deixa uma posição passiva para interagir com o meio que produz, gerencia e divulga a informação, como será abordado a seguir.

2.4 Informação na Rede

As publicações jornalísticas *online* são um fenômeno bastante recente e sua proliferação coincide com as demais páginas disponíveis na *Web*, pois dependem da tecnologia relacionada à rede para sua produção e difusão. Com o surgimento da Internet, empresas produtoras de jornais impressos desenvolveram formatos a serem publicados no meio eletrônico, vislumbrando um novo caminho para a conversão das mídias tradicionais. Para entender o fenômeno da migração dos veículos de informação para a Internet, torna-se necessário, ainda que rapidamente, abordar o crescimento dessa tecnologia e as condições de sua evolução.

A implementação definitiva da Internet, que começa em 1967 em plena Guerra Fria, com a participação de quatro universidades americanas – University of California Los Angeles (UCLA), Stanford, California Santa Barbara e University of Utah – se expande a partir da década de 80. Colaboraram para a explosão con-

venções como a criação do protocolo TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol), uma das principais linguagens dos computadores da Internet, e o formato HTTP (*Hyper Text Transfer Protocol*) utilizado pela rede a partir de 1991.

A Internet – cujo termo apareceu pela primeira vez em 1982 – reunia então pouco mais de dez mil servidores em todo o mundo. Para se ter uma idéia mais precisa de seu crescimento, a estimativa é de que, até 2005, mais de um bilhão de pessoas estejam conectadas à rede (NIELSEN/NET RATINGS, 2003).

E é juntamente com a Sociedade da Informação, consolidada com a implementação da Internet, que se dá o crescimento da informação digital. A capacidade de armazenamento e processamento dos computadores é somente a porta de entrada para a revolução que se vislumbra hoje. A produção, transporte, transmissão e disseminação de toda a informação produzida com caráter valorativo vai encontrar na Internet o seu meio (ou veículo) mais eficaz.

Primeiro, porque não só a Internet, mas todos os aparelhos eletrônicos baseados na tecnologia digital passam a fazer parte da vida social dos indivíduos (DERTOUZOS, 1997). Segundo, porque a Internet enquanto instrumento proporciona maior interatividade e suscita uma série de experiências ativas, como o constante acesso a listas de discussão, *chats* e demais ferramentas interativas encontradas na Internet.

Assim, a geração contemporânea agregou aos seus utensílios domésticos e profissionais o computador pessoal e, com ele, toda a gama de atividades comunicaci-

onais decorrentes – o uso do *e-mail*, *web clipping*, as câmeras fotográficas digitais, o acesso a *sites* de entretenimento, revistas e webjornais.

A Internet, enquanto meio de comunicação, sugere uma nova concepção textual. Autores como Levacov (1998) apontam para um novo e diferente modelo, que descarta a forma tradicional das mídias. A autora afirma que:

[...] atualmente o mundo de Gutenberg encontra-se em colapso. A tecnologia industrial de impressão, suporte tradicional da comunicação, está dando lugar a um novo conceito do que a comunicação pode vir a ser, e esse conceito está relacionado ao computador, às novas tecnologias e às suas formas de linguagem (p. 14-15).

A autora acredita que a revolução digital desencadeada por essas tecnologias já afeta nossa relação com a informação e com o próprio texto. Assim, conceitos como autor, editor, produtor e produto estão se tornando descentralizados: qualquer indivíduo pode publicar informação na rede de computadores, através de páginas pessoais gratuitas (também conhecidas como *blogs*), construindo seu próprio *site* ou escrevendo textos em outros *sites* que possibilitam a participação de colaboradores.

Poster, citado por Webster (1995, p.186), argumenta que esta é uma segunda idade dos *media*, iniciada pelos hiper e multimídia⁶ interativos e convergentes ao ciberespaço. Sua argumentação está centrada no fato de que os sujeitos são diferentemente constituídos nos contextos modernos e pós-modernos. Enquanto

⁶ Um sistema *multimídia* é aquele em que mais de uma mídia pode ser utilizada de forma simultânea, como um CD-ROM que agrega texto, imagem e som, ou como os aparelhos celulares capazes de armazenar e transmitir áudio, vídeo e texto. Um sistema *hipermídia* é aquele que proporciona ligações dinâmicas entre os recursos multimídia, em que um texto chama uma imagem estática, que por sua vez transmite um arquivo de áudio pela Internet.

que na cultura impressa moderna o autor tem “autoridade”, e ao leitor resta a facilidade de criticar, esses papéis pré-estabelecidos se não desaparecem ao menos se dissolvem na comunicação digital pela Internet, uma vez que o próprio conteúdo pode ser construído e modificado pelo leitor que envia sugestões e publica textos em espaços destinados a esse público.

A história do desenvolvimento da Internet e da convergência de outras mídias para a grande rede, através da criação de *sites* por empresas da comunicação de massa, fornece material essencial para o entendimento das características técnicas, organizacionais e culturais dessa rede, abrindo assim caminho para a avaliação de seus impactos sociais. A Internet, enquanto comunicação mediada por computador, desenvolve-se no meio universitário, e não se pode descartar a importância da técnica neste processo.

Destarte, entender o processo social em que se dá essa afirmação é vital para compreender e apreender o momento da comunicação. Como a CMC penetra no sistema universitário durante os anos 80, os profissionais que assumiram empresas e instituições no início da próxima década contribuem para que a Internet chegue à sociedade em geral a partir de 1994. O processo da formação e difusão da Internet e das redes de CMC moldou de forma definitiva a estrutura do novo veículo de comunicação na arquitetura da rede, na cultura de seus usuários e nos padrões reais de comunicação (CASTELLS, 1999, p. 380).

Diferente da mídia de massa da “Galáxia de Gutenberg”, proposta por McLuhan (1964), a comunicação mediada por computador tem características tecnológicas próprias e que estão culturalmente embutidas na sociedade. Essas diferenças configuraram-se em novos padrões de comunicação, e suscitam alguns questionamentos práticos para o jornalista: quanto tempo sobrevive uma manchete em um jornal *online*? existe um padrão para o texto a ser produzido para a rede? quais as particularidades que irão substituir a hierarquia da informação, característica marcante da mídia impressa? São algumas perguntas propostas por uma análise ao momento atual do jornalismo escrito para a Internet.

2.4.1 O conteúdo na rede: o modelo transpositivo e os webjornais

As notícias, enquanto produção jornalística, começaram a fazer parte da rede quando o *The New York Times* disponibilizou informações *online*, ainda em meados dos anos 70, com o *New York Times Information Bank* (MOUHERDAUI, 2000). A primeira experiência brasileira data de 1995, quando o Jornal do Brasil implanta o *JB Online*. Tanto o texto impresso consagrado pelo jornal, quanto as tecnologias de transmissão de imagem e som experimentadas pela televisão, vão dar à Internet, neste primeiro momento, o lastro necessário para transmitir informação por um novo meio.

A primeira fase do jornalismo *online* pode ser considerada, segundo Silva Júnior (2001), como transpositiva. É nesse momento que surge a maior parte dos jornais eletrônicos, e a denominação corresponde ao fato de que, para não perder um lugar na história da Internet, muitos veículos apenas transformaram – e ainda o fazem – suas edições impressas diárias em conteúdo disponível na rede. Tais publicações abrem mão de uma série de características do novo meio, como o tamanho do texto para uma publicação *online*, a atualização do conteúdo disponível, o *design* gráfico da página e sua estrutura de *links* e *sublinks* e, fundamentalmente, a qualidade de navegação que o próprio *site* apresenta.

Conforme Silva Júnior, dois outros momentos complementam a evolução do jornalismo *online*. O segundo seria a fase perceptiva, um momento em que os veículos de comunicação percebem as diferenciações referentes à nova mídia – como possibilidade de produção de conteúdo exclusivo, utilização de recursos de áudio e vídeo, recursos de interatividade – e começam a produzir conteúdo exclusivo para a rede. No entanto, a produção interna do conteúdo das edições disponíveis na rede ainda está relacionada com os textos produzidos para o jornal impresso (DREVES *et al*, 2003).

Com a popularização dos jornais *online*, a relação com o conteúdo se modifica, surgem novos tipos de *sites*, novas linguagens, novas formas de utilização do conteúdo, que se transforma para se adaptar às características da sociedade em evolução. O webjornalismo, neste contexto, ganha novas dimensões em virtude das

condições técnicas, uma vez que se desenvolve juntamente com a qualidade da conexão dos computadores, com o avanço de suporte tecnológico e com a evolução das interfaces gráficas que privilegiam a navegação do usuário.

O terceiro momento, que nasce dessa caminhada natural, é considerado, segundo Silva Júnior (2001) de hipermidiático, porque privilegia a criação e desenvolvimento de conteúdo exclusivo para a rede e suas implicações hipermídia. Uma simples navegação pelos principais *sites* de conteúdo disponíveis a partir de bases de informação brasileiras (Terra Notícias, Folha *Online*, Último Segundo, JB *Online*) pode comprovar que este é o estilo adotado pelos principais *sites* de conteúdo jornalístico.

Aqui, as características da Internet como interatividade e recursos hipermídia proporcionam a troca constante de papéis entre produtor e consumidor de informações e opiniões, características marcantes do novo momento comunicativo. Na visão de Canavilhas (2001), “é, pois, com naturalidade que se introduz agora o conceito de webjornalismo”.

Apesar da tendência apontada pelo autor, algumas empresas jornalísticas ainda hoje disponibilizam versões integrais de suas publicações na rede – como no caso da versão digital do Diário Catarinense, a ser analisada no capítulo 4 – , o que não se enquadra no conceito de Webjornalismo, na potencialidade de seu uso, como alerta Lopes (2000):

É consensualmente aceite que as potencialidades da Internet não se confinam à possibilidade de transpor uma edição tradicional de um jornal para o modelo *online*. Ainda que esta seja, por si só, uma mais-valia se considerarmos que alguns leitores não têm acesso a certos jornais, muitas vezes pela distância que não favorece a sua distribuição, as contribuições realmente significativas apresentam-se num leque alargado (p. 323).

O que se pode depreender desse cenário, e tentando formar um conceito que diferencie os dois modelos de jornalismo *online*, é que o primeiro está preso à fase transpositiva dos conteúdos, enquanto webjornalismo representa a tendência evolutiva e preocupada com um formato exclusivo *para a rede*. Webjornalismo, em contrapartida, pode ser definido como *o produto de uma preocupação jornalística específica para a Internet e suas particularidades*.

É nesse ambiente que surge a discussão sobre alguns aspectos dos jornais desenvolvidos exclusivamente para a Internet, como a existência de um texto-padrão e a utilização de ferramentas interativas. Autores que se posicionam em relação à linguagem dos webjornais, sobretudo no que diz respeito a forma e conteúdo, parecem concordar que não há uma receita para se escrever na rede. Há, entretanto, a presença de fortes elementos indicativos desse novo fazer jornalístico, como alerta Meira (2000). Para ele, independentemente das definições que se possam formar, o Webjornalismo apresenta características bastante definidas, como instantaneidade, percibibilidade, multimediação, interatividade e personalização do conteúdo.

Boa parte dos autores contemporâneos, como Simone (2001) e Moura (2002), acreditam que não há um padrão a ser seguido, mas que podem ser observadas algumas considerações pertinentes à característica da Internet e do público que tem acesso a ela. Muitas dessas considerações, inclusive, são baseadas na leitura que se faz da própria mídia. Explica Simone:

Definitivamente, não existe um manual de estilo para a *Web*. O que se observa são algumas orientações que já foram testadas por profissionais do meio ou mesmo padrões de estilo adotados por determinados veículos *online*. Tudo isso serve como referência para aqueles que estão iniciando sua carreira nesta nova mídia ou mesmo para os que buscam aprimorar o conhecimento (p.15).

Autores como Canavilhas (2001) acreditam que o relacionamento entre jornalista e leitor se transforma em sua essência, e projetam não só um novo fazer jornalístico, mas um novo momento para a leitura do texto que se apresenta:

Se, para o jornalista, a introdução de diferentes elementos multimídia altera todo o processo de produção noticiosa, para o leitor é a forma de ler que muda radicalmente. Perante um obstáculo evidente, o hábito de uma prática de uma leitura linear, o jornalista tem de encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção que lhe foram impostas pelos meios existentes. O grande desafio feito ao webjornalismo é a procura de uma 'linguagem amiga' que imponha a webnotícia, uma notícia mais adaptada às exigências de um público que exige maior rigor e objetividade (p.5).

Apesar de utilizar ferramentas das mídias tradicionais – o que acaba tornando o produto final familiar ao leitor – o jornalista da Internet precisa considerar as inúmeras possibilidades apresentadas pelos recursos exclusivos que o ambiente proporciona. Isso acaba se configurando num desafio para os profissionais desse novo mercado, ou seja, explorar as características do novo meio, construindo um modelo que possa contemplar a diversidade de usuários encontrada na Internet. Nesta tentativa, algumas tendências já podem ser verificadas.

A primeira delas está relacionada ao tratamento do texto a ser utilizado em uma publicação exclusiva para a rede. As grandes reportagens e mesmo as matérias tradicionais, que ocupavam destaque em uma versão impressa, devem ser re-

pensadas quando escritas para a Internet.

De acordo com o manual de estilo para Webjornalismo da Universidade de Yale⁷, menos de dez por cento dos internautas utilizam as barras de rolagem da janela do *browser* para ir até o final dos documentos. A estatística pode parecer um tanto pessimista, mas diagramar matérias em apenas uma página ou concentrar as informações mais importantes na parte superior pode fazer com que o internauta permaneça mais tempo no *site*.

Ferrari (2003, p. 51) lembra que outro ponto importante é o crescimento da produção de conteúdo exclusivo para a mídia *online*. Segundo ela, algumas experiências norte-americanas estão sendo referência para esse segmento, como a ESPN/USA e o jornal The Advocate, de Baton Rouge, na Louisiana. Em ambos os casos, a implantação do *site* foi uma iniciativa posterior à atuação principal do veículo, e suas redações tiveram que se adaptar às exigências do público leitor.

No caso da ESPN, escritores e colunistas fixos dividem espaço com jornalistas *free-lancers* e alguns nomes consagrados da TV produzem material exclusivo e com boa qualidade (FERRARI, 2003, P.52). Já em relação ao jornal impresso mencionado, este seria um exemplo do que a autora chama de “solução híbrida”, uma vez que os funcionários da redação do produto impresso tiveram que acumu-

⁷ Disponível em *Guia do Jornalismo na Internet*, site desenvolvido pela Universidade Federal da Bahia, na URL <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/Guia/cap07.html>, capturado em 05/09/2003

lar as funções e escrever matérias exclusivas também para o veículo *online*, prática que inclusive vem sendo adotada em algumas redações brasileiras, como no caso do Jornal do Brasil, que mantém o *site* do JB *Online*.

O jornalismo que se faz para a Internet, entretanto, mantém características comuns ao praticado nas demais mídias, como a abordagem adequada da informação jornalística que se quer transmitir. Assim como no jornal impresso, uma alternativa eficaz continua sendo a construção do texto a partir do *lead*, ou seja, um bom texto ainda é aquele que consegue responder, nas primeiras linhas, as perguntas básicas da notícia: o que, quem, onde, quando, por que e como. A escrita da notícia em pirâmide invertida – partindo da narração do que é mais importante para o que é menos relevante, complementar – é a forma que melhor leva o leitor à leitura total do texto. Na internet, essa técnica é a que mais vem sendo utilizada pelos jornalistas (MOURA, 2002, p.55).

Ainda em relação à forma e conteúdo, é bom lembrar que o alcance das publicações *online* não possui limitação geográfica. Qualquer indivíduo, em qualquer parte do mundo, pode estar realizando o acesso a uma página particular de informação jornalística. Essas novas relações que se estabelecem com o tempo e o espaço da produção da notícia remetem para uma reflexão sobre o tratamento dado a matérias locais e nacionais. O leitor, enquanto internauta, não tem uma localização geográfica previamente definida, o que pode implicar, em alguns casos, a necessidade de uma melhor

contextualização do assunto para sua compreensão.

Este novo consumidor da informação jornalística sugere cuidados não só com relação à produção de notícias, como também direcionado para a forma como ela se apresenta na *Web*. Aquino (2000) coloca a questão como crucial em se falando desse tipo de mídia, uma vez que, segundo ela, o comportamento dos usuários não é o mesmo daquele das mídias tradicionais. Há de se criar formas que contemplem tanto o internauta que passa muitas horas diárias em frente ao computador, e para quem a notícia perde o ineditismo rapidamente, quanto para aquele usuário que acessa a rede como lê jornal: faz isso uma vez por dia e quer uma síntese dos principais fatos do dia. “É preciso atualizar constantemente a manchete, mas sem deixar de contar a parte mais importante da notícia” (p.27).

Mas, se por um lado a heterogeneidade de usuários é fator desafiador da Internet, por outro possibilita o exercício da prática jornalística enquanto função informativa e de esclarecimento, ética e que privilegia o bem-comum da sociedade. Através desse meio, a relação com o jornalista pode ser aproximada através da discussão de matérias que permaneçam mais tempo na rede e que suscitem até mesmo a promoção de fóruns para debate, como lembra Lopes (2000).

A autora acrescenta uma opinião sobre o fazer jornalístico, argumentando que o jornalista ainda terá espaço na construção do conteúdo que se divulga profissionalmente na Internet. Lopes não concorda com o fato de que, se qualquer ci-

dadão pode produzir conteúdo para a rede, então o jornalista teria sua importância reduzida, ao que rebate:

[...] sua missão é bem mais complexa, a responsabilidade que se lhes depara no espaço público é também mais marcante e, mais do que nunca, o jornalista deverá estar preparado para intervir como decodificador, para interpretar a realidade, compreender o passado e perspectivar o futuro (p.326).

2.4.2 A forma do jornalismo *para a rede*

A discussão sobre uma forma adequada para o jornalismo *online* envolve, obviamente, características básicas da Internet. Autores como Bardoel & Deuze (2003) apontam quatro características: interatividade, padronização de conteúdo, hipertextualidade e multimidialidade. Já Palacios (2003) vê cinco particularidades: multimidialidade/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória.

São definições que refletem as potencialidades do novo meio mas, com a finalidade de cumprir os objetivos do presente estudo, serão abordados os temas recursos de interatividade, numa apropriação temática dos autores citados, e ainda serão incluídas uma segunda e uma terceira categorias: a atualização do conteúdo e ergonomia do sistema hipermídia.

Apesar de não ser exclusividade da Internet, torna-se fundamental abordar a atualização do conteúdo para se avaliar a diferença existente entre o jornalismo transposto para rede do jornalismo feito *exclusivamente* para a rede. Já ergonomia do siste-

ma hipermídia é a soma de características técnicas que modificam a relação com o meio, como *design* e *layout* de página, botões de navegação e demais aspectos da engenharia do *site*, e sua escolha se justifica por ser uma característica relevante para um *site* de conteúdo jornalístico.

Os recursos de interatividade, por sua vez, representam características que, invariavelmente, são analisadas quando se fala em jornalismo *online*, porque tratam de possibilidades que, quando colocadas à disposição do usuário, tornam sua participação mais efetiva. Meira (2000) lembra que as mídias tradicionais sempre tiveram algum tipo de interação, como seções de cartas, telefonemas para os programas de rádio e TV, mas é no jornalismo *online* que a interatividade atinge seu ponto mais alto, com a possibilidade de escolhas que são apresentadas:

O leitor pode escolher vários “caminhos” para ler notícias; na *Web*, o leitor pode enviar formulários com comentários sobre uma notícia e ver suas observações colocadas imediatamente à disposição de outros leitores; o leitor pode participar de votações sobre temas polêmicos (p.86).

2.4.2.1 Atualização do conteúdo

O webjornalismo se afirma num momento marcado pela consolidação da Sociedade da Informação. Trata-se de uma época em que a quantidade de informação disponível é mais facilmente acessada por um estrato significativo da população, que pode escolher o tipo de veículo e o suporte para receber essa informação. O fator tempo,

nesta perspectiva, pode ser o diferencial quando se escolhe uma mídia em detrimento de outra, ou até mesmo – falando-se de webjornais – um *site* de informação em relação a outro. Em Dreves *et al* (2003), lemos que:

Em nossa década, a guerra em busca da melhor informação é constante. *Sites* de jornalismo *online* são atualizados em menos de 10 minutos. A briga entre as agências ou produtores de notícias é grande. A fixação do espectador em um *site* por mais de 14 minutos é uma vitória gloriosa (p.9).

Meira (2000) lembra que o grau de instantaneidade das publicações em rede, ou a capacidade de transmitir de maneira imediata um fato, atualizando seu conteúdo em intervalos de tempo cada vez menores, faz a Internet aproximar-se do estágio atingido pelo rádio, já que “é muito rápido, fácil e barato inserir ou modificar notícias em formato binário” (p.85).

Muitas vezes a instantaneidade é entendida como a principal característica do novo meio, e sobre ela são depositadas todas as apostas do formato digital. No entanto, o fato de uma notícia estar disponibilizada na rede imediatamente após – ou até mesmo durante – a ocorrência de um fato não garante a leitura e o acesso às informações. Primeiro, porque a informação pode não conter carga valorativa. Segundo, porque se a notícia for simplesmente “colada” no formato *Web*, somente a agilidade do jornal não garantirá a comunicação. E, terceiro, porque o leitor pode não saber que essa informação exista ou o leitor pode não ter interesse algum nela. É preciso que o conteúdo produzido nas redações dos jornais digitais seja gerenciado e produzido com

o mesmo cuidado das outras mídias, privilegiando a qualidade da atualização, e não apenas sua periodicidade.

Gomis (1997) lembra que o jornalismo opera por redução de tempo, não tratando de interpretar toda a realidade, mas apenas um fragmento dela durante intervalos de tempo: períodos. Assim, o período do jornal diário é o dia, o da revista semanal é a semana, e o dos telejornais é representado pelos seus espaços de exibição. Aplicando essa teoria para a notícia disponível *online*, temos a mesma relação que se dá com o rádio: pela característica de instantaneidade, há uma maior liberdade temporal entre os períodos das publicações de notícias, o que se traduz na potencial atualização deste conteúdo jornalístico.

Em artigo disponível na Internet, Lapham (2003) defende, por esses motivos, o surgimento de um modelo híbrido de jornalismo. As características e habilidades intrínsecas do jornalismo impresso, entre elas a credibilidade associada à sua imagem e a capacidade de pesquisa e reportagem, estariam sendo somadas às possibilidades hipermediáticas da Internet, surgindo um modelo aperfeiçoado de comunicação. Potencializados pelo que chama de “beleza das novas tecnologias”, os webjornais podem melhorar a qualidade de suas informações, atingindo a uma ampla audiência de maneira imediata e com o mesmo custo operacional, ou, ainda, chegando a públicos específicos e segmentados através de *sítes* de conteúdo personalizado. É a fusão do jornalismo tradicional com as técnicas da Internet que vai dar vida ao Webjornal.

Outing (2002) acredita que esse híbrido já possui vida própria e, em alguns casos, sua utilização e importância superam até mesmo o suporte que o originou, ditando o ritmo, a pauta e o comportamento que a mídia deve ter na cobertura de cada evento. O jornalismo interativo através da Internet, que poderia ser considerada uma visão futurista há quatro ou cinco anos hoje é realidade inquestionável, que remete a uma série de observações. Para provar disso, Outing compara produtos do formato digital com gigantes da comunicação tradicional americana:

A mídia *online* é hoje um veículo forte por direito próprio para a divulgação de notícias, com *sites* de notícias na *Web* como a 'MSNBC.com' e a 'CNN.com' recebendo diariamente mais usuários do que alguns dos maiores jornais diários das metrópoles norte-americanas têm. E a mídia *online* influencia todas as outras mídias – dos grandes jornais, que gastam milhões de dólares criando *sites online* paralelos, às estações e redes de televisão que estão se preparando para um futuro em que seus telespectadores não só assistirão aos programas que elas oferecem, mas interagirão *online* com eles, igualmente (p.5).

Esse aspecto é ainda evidenciado quando se pensa no computador como gerenciador potencial da informação obtida. Por isso, a tecnologia da informática pode ser considerada um complemento perfeito para o jornal eletrônico, porque proporciona a existência de uma indústria de notícias que entrega aos usuários seus produtos em tempo real. É incalculável a quantidade de informação que está disponível na Internet, incluindo arquivos, mapas, fotos, históricos e biografias, que podem ser armazenados ou acessados instantaneamente. O equipamento do jornalista proporciona aos leitores a possibilidade de utilizarem o monitor do seu computador de diversas maneiras, seja simulando uma página impressa para leitura, seja como a tela da TV ou uma biblioteca virtual.

Simone e Soares (2001) alertam para uma tendência do webjornalismo, pela facilidade de atualização do conteúdo, que é o acompanhamento de grandes eventos em tempo real. Diferentemente da televisão, na Internet o usuário pode fazer a *sua* busca, construir ele próprio a compreensão da realidade, através dos dados armazenados enquanto o evento transcorre paralelamente. Os autores tomam como exemplo o *case* mais famoso do jornalismo atual: o ataque às torres gêmeas do World Trade Center, no atentado terrorista aos EUA. Escrevem Simone e Soares:

No histórico 11 de setembro de 2001, vários canais de comunicação *online*, como a CNN americana e outros portais, ficaram congestionados e alguns até saíram do ar em função do aumento de internautas que acompanharam em tempo real os acontecimentos (p.19).

Os autores lembram que, segundo dados divulgados no *site* Jornalistas da *Web* (www.jornalistasdawe.com.br) de 20 de setembro daquele ano, o tráfego nos *sites* de notícias norte-americanos chegou a números astronômicos, com um registro de 34 milhões de usuários únicos (*unique visitors*), a estatística mais representativa em se falando de acessos à Internet. Como pode ser depreendido, a agilidade dos *sites* de conteúdo jornalístico e a atualização constante são um diferencial do veículo que disponibiliza informação em tempo real, sendo necessário que a produção noticiosa leve isso em consideração.

Sobre este fato, pode-se inferir que muitos dos telespectadores que tiveram a oportunidade de assistir a transmissão ao vivo em um aparelho de tevê também procu-

raram informações na Internet. Isso se deve ao fato de a Internet proporcionar uma sensação de controle ao se acessar um jornal *online*. Quem determina o momento em que cada informação será acessada é o leitor, que tem um comportamento ativo frente ao meio que utiliza. Ele pode optar, por exemplo, a partir de uma série de escolhas, entre as informações atualizadas recentemente e o acesso a informações relacionadas, procurando entender o que está acontecendo através de matérias anteriores. O leitor tem, ainda, a possibilidade de buscar imediatamente, através das inúmeras associações que poderiam ser feitas no formato hipertextual, a informação através de outros *sites* disponíveis na Internet e que trazem informações sobre o mesmo assunto.

2.4.2.2 Recursos de interatividade

Num sentido mais restrito, interatividade pode ser desdobrada, no entendimento de Primo (1998), em dois níveis, entendidos como interação mútua e interação reativa. Por essa lógica, abre-se o leque de opções em relação às possibilidades interativas dos veículos de comunicação, uma vez que no nível reativo estão enquadradas as ocorrências de interação provocadas por uma reação esperada, programada previamente, como a escolha de um filme em relação a outro, ou a manipulação de recursos no controle remoto.

Já a interação mútua pode ser entendida como uma relação de troca entre dois sistemas, em que o comportamento de um modifique o comportamento do outro, algo esperado das relações humanas frente aos recursos do meio *online*. Mas, em se falando de comunicação ou de interatividade em sistemas comunicacionais, é preciso levar em conta que nem todas as possibilidades de troca entre o produto e a audiência podem ser considerados meios interativos, como lembra Laurel (1993), ao definir interatividade como “a capacidade que os humanos detêm de participar em ações num contexto de representação”.

O assunto sugere, então, que existem diferentes níveis de interatividade. Tais definições se tornam fundamentais para se discutir qual conceito de interatividade será trabalhado daqui por diante. Primo, ao citar Machado, diz que este último demonstra um temor frente ao uso universal que se tem dado ao conceito de interatividade, definindo desde salas de cinema em que as cadeiras sacodem até programas de televisão em que o telespectador pode votar por telefone em alguma alternativa apresentada.

O próprio Machado (1995) alerta para a necessidade de se definir claramente o que é *interativo* e o que é simplesmente *reativo*. Na visão de Primo (1998), que recupera conceitos de autores como Watzlavick (1992) e Berlo (1991), na maioria das vezes o que temos são sistemas reativos. Nesses sistemas, o espectador de televisão – ou até mesmo usuário de determinados *sites* da Internet – tem o que Primo conceitua como sistema fechado. Todas as supostas “escolhas interativas” fazem parte de um

jogo com regras definidas, em que para cada ação está prevista uma reação da audiência. Há um caminho previamente traçado e o que se oferece são escolhas dentro de um sistema anteriormente determinado e, conseqüentemente, previsível.

Já uma interação mútua, ou um sistema plenamente interativo, vai além da ação de um e da reação de outro. Para ocorrer o que Primo (1998) chama de “processos empáticos”, é necessário que se leve em conta a relação e a meta-comunicação existente durante a comunicação. O automatismo do sistema *um para muitos* dá lugar ao complexo de relações que ocorrem entre os agentes.

Nesse aspecto, as possibilidades ofertadas pela Internet e pelos diversos *sites* interativos apontam para processos de negociação entre os indivíduos envolvidos, que ocorrem agora num sistema aberto. Isso implica dizer que a verdadeira interatividade é aquela que proporciona o uso criativo e não previsto da audiência, através de um sistema que possibilita a navegação livre, não conduzida, e que valoriza a possibilidade de escolhas e trocas feitas entre os agentes do processo.

Grisolia, citada em Moura (2002), diz que uma das principais características do universo informativo da Internet é a possibilidade que o usuário tem de escolher algumas entre milhares de opções. O leitor, assim, busca o *site* que melhor se adapta ao seu pensamento ou estilo. “Portanto, falar em modelos na rede me parece estranho. O modelo correto é aquele que atrai a comunidade a qual se destina. Que consegue interagir com ela” (GRISOLIA *apud* MOURA, 2002, p.26).

O webjornalismo e, por sua vez, a Internet, são meios interativos em sua gênese. Fazem parte do sistema de comunicação “muitos para muitos”, a base da comunicação mediada por computadores. Por isso, diferem dos modelos tradicionais e inauguram um novo relacionamento com a recepção. Lopes (2000) considera esse conceito como uma chave no entendimento de um novo modelo:

O conceito de interatividade é mais do que nunca aplicável a este *medium* que permite o acesso de muitos utilizadores à comunicação com um número igualmente grande de receptores. Assim, a comunicação de massas não se faz apenas no sentido de um emissor (rede de televisão, estação de rádio ou publicação escrita), para vários receptores (o público em geral) que podem ocasionalmente participar na produção dos respectivos conteúdos. Se, como afirma Sennett, “à televisão não se pode replicar; só podemos fechá-la”, com a Internet não só a resposta é possível como seu controle está nas mãos do utilizador. Para Kerckhove, “a Net não é invasora, é-o ainda menos do que o telefone, porque não chama as pessoas, as pessoas é que a chamam (p.325).

Qualquer pesquisa bibliográfica que contemple assuntos como webjornalismo, produção digital para a Internet, *sítes* de conteúdo jornalístico irá apontar para a interatividade como fator essencial para a configuração desse novo modelo comunicacional. Sua abordagem, portanto, não representa novidade teórica ou mesmo ineditismo temático. O que se pretende, aqui, é relacionar *como* os webjornais podem fazer uso dessa interatividade e *quais* ferramentas interativas podem ser utilizadas no processo de produção jornalística. Essa consideração se faz necessária, no momento em que aponta para duas características que são a base da interatividade na Internet: interface e hipertexto.

a) Interface

Podemos entender interface como “*softwares* que dão forma à interação entre usuário e computador. A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível para a outra” (JOHNSON, 2001, p. 17). É a interface que mostra ao usuário se a página da Internet que ele está acessando ainda está carregando ou se houve algum problema de conexão. Demonstra quais caminhos podem ser percorridos, quais *links* já foram visitados, além de possibilitar a abertura de várias janelas ao mesmo tempo.

Douglas Engelbart pode ser considerado o pai da interface gráfica atual, pois foi através de seus estudos no ARC (Augmentation Research Center) do Stanford Research Institute que foram testados pela primeira vez, ainda na década de 60, a tela com janelas para comparação de documentos, o *mouse* e sua possibilidade de manipulação direta, os sistemas de ícones, as conexões associativas hipertextuais, entre outros (LÉVY, 1993, p. 51).

O que Engelbart e os pesquisadores do ARC desenvolveram foi um sistema de ideogramas que simulavam situações reais. Antes dessas inovações icônicas, a única maneira possível de se copiar, mover arquivos ou realizar operações de qualquer natureza na tela do computador se dava através da digitação de comandos manuais e complexos (como no sistema MS-DOS). A introdução de um sistema em que janelas e ícones poderiam ser manipulados, aumentados e até mesmo colocados na lixeira

representou o primeiro passo da revolução consolidada na década de 70 pela Xerox, que não a comercializou, e depois pela Apple – primeiro com o Lisa e depois com o Macintosh – e que seria emulado pelo Windows da Microsoft.

Essa teoria da simulação é a base de todo desenvolvimento informático da interface atual. O modelo interativo da computação mediada por computadores está debruçado em uma plataforma gráfica amigável, baseada na simulação da realidade, conforme observa Turkle (1997):

Os programas de *software* atuais adotam habitualmente a forma da simulação de alguma realidade – jogar xadrez ou golfe, analisar uma folha de cálculo, escrever, pintar ou fazer um esboço arquitetônico – e tratam de situar o usuário dentro dele. As crianças não aprendem as linguagens naturais através da compreensão de suas regras, mas através da imersão em sua utilização. De forma similar, o *software* mais popular na atualidade se desenha por imersão. Um escritor descreve sua relação com o *software* de processamento de textos desta maneira: “No começo, me senti estranho. Dizia ao computador o que queria escrever. Agora, penso em Microsoft Word” (p.78). Traduzido pelo autor).

A aceitação da interface como conhecemos hoje, no entanto, representa uma evolução pensada e planejada por parte de programadores, designers e engenheiros. Os engenheiros responsáveis pelos computadores Apple, propositadamente, mantiveram as mesmas relações entre forma, função e desenho de todas as interfaces a serem utilizadas pelos usuários, criando diferentes softwares e um guia para desenvolvedores que garantiu a consistência da interface. Essa padronização fez com que os usuários, com o passar do tempo, se sentissem familiarizados a cada novo software visitado, mesmo sem nunca terem tido acesso a ele.

Em outras palavras, o que se popularizou não foi simplesmente a manipulação

de ícones coloridos numa tela de computador, mas toda a metáfora engendrada a partir do aprendizado coletivo daquilo que se conhece por GUI – Graphical User Interfaces – , ou Interface Gráfica do Usuário. Entendendo qual a sistemática de um programa, entende-se o funcionamento de todos os outros, como a utilização dos menus de acesso, telas de saída, teclas de atalho etc. Johnson (2001) atribui à interface a facilidade de entendimento entre homem e máquina, o que viria a proporcionar a explosão, anos mais tarde, das comunicações mediadas por computador – CMC.

Num primeiro momento, o computador pode ser comparado a uma ferramenta, sendo utilizado inclusive como uma sofisticada máquina de escrever ou como um fichário eletrônico. As metáforas icônicas representadas pela interface são simples e reproduzem operações cotidianas de digitação, arquivamento, impressão, cópia ou modificação de documentos. A Internet, entretanto, revoluciona também o modo de pensar, à maneira que expande as possibilidades de uso do computador. Agora, ele não é mais ferramenta, mas instrumento, meio de comunicação, o próprio veículo de comunicação.

Segundo Johnson, “a representação de toda essa informação vai exigir uma nova linguagem visual, tão complexa e significativa quanto as grandes narrativas metropolitanas do romance do século XIX” (p. 20). Isso implica dizer que boa parte da interatividade de uma publicação *online*, como um webjornal, está centrada no desenvolvimento de suas interfaces. Isto é, se funcionam realmente como tradutor entre o

que o sistema precisa realizar e o usuário, que precisa saber o que está acontecendo após cada clique. A utilização da Internet, por não ser unilinear e seqüencial, mas multilinear⁸, no entender de Palacios (2003), torna-se uma experiência exploratória. A interface, assim, deve fornecer ao usuário um sentimento de domínio, de controle do ambiente em que se está navegando.

Turkle (1997) lembra que a experiência da Internet carrega consigo as características da simulação, e também da bricolagem. A autora atribui à sua multilinearidade o fato de o usuário estar sempre propenso ao desvio, ao devaneio, à falta de objetividade, como o *flâneur* de Baudrillard. O sentimento de participação que o internauta tem ao navegar em um *site* de informação, neste sentido, pode ser alcançado pelo nível de interatividade proporcionado. Se houver interatividade satisfatória, apoiada em uma qualidade da interface, melhor será a utilização do ambiente. Completa a autora:

Na atualidade, quando utilizamos o *software* de simulação, o *bricoleur* pode criar o sentimento de controle do objeto ao manipular os objetos virtuais na tela. E os *bricoleurs* sentem-se cómodos ao explorar a Internet através da *World Wide Web*. Explorar a rede é um processo de provar uma coisa, depois outra, de fazer conexões, de juntar elementos díspares. É um exercício de bricolagem (p.79). Traduzido pelo autor.

O sucesso da Internet como mídia pode ser explicado, ao menos em parte, pela facilidade de manipulação das interfaces gráficas e pela eficiência das simulações desse universo. Cauduro (1998, p. 62) resume essa questão ao afirmar que a *Web*

⁸ Esta abordagem, por pertencer diretamente à característica hipertextual da Internet, será melhor trabalhada logo a seguir, no item *Hipertexto*.

“potencializa canais de interação do usuário com documentos eletrônicos, ao mesmo tempo que disponibiliza um mundo totalmente novo de troca de informações e que torna a interface sujeito-computador mais simples, direta e fascinante”.

É o paradigma da interatividade que provoca uma série de pequenas mudanças na maneira como o homem se relaciona com os computadores, e que resulta em estudos de aperfeiçoamento das interfaces. O conceito de IHC, Interação Humano-Computador, está baseado na eficiência do *design* de interface e em todas as possibilidades de interação daí desenvolvidas. Recuperando o conceito de Mc Luhan (1964), em que “o meio é a mensagem”, mais do que nunca a manipulação dos sistemas de computadores e, sobretudo da comunicação feita na Internet trazem, no próprio meio, informação em potencial.

Laurel (1993) lembra que o conceito atual de interface contribui para a aproximação entre usuário e computador. Não só a metáfora proporcionada pelos sistemas gráficos, mas a possibilidade de dominar, manipular diretamente os ícones, ferramentas e execuções a partir de operações simples e que realmente se concretizam. Muito disso, afirma Laurel, se deve à introdução do conceito WYSIWYG (anagrama para *What you see is what you get*, ou “o que você vê é o que você obtém”), a partir do qual a interação entre homem e computador passa a se dar num nível representativo.

Kay (1990) acredita que o diferencial dessa nova mídia é que não podemos tratá-la apenas como veículo, mas como meio de comunicação efetivo, sobretudo inte-

rativo na real potencialidade do termo. O autor lembra que somente a possibilidade de acesso, armazenamento e manipulação das informações ofertadas pelo modelo eletrônico de comunicação não se configura por si só em interatividade, e projeta o diferencial do novo momento:

A capacidade de “ler” uma mídia significa que você pode acessar materiais e instrumentos criados por outros. A capacidade de escrever em uma mídia significa que você pode gerar materiais e instrumentos para outros. Você deve ter ambos para ser um letrado. Na escrita impressa, as ferramentas que você usa são retóricas; elas demonstram e convencem. Na escrita informática, os instrumentos que você utiliza são processos; eles simulam e decidem (p.193).

O entendimento de interface, nesse contexto, amplia a dimensão da própria interatividade, uma vez que a primeira não pode ser considerada apenas elemento constitutivo da segunda, mas característica inerente e formadora de sua existência. Assim, a interface de *sítes* de conteúdo jornalístico (jornais *online*) deve manter as mesmas finalidades da interface do navegador da Internet, como simplicidade, clareza e controle por parte do usuário.

b) Hipertexto⁹

É conhecida a trajetória do hipertexto, proposta pela primeira vez por Vannevar Bush, no famoso artigo “*As we may think*”, publicado na revista *Atlantic Monthly*, em julho 1945. O ensaio apresentou um questionamento que acabou por apresentar um recurso interativo que é a base da navegação moderna na Internet: o sistema de *links*. Bush,

⁹ De uma maneira genérica, qualquer texto em um suporte digital, acessível potencialmente de forma não seqüencial e que contenha possibilidades de conexão a partir de *links* para outros documentos.

opondo-se à utilização tradicional do computador da época – simples máquinas de calcular e armazenar dados –, descreveu um processador de informação teórico, chamado Memex, que permitiria ao usuário “abrir caminho” por grandes coleções de dados, quase como um navegador da *Web* de nossos dias (BUSH *apud* JOHNSON, 2001, p.16).

Bush parte do princípio que as relações da mente humana não se desenvolvem a partir de operações seqüenciais e unilineares, mas multiseqüenciais e multilineares. É uma rede imbricada de associações cerebrais, sem uma seqüência previamente determinada, que vai formular o pensamento e o raciocínio dos indivíduos. A mente humana não obedece qualquer seqüência, tomando caminhos de uma trama imprevisível, intrincada. A maioria dos sistemas de inteligência artificial trabalha de acordo com uma hierarquia previamente definida, em que cada item está em um nível dentro desta escala de classes e subclasses.

Foi pensando nisso que Bush idealizou um imenso reservatório multimídia de documentos, que contaria, ao mesmo tempo, com imagens, sons e textos. Essas conexões, possíveis através de um complicado sistema de gravação em microfilme e fitas magnéticas, acessados através de uma tela de televisão com alto-falantes, ainda não eram chamadas de hipertexto. O termo foi cunhado anos mais tarde por Theodore Nelson, (*apud* LÉVY, 1993, p.29) e “exprime a idéia de escrita/leitura não linear em um sistema de informática”, o que seria proporcionado por um projeto visionário batizado de *Xanadu*.

O sistema permitiria escrever, interconectar-se, interagir, comentar os textos,

filmes e gravações sonoras disponíveis em uma rede de vários usuários, anotar os comentários etc. Todo esse cenário foi imaginado por Nelson ainda na década de 60. Em 1990, o autor já projetava uma utilização generalizada das vantagens do hipertexto como forma de comunicação através de uma rede de informações, mas levantava uma nova questão: como a humanidade irá administrar a relação entre o que pode ser visto e o que está obscuro no processo de navegação hipertextual? Propõe Nelson (1990):

Os servidores de arquivo do futuro, tal como o sistema Xanadu de armazenamento eletrônico e publicação, irão manter vários tipos de conexões entre arquivos ou documentos. Mas este é apenas um mecanismo técnico para sustentar as conexões. Como nós realmente veremos e usaremos esses sistemas? Os esforços concentrados neste problema têm levado à emergência de dois novos princípios. O princípio de janelas conectadas combina dois 'velhos' princípios para formar um novo. O princípio do buraco da minhoca (para além do que informação pode ser induzida) é um 'novo' princípio criado para fornecer uma visualização para partes obscuras, continuidades do visto para o não visto (p. 241). Traduzido pelo autor.

O hipertexto, entretanto, não existe somente na comunicação através da rede de computadores, apesar de ser este um meio que o favoreça consideravelmente. Sua utilização é facilitada pela comunicação digital e a mediação realizada pelo computador é o ponto de partida de todo o processo. Palacios (2003) propõe que a experiência individual de leitura em hipertexto acaba por construir uma linearidade específica, mas a oferta não pode ser entendida como "não-linear". Por isso, o hipertexto pode ser melhor descrito como multilinear, em contraste com outras mídias discursivas que têm um caráter unilinear.

Assim, como lembra Palacios, as diferentes combinações de elementos que o

usuário pode acionar ao seguir diferentes rotas de leitura permitem uma série de possibilidades de construção, ou diferentes “Linhas de História”. O autor diz que tais observação sugerem que a multilinearidade presente no hipertexto se opõe à unilinearidade do texto tradicional, mesmo quando apresentada na forma de clássicos como *O Jogo de Amarelinha*, de Julio Cortázar (*apud* PALÁCIOS, 2003, p.6), em que não há uma única “Linha de História” possível.

Da mesma forma que se pode diferenciar o jornalismo *online* transpositivo da definição de webjornalismo, em virtude de ser este um modelo exclusivo para a Internet e aquele uma reprodução do modelo impresso, Toska (2001) define narrativas hipertextuais como aquelas obras escritas especificamente para este meio. Ficam excluídas, através desta categorização, as edições hipertextuais de obras publicadas originalmente em forma de livro. Tanto no ambiente literário quanto no informacional, é o papel do leitor que está em discussão, e seu uso da Internet está debruçado no elemento hipertextual como constituinte ativo da experiência narrativa.

O que muda, na visão de Toska, é a escolha da trajetória realizada por cada indivíduo, que é única, e ainda assim representa nova construção simbólica da realidade, como uma espécie de nova produção a partir do formato existente. “Ahora puede elegir sus propios trayectos y establecer relaciones y nexos entre textos o parte de textos, de modo que cada lectura es única de un modo literal” (p.12). A concepção hipertextual facilita o acesso à informação que proporcionam os contextos, ao que na

narrativa linear demanda mais esforços para acontecer.

Presente no webjornalismo, o hipertexto constitui-se de milhares de construções possíveis a partir da visualização de uma notícia em formato hipertextual. Bardoel e Deuze (2003) alertam para a possibilidade de conexão com outros *links* a partir do texto original. Um leitor pode, a partir da matéria que está na tela, chegar em outros textos originais, como releases, arquivos de fotografias, artigos opinativos, ou mesmo outros *sites* relacionados ao assunto.

Outra característica observada, entre muitos outros, por Salaverría (2003) é a possibilidade de se apresentar, no corpo das notícias, passagens longas e documentais, explicativas ou comentários muito descritivos. Tudo isso poderia estar disponível em outro ambiente, devidamente sinalizado por uma interface gráfica amigável, com uma indicação que já foi convencionalizada pela própria linguagem da rede, e que aponta para um *link* possível de ser acessado (palavras escritas em uma cor padronizada, ou apenas sublinhadas, por exemplo, sugerem o acesso a um novo *link*). Escreve Salaverría:

Em virtude do hipertexto, por exemplo, já não é obrigatório incorporar no corpo da notícia passagens documentais (...). Uma ligação hipertextual a terceiras páginas permite ampliar, esclarecer ou relacionar qualquer informação, mediante novos textos ou mediante recursos de infográficos (mapas, jogos virtuais...) ou audiovisuais (áudios, vídeos...). Em definitivo, o hipertexto põe pela primera vez nas mãos do leitor – não do jornalista – a possibilidade de ampliar até onde deseje a contextualização documental de cada informação e, ao mesmo tempo, libera-o de ler passagens documentais indesejadas que deixam mais lenta e obscurecem a leitura (p. 16).

Em suma, a mobilidade de movimentos proporcionada pelo hipertexto pode diversificar e ampliar as possibilidades de leitura. Com o aspecto multilinear, torna-se possível migrar de um documento para outro e percorrer tanto um caminho padroniza-

do quanto um percurso individual. Pode-se navegar simplesmente lendo fragmentos, resumos, títulos de assuntos maiores, ou mesmo acessando referências que não sejam obrigatoriamente textos, mas imagens, ícones ou sons digitais.

Assim, muda a maneira em que se dá o acesso ao conteúdo jornalístico, visto que o leitor busca essa informação através de uma nova relação, em que tempo e espaço acabam sendo determinantes. A forma tradicional de leitura é substituída por um fragmento disforme do tempo e sem localização geográfica, como por exemplo entre um *e-mail* e outro, alternando o acesso com conversações em tempo real ou mesmo no meio de um projeto arquitetônico que estaria numa janela imediatamente abaixo.

2.4.2.3 Ergonomia do sistema multimídia

A aparência dos *sites* de conteúdo jornalístico, assim como a apresentação das demais *homepages* disponíveis na Internet, não tem um padrão estético claramente definido, o que é facilmente compreendido pelo tempo de vida dessa mídia. No entanto, algumas convenções começam a se solidificar nesse terreno de incertezas e experimentações, principalmente quando o objetivo comum de todo o *site*, de conteúdo jornalístico ou não, é o de oferecer um acesso que privilegie a informação do usuário. O termo ergonomia, neste sentido, pode ser definido como o esforço concentrado em facilitar a navegação do usuário na Internet (NIELSEN, 2001).

Dentre tantas especulações que se fazem a respeito do que seja necessário em uma página de um *site* na Internet, algumas vozes alcançam maior aceitação. Um nome importante neste cenário é o do professor Jakob Nielsen, um dos mais respeitados escritores contemporâneos sobre ergonomia e usabilidade de *websites*. Sua teoria converte para um ponto de fácil entendimento: qualquer *site* na Internet deve ser simples, funcional e suficientemente claro. Nielsen (2002) apresenta 113 diretrizes para a usabilidade de uma *homepage*, a partir da desconstrução de 50 *websites*, e começa por um questionamento: qual o objetivo central de cada *site* na Internet?

Segundo o autor, o idealizador de um conteúdo para a *Web* deve descobrir quais os três principais motivos que levam o usuário a acessar sua página e trabalhar para melhorar esses pontos. Adaptando-se a idéia de funcionalidade e de que “menos é mais”, já trabalhado por Negroponte (1995), a um *site* de informação jornalística, podemos inferir que a página de abertura, por exemplo, deve ser clara, limpa e privilegiar a qualidade dos movimentos do usuário. Segundo Nielsen (2002), os usuários iniciantes sentem-se oprimidos por *homepages* que não apresentam claramente suas opções, o que causa desconforto durante toda a navegação.

Já usuários mais experientes acabam por sair quase que imediatamente daqueles ambientes em que não se sentem à vontade. “O desafio está em estruturar uma *homepage* que permita acesso a todos os recursos importantes, sem abarrotar a página com todos eles, o que aterroriza, na maioria das vezes, os novos usuários” (p.3). Privilegiar o acesso

através de uma engenharia eficaz passa por uma série de processos, em que estão interligados, prioritariamente, dois princípios, de acordo com a visão de Nielsen: *design* e *layout*.

a) Design

Apesar de não existir um padrão definido para o *design*, algumas regras básicas alertam para uma tendência na Internet, principalmente em *sites* de conteúdo informativo. Fotografias em uma definição superior a 72 dpi (*dot per inch*, pontos por polegada) e imagens que ocupam todo o fundo da página prejudicam a navegação porque demandam tempo acima do comum para serem visualizadas (Nielsen explica que o tempo máximo de visualização não pode passar de dez segundos). Já a colocação de um menu de navegação em todas as páginas, por exemplo, acaba por facilitar a passagem do usuário pelo *site*. Também é importante utilizar elementos que respeitem a experiência adquirida pelo usuário em outras mídias ou mesmo na utilização de outros softwares de computador (OREN, 1990, p.471).

Um outro ponto destacado por Nielsen (2002) é que a tela do computador não oferece a mesma legibilidade do papel. Por isso, recomenda-se a utilização de fontes em cor preta, sem serifa, tamanho superior a 12 pontos e dispostas em fundo branco, o que num *site* de informação jornalística é recomendável devido à quantidade de texto disponível. Esse contraste facilita a leitura e torna mais agradável a relação entre o usuário e a informação. A sugestão de Nielsen está assim justificada:

Ao elaborar a aparência do texto *online*, o principal aspecto é a legibilidade, porque os usuários estarão visualizando o texto em uma tela de monitor com

uma resolução relativamente baixa. Pela perspectiva tipográfica, todas as telas de computador são ineficientes e isso não mudará tão cedo, porque as telas de alta resolução são muito caras (p.51).

Nos *sites* de conteúdo jornalístico, como os webjornais, existe ainda a necessidade de se destacar a informação mais importante, de acordo com os critérios de produção da notícia. Neste caso, letras coloridas e em corpo maior que o habitual, assim como a utilização de aplicativos, quando utilizados, devem chamar a atenção para um único ponto da tela, para que o objetivo principal não seja desviado.

A poluição visual, na Internet, tem um efeito muito mais negativo do que em um jornal impresso. Isso acontece porque, no segundo caso, o leitor vira a página e continua a leitura do jornal, enquanto na *Web* a atitude mais comum é simplesmente fechar a janela do navegador. Além do texto e dos *links* disponíveis no interior do *site*, um elemento fundamental para uma boa usabilidade é a padronização do esquema de navegação, que pode se dar através de barras de navegação verticais, guias, *links* posicionados na parte superior da página ou categorias colocadas no meio da página.

Nada impede que duas ou três dessas possibilidades se repitam, desde que contribuam para a funcionalidade e estejam dentro do princípio da simplicidade. O modelo mais encontrado entre os *sites* de conteúdo jornalístico é o que apresenta a barra de informações vertical à esquerda da página e ainda traz as categorias ao centro, uma reforçando a outra (Figura 1).



Figura 1 - Site do Universo Online (UOL)

FONTE: <http://home.uol.com.br>

De acordo com o Guia do Jornalismo na Internet¹⁰, os ícones de movimento interno do *site* (ida e volta) e os menus são elementos essenciais em relação ao design. Além de permitir uma navegação rápida e objetiva, características de uma boa página, esses indicadores auxiliam o usuário a se mover mais facilmente na estrutura organizacional. Um bom exemplo é a barra de navegação do Jornal do Brasil *Online* (Figura 2). A barra está presente na parte superior da tela em todas as seções do *site*, o que confere, como foi visto anteriormente, uma identidade visual e permite que o usuário tenha maior domínio sobre o percurso que está realizando.

¹⁰ Site desenvolvido pela Universidade Federal da Bahia, disponível na URL <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/Guia/cap06.html>, capturado em 05/09/2003



Figura 2 - Site do Jornal do Brasil Online (JB Online)

FONTE: <http://jbonline.terra.com.br>

Um *design* atraente é aquele que favorece a legibilidade e a navegação (usabilidade) no processo de utilização do *site*. Quando se fala em *sites* de conteúdo jornalístico, em que a instantaneidade da notícia pode ser um forte argumento para a visita e permanência em determinadas páginas, a procura por informações sempre novas também é um fator de rompimento, de interrupção da visita. Um bom *design* deve priorizar a permanência e os movimentos que o usuário está acostumado a fazer e apresentar condições satisfatórias de troca no processo, assunto já trabalhado no item “interatividade”.

b) Layout

Juntamente com o *design* de navegação, o *layout* da página, ou seu projeto gráfico, é elemento importante na apresentação do conteúdo. Em tese, um usuário só navegará pelas seções internas de um webjornal se encontrar, já a partir da *homepage*, um ambiente agradável e com o qual ele tenha proximidade. Talvez por isso aconteça, hoje, uma certa padronização na tela inicial de provedores de conteúdo, ou nos *sites* de conteúdo jornalístico, e que de certa forma acabam por reproduzir o modelo impresso dos grandes jornais ou das revistas de circulação nacional.

A relação do usuário com o ambiente do *site* ambiente começa com a apresentação que se faz dos objetivos do *site*. Como exemplo, o autor apresenta a *homepage MoneyCNN* (figura 3), um *site* de notícias exclusivamente financeiras. Abaixo do logotipo, a frase “From the editors of CNN and Money magazine” (dos editores da CNN e da revista Money), o que identifica ao usuário não só o assunto a ser apresentado na página como explica por quem ela é desenvolvida.

Outra possibilidade, em se tratando de página com conteúdo jornalístico, é o de apresentar, também, na parte superior da página, a data e hora da última atualização da informação que está disponível. Em relação à concorrência, isso se torna fundamental quando o *site* investe na instantaneidade da notícia como argumento de venda.



Figura 3 - Site americano de notícias financeiras MoneyCNN

FONTE: <http://money.cnn.com>

Mesmo que a atualização seja apenas conceitual, isto é, que seja incluída uma nova informação e a maior mudança se dê na disposição hierárquica das notícias (o que era a matéria principal há uma hora agora está em seção secundária, como “leia também”), encontrar uma disposição informativa nova a cada acesso dá idéia de mobilidade e instantaneidade. O exemplo utilizado é o do *site* USA Today (Figura 4), que traz a data da publicação e a hora exata da última atualização (02/29/2004 - Updated 02:59 PM). Uma preocupação constante em se falando de *layout* está no fato de garantir que o jornal feito para a Internet seja visualizado adequadamente em diferentes tipos de *browsers* e sempre dentro da área de resolução da tela do usuário.

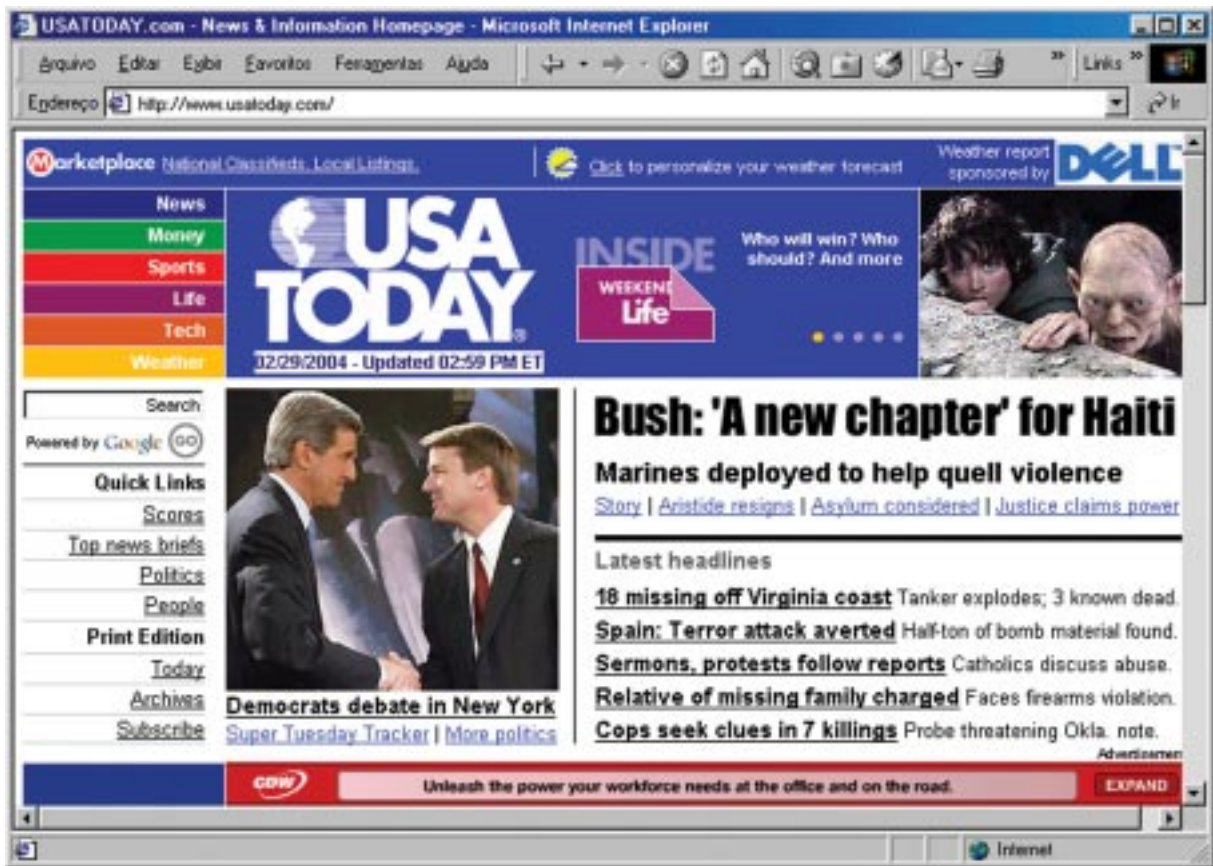


Figura 4 - Site americano de notícias USA Today

FONTE: <http://www.usatoday.com>

Nielsen (2002) também recomenda que o layout do *site* seja “fluido”, isto é, que seja projetado de modo a acomodar-se na maior quantidade possível de tamanhos diferentes de janelas, tanto mais largos quanto mais estreitos do que as janelas ditas “padrão”. Quando se usa um *layout* fluido ao invés de um “congelado”, evita-se que as páginas sejam cortadas em janelas pequenas e apresentem grande espaço em branco desperdiçado em janelas maiores.

O autor sustenta que embora os *layouts* congelados sejam maioria na Internet, há um certo desconforto para o internauta. Diz Nielsen (2002):

Os usuários com monitores grandes gostarão de ver mais conteúdo, aumentando a janela conforme a necessidade, para não mencionar que precisam compensar o dinheiro investido na tela grande. Os usuários com monitores pequenos também se beneficiarão com uma página que se remodela para se adequar às janelas menores. Finalmente, os layouts fluidos serão impressos igualmente bem em papéis de 8,5x11 e A4 (p.40).

Como pode ser depreendido, *layouts* que combinam elementos textuais e visuais com equilíbrio, de maneira clara e funcional podem ser mais eficientes quando se fala em *sites* de conteúdo jornalístico. A simplicidade operacional encontrada pelo usuário reflete-se, certamente, em uma melhor condição de navegabilidade, favorecendo a leitura e privilegiando a possibilidade hipertextual à disposição do usuário.

Por outro lado, parece ser importante uma preocupação com a constante atualização do *site*, não limitada apenas ao conteúdo, mas também ao *design* e ao *layout* de página. Isso se explica pelo fato de que o meio digital está em constante desenvolvimento e um *site* com a mesma aparência durante um longo período passa a impressão de imobilidade, estagnação.

A Universidade Federal de Santa Catarina mantém, há alguns anos, um laboratório que desenvolve estudos atualizados a respeito de *layout* e usabilidade de *sites* da Internet, o Labiutil (www.labiutil.inf.ufsc.br). Algumas considerações do referido laboratório podem ser lembradas, de acordo com a experiência do usuário e com a qualidade da navegação, o que será fundamental para o entendimento desta categoria na análise comparativa sobre os *sites* Terra Notícias e Diário Catarinense, apresentada no capítulo 4 desta dissertação.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

A presente dissertação de mestrado, intitulada “JORNALISMO *ONLINE* NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO: como um grupo de internautas de Santa Catarina avalia a qualidade do Terra Notícias e do Diário Catarinense”, se propõe a realizar um estudo comparativo de casos entre os dois jornais *online* acima citados. Para isso, parte do estabelecimento das seguintes categorias: conteúdo disponível, ergonomia do sistema hipermídia e recursos de interatividade, levantadas a partir de uma revisão bibliográfica sobre o tema.

Para chegar ao objetivo principal (*verificar a qualidade que os leitores percebem nos jornais online Diário Catarinense e Terra Notícias, partindo, para tal, do estabelecimento das categorias de conteúdo disponível, ergonomia do sistema hipermídia e recursos de interatividade*), são utilizadas técnicas variadas de pesquisa, como pesquisa bibliográfica, observação estruturada a partir de categorias pré-estabelecidas e entrevista estruturada, através da aplicação de questionário com perguntas abertas e fechadas .

O questionário aplicado , segundo a perspectiva de Gil, 1994, utiliza uma ferramenta para mensuração da qualidade percebida, com a finalidade de verificar a avaliação dos internautas catarinenses em relação aos jornais *online* em questão. A ferramenta de pesquisa foi construída a partir do modelo proposto por Sousa (2001), adaptada com base nas mesmas categorias utilizadas para a análise comparativa, confor-

me estudo realizado pelo Labiutil da Universidade Federal de Santa Catarina (www.labiutil.inf.ufsc.br).

3.1 O Estudo de Caso

O método de estudo de caso é caracterizado, segundo Gil (1994) “pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir conhecimento amplo e detalhado do mesmo (...)” (p.78).

Para Fachin (1993), o que o diferencia de outras possibilidades metodológicas é a intensividade do estudo e a profundidade da pesquisa realizada. A autora sustenta que este é um método através do qual

[...] é levada em consideração, principalmente, a compreensão, como um todo, do assunto investigado. Todos os aspectos do caso são investigados. Quando o estudo é intensivo, pode até fazer aparecer relações que de outra forma não seriam descobertas (p.48).

Cientificamente, o estudo de caso permite o envolvimento do pesquisador com a situação pesquisada, de modo a proporcionar-lhe maior proximidade com o objeto em questão. Através do direcionamento metodológico, no entendimento de Fachin, é possível uma descrição e compreensão completas das relações dos fatores em cada caso, sem contar ainda a possibilidade do número de casos envolvidos. “Conforme o

objetivo da investigação, o número de casos pode ser reduzido a um elemento 'caso' ou abranger inúmeros elementos como grupos, subgrupos, empresas, comunidades, instituições etc" (p.48).

A validade do estudo de caso está basicamente centrada na apreensão de que uma amostra de determinado universo possibilita a compreensão de sua generalidade ou, pelo menos, o estabelecimento de bases suscetíveis a investigações posteriores, de forma mais sistemática e precisa (GIL, 1994, p.79). Ao escolher um objeto para amostra, no entanto, o pesquisador não tem garantias de que todo o universo irá se comportar da mesma maneira. Porém, sua validade consiste no fato de que o pesquisador parte do princípio de que o universo em questão possui algumas características comuns e que naturalmente estarão presentes naquela amostra que foi tomada como estudo.

Um outro aspecto positivo encontrado nos estudos de caso é sua simplicidade de aplicação e a conseqüente economia que se tem em todo o processo. Isso se comprova na medida em que o estudo pode ser realizado por um único pesquisador, ou mesmo por um grupo pequeno e não requer a aplicação de técnicas de massa para coleta de dados, como ocorre nos demais levantamentos, sobretudo os quantitativos (GIL,1994). Segundo o autor:

A maior utilidade do estudo de caso é verificada nas pesquisas exploratórias. Por sua flexibilidade, é recomendável nas fases iniciais de uma investigação sobre temas complexos, para a construção de hipóteses ou reformulações do problema. Também se aplica com pertinência nas situações em que o objeto de estudo é suficientemente conhecido a ponto de ser enquadrado em determinado tipo ideal (p.79).

Apesar de o autor sugerir que o estudo de caso representa base ideal para a formulação de hipóteses, esse método não trabalha com a verificação de hipóteses previamente estabelecidas. É através da obtenção e análise de dados significativos no processo exploratório que o investigador, a partir do estudo de caso, desenvolve, esclarece ou modifica conceitos com o objetivo de gerar hipóteses sobre assuntos pouco conhecidos, que poderão ser pesquisados em estudos posteriores.

Fachin estabelece que, além de ser importante para detectar novas relações, em alguns estudos o pesquisador pode ser auxiliado através da formulação de hipótese durante o processo, bem como pode ter o apoio da estatística, além de “poder ser usados, como auxiliares, o formulário ou a entrevista e, em casos excepcionais, o questionário como instrumento de pesquisa” (p.48).

Importante salientar que o objetivo principal deste método não é obter generalizações a respeito das observações particulares do caso estudado, o que, na visão de autores como Triviños (1987), seria impossível. Para ele, os dados apresentados neste tipo de pesquisa servem apenas para o estudo realizado, apontando particularidades que possam ser percebidas em uma realidade similar, passíveis de observações posteriores a respeito dos dados apresentados, como também lembra Gil: “A impossibilidade de generalização dos resultados obtidos com o estudo de caso constitui séria limitação deste tipo de delineamento” (p. 79).

Há ainda outra desvantagem, apontada por Fachin (1993), na realização deste

método de pesquisa, e que cabe ser considerado no momento em que se faz uma leitura a seu respeito. Observa a autora:

Quando desenvolvido por principiantes, os resultados podem deter-se mais em considerações do que em conclusões, porque, quando suas conclusões são abrangentes, não conduz à confiabilidade. Tendo em vista uma coleta rápida com observações acumuladas, sem o amparo estatístico, principalmente quando o grupo for grande, deve estar sempre presente a combinação criteriosa na seleção dos casos e, ainda, de compreensão, a fim de interpretá-los. Muitas vezes, a falta de interesse e objetividade pode conduzir à análise dos dados através de uma intuição do pesquisador, levando à conclusão sem base (p.49).

A mesma autora, no entanto, ressalta os pontos positivos desta metodologia, afirmando que uma coleta atenciosa de dados combinada com critérios coerentes pode ser a melhor alternativa em pesquisas sociais, como explica:

Pode-se obter inferência do estudo de todos os elementos que envolvam uma entidade completa, em vez do estudo de vários aspectos selecionados. Um estudo é uma descrição analítica de um evento ou situação *in loco*. Se bem apreciado, atinge a expressão máxima e é de grande valia (p.49).

3.2 Estudo Comparativo de Casos

Um aspecto interessante do Estudo de Caso, na compreensão de Triviños (1987), “é a possibilidade de estabelecer comparações entre dois ou mais enfoques específicos, o que dá origem aos Estudos Comparativos de Casos” (p.136). O enfoque comparativo acaba enriquecendo a pesquisa qualitativa, e essa linha de investigação segue os passos do método comparativo, descrevendo, explicando e comparando os fenômenos pesquisados.

Para se chegar aos objetivos desejados, torna-se necessário, antes de se atentar ao caráter representativo dos casos escolhidos, que o pesquisador possa voltar suas atenções para as características particulares do fenômeno que pretende estudar, indagando-se sobre sua validade enquanto amostra e projetando a abordagem a ser realizada durante a pesquisa. Rodríguez (1996) lista cinco itens que tornam possível a escolha do estudo de caso:

- 1) ser um caso (ou mais) de fácil acesso;
- 2) existir alta probabilidade de apresentar processos, programas, pessoas, interações e/ou estruturas relacionadas com as questões da investigação;
- 3) ser possível estabelecer uma boa relação com os informantes;
- 4) ser possível desenvolver as atividades previstas durante o tempo necessário;
- 5) ter certeza da qualidade e credibilidade do estudo.

De acordo com estas exigências básicas, justifica-se a escolha dos dois casos apresentados para o estudo comparativo através dos seguintes argumentos:

- ambos os exemplares de jornal *online* escolhidos para estudo (Terra Notícias e Diário Catarinense) são de fácil acesso e conhecimento do público a ser pesquisado, se direcionarmos ao público internauta residente em Santa Catarina;
- os casos escolhidos para análise comparativa representam, cada um em seu gênero, amostras significativas de jornalismo *online*, de acordo com o que foi trabalhado na revisão bibliográfica, sendo que um segue o modelo transpositivo e o outro aplica-se ao conceito de webjornal;
- proporcionam grande possibilidade de investigação comparativa, quer pela

sua presença na Internet, quer pela importância social que os veículos representam junto ao público internauta;

- foi possível, durante a parte final do processo de observação e investigação a respeito dos jornais *online*, um relacionamento satisfatório com as fontes de pesquisa e com os informantes;

- houve adequação da proposta de pesquisa em relação ao tempo disponível, uma vez que o período escolhido para análise apresentou dados pertinentes à investigação;

- as técnicas de pesquisa utilizadas proporcionaram o conhecimento aprofundado dos casos e dos fenômenos envolvidos, revelando dados antes não conhecidos e que, tornados públicos, são relevantes e atestam a qualidade e a credibilidade do estudo.

Segundo a justificativa para escolha, Sabino *apud* Gil (1994, p. 74) indica três critérios para selecionar os casos a serem abordados, partindo do princípio que alguns inconvenientes do estudo de caso podem ser superados levando-se em conta certa variedade de exemplos. O autor ressalta, porém, que isto exige que se tenha algum conhecimento prévio do universo, o que pode ser feito mediante pesquisa bibliográfica ou mesmo pesquisa de campo. São estes os critérios:

- *buscar casos típicos*. Trata-se de explorar objetos que, em função da informação prévia, pareçam ser a melhor expressão do tipo ideal da categoria;

- *selecionar casos extremos*. A vantagem da utilização de casos extremos está em que podem fornecer uma idéia dos limites dentro dos quais as variáveis podem oscilar;

- *tomar casos marginais*. Trata-se de encontrar casos atípicos ou anormais para, por contraste, conhecer as pautas dos casos normais e as possíveis causas de desvio.

Levando em conta essas indicações, parece correto afirmar que o presente estudo comparativo de casos se enquadra no primeiro item, uma vez que as escolhas dos dois exemplares a serem comparados representam casos típicos e que se enquadram dentro da proposta de pesquisa. São casos específicos, mas que apresentam características comuns e que podem gerar observações possíveis de serem aplicadas a outras ocorrências do universo. Por isso, permitirá traçar certos parâmetros com os demais jornais *online* e analisá-los com profundidade, observando as variações possíveis.

A metodologia de estudo comparativo de casos ainda se justifica por representar a proposta mais adequada neste momento, e que permitirá verificar e analisar a avaliação que os leitores fazem de dois modelos distintos de jornalismo disponibilizado na Internet. Através de uma descrição que se pretende detalhada, da coleta abrangente de informações através de variadas técnicas de pesquisa e da consequente interpretação dos dados, será possível traçar um panorama apropriado a respeito do tema em questão, ainda pouco pesquisado no estado de Santa Catarina, projetando, ainda, guardadas as propriedades dos objetos envolvidos e da amostra, algumas observações a respeito dos resultados para casos semelhantes.

3.3 Coleta de Dados e Informações

O estudo comparativo de casos segue a natureza metodológica do estudo de caso, e pode valer-se de técnicas variadas na coleta de dados, como observações, entrevistas, questionários e análise de documentos. Tais expedientes facilitam a descrição detalhada de uma situação específica, uma vez que podem utilizar várias fontes para a coleta de informações. O importante, nessa etapa do processo, é atentar para algumas características que, na visão de Fachin (1993) são auxiliares para o levantamento de dados. São eles:

- a) características que são comuns a todos os casos no grupo como um todo;
- b) características que não são comuns a todos os casos e não são comuns em certos subgrupos;
- c) características que são únicas de um determinado caso (p.49).

É através dessa metodologia, conforme a autora, que pode se chegar a uma correlação entre semelhanças e diferenças. É aconselhável, porém, que esse método esteja sempre baseado nos objetivos específicos do estudo, levando em consideração a amostragem estatística como comprovação de sua validade. Oliveira (2002) ressalta que o sucesso da pesquisa está ligado a um “perfeito entrosamento das tarefas organizacionais e administrativas com as científicas, obedecendo aos prazos estipulados, aos orçamentos previstos, ao preparo do pessoal” (p.182).

Oliveira lembra das várias possibilidades para a realização da coleta de dados,

Quadro 1 – Resumo dos procedimentos metodológicos

Amostra	Técnica de coleta de dados	Objetivos
Os jornais <i>online</i> Diário Catarinense e Terra Notícias	Observação estruturada	Analisar o nível de utilização das potencialidades oferecidas pela Internet e pelo suporte da informática na construção do jornalismo <i>online</i> , a partir das categorias de conteúdo disponível, ergonomia do sistema multimídia e interatividade e implicação do usuário.
Usuários da Internet em Santa Catarina	Questionário com pergunta abertas e fechadas	Comparar a percepção, por parte dos leitores, da qualidade intrínseca dos dois formatos de jornais <i>online</i> , e se ela aponta para a preferência por um dos modelos propostos (transpositivo ou webjornalismo)

FONTE: Elaborado pelo autor

“que variam de acordo com as circunstâncias ou com o tipo de investigação”. O autor afirma que, em linhas gerais, as técnicas de pesquisa são: pesquisa documental; observação; entrevista; questionário; formulários; medidas de opiniões e de atitudes; pré-teste; testes; análise de conteúdo. O quadro acima (Quadro 1) sintetiza as técnicas de coleta de dados utilizadas na realização da pesquisa proposta, definidas a partir dos objetivos enumerados no início da trajetória.

3.3.1 Amostra

Marconi citada por Oliveira (2002) alerta que ao se coletar informações sobre um ou mais aspectos de um grupo grande ou numeroso, torna-se impossível realizar um levantamento total do universo, por motivos óbvios. Essa limitação sugere a investigação de apenas uma parte dessa população ou universo, o que se consegue anali-

sando uma amostra do todo. Ressalta Marconi (1985 *apud* OLIVEIRA, 2002):

O problema da amostragem é, portanto, escolher uma parte (ou amostra), de tal forma que ela seja a mais representativa possível do todo e, a partir dos resultados obtidos relativos a essa parte, poder inferir, o mais legitimamente possível, os resultados da população total, se esta for verificada (p.37).

A amostra utilizada para a coleta de dados, por buscar o atendimento a dois objetivos específicos diferenciados, foi dividida em dois grupos, de forma a facilitar a compreensão do estudo de caso ora proposto: primeiro, foram analisados, com fins comparativos, os jornais *online* Diário Catarinense e Terra Notícias; e, por fim, foi realizada pesquisa com usuários da Internet em Santa Catarina.

Os jornais *online* Terra Notícias e Diário Catarinense

Para atingir os objetivos propostos neste estudo, os dois jornais foram analisados durante um período de oito dias de publicações, compreendidos entre 6 e 13 de fevereiro de 2004, de sexta-feira a sexta-feira. Com a finalidade de realizar uma abordagem de acordo com as categorias iniciais (atualização do conteúdo, ergonomia e interatividade), foram realizados quadro acessos diários, baseados em um roteiro de observação, assim distribuídos: início da manhã, entre 8h e 9h30; início da tarde, entre 12h e 14h30; início da noite, entre 19h e 20h30; e final da noite, entre 23h30 e 0h30.

O jornal *online* Terra Notícias (www.noticias.terra.com.br) foi escolhido a partir de uma técnica inicial de observação estruturada (OLIVEIRA, 2002, p.163), que reve-

lou que o referido jornal era um dos *sites* de conteúdo informativo mais visitados no Estado de Santa Catarina, o que acabou sendo comprovado na pesquisa de campo. Outro motivo que levou à escolha deste veículo está relacionado à história do portal Terra – onde o jornal observado está inserido –, que nasce na região sul do Brasil em 1996, a partir de uma iniciativa da Rede Brasil Sul de comunicações (RBS). Inicialmente conhecido com o nome de ZAZ, o portal pertencia à empresa de provimento Nutec, responsável pela hospedagem na rede de empresas nacionais de médio e grande porte. Com a venda do controle acionário para o grupo Lycos, que ainda administra a espanhola *Telefónica*, nasce o Terra, o maior portal em língua espanhola e um dos maiores do mundo (FERRARI, 2003, p. 84)

A opção pelo Diário Catarinense como amostra de jornal *online* transpositivo pode ser explicada primeiramente pelo sucesso da versão impressa e, conseqüentemente, pela cobrança que parte da sociedade catarinense faz por um jornal *online* que atenda as características da nova mídia. Conforme Moraes (2001, p.25), o modelo impresso foi fundado em 5 de maio de 1986 por Maurício Sirotsky Sobrinho, e mantém-se como líder de mercado em Santa Catarina.

Em segundo lugar, porque mantém uma relação de proximidade com o Terra Notícias, guardadas as características de gênero. A versão *online* do DC, como é popularmente conhecido na sociedade catarinense, está igualmente inserida em um portal da Internet, o ClicRBS (www.clicrbs.com.br). Teria, portanto, a mesma opção de visibi-

lidade do Terra Notícias. E, fundamentalmente, porque representa uma opção consciente pelo modelo transpositivo, como declarou Sérgio Lüdtke¹¹, gerente de conteúdo do ClicRBS: “todo o conteúdo do jornal impresso está na rede, com algumas ferramentas de interatividade. Não há produção exclusiva para o DC *online*”.

Usuários da Internet em Santa Catarina

Como o objetivo do estudo é verificar a qualidade que os leitores percebem nas edições *online* de Diário Catarinense e Terra Notícias e, ainda, realizar uma análise comparativa entre estas percepções em relação aos dois modelos, torna-se essencial a aplicação de um instrumento de verificação. Para isso, desenvolveu-se um sistema de atribuição valorativa a partir da proposta de Sousa (2001), precedida de um questionário para determinar o perfil socioeconômico da amostra.

Ao todo, foram distribuídos 580 questionários (Anexo A). Destes, 380 foram enviados por *e-mail*, em listas pré-cadastradas. Os outros 200 foram aplicados por voluntários, em diversas cidades de Santa Catarina. Foi solicitado a todos os entrevistados que o documento só fosse respondido se o internauta se enquadrasse dentro do perfil desejado, ou seja, para participar da pesquisa o entrevistado necessitaria ser um

¹¹ Sérgio Lüdtke fez esta colocação em uma entrevista, realizada por telefone. Sérgio é gerente de conteúdo do ClicRBS, que abastece o portal com informações das agências de notícias e mantém o *site* de todos os jornais do grupo na rede, incluindo aí os jornais catarinenses e gaúchos, uma vez que o portal produz conteúdos específicos para cada estado.

usuário regular (ao menos uma hora diária) e, ainda, acessar um dos dois jornais *online* propostos ao menos uma vez por semana.

A pesquisa foi realizada entre os dias 6 e 15 de fevereiro de 2004, período em que também foram aceitas as respostas dos questionários enviados por e-mail, enviados para quem estava cadastrado em um banco aleatório de endereços eletrônicos. A outra parte da amostra foi abordada por aplicadores voluntários, uma vez que o preenchimento do questionário permitia a ausência do pesquisador. Os voluntários que auxiliaram na pesquisa receberam o original por *e-mail*, para que pudessem fazer a reprodução e a aplicação da pesquisa em suas cidades.

Essa modalidade, segundo Marconi (1985), enquadra-se na amostragem por conglomerados ou grupos, e é uma subdivisão da amostragem não-probabilista. A característica principal desta técnica é a rapidez, o baixo custo e a praticidade de sua aplicação, já que a pesquisa é dirigida a um grupo cujos elementos já estão ou são facilmente cadastrados. Além disso, pode-se fechar ainda mais a pesquisa, uma vez que o universo pretendido prevê apenas internautas moradores de Santa Catarina.

Marconi esclarece que as amostragens não-probabilistas são válidas em situações que envolvem grupos representativos, com a ressalva de que as descobertas científicas não podem ser generalizadas. A vantagem é a redução de possíveis erros amostrais e outros aspectos significantes para a relevância dos indivíduos ou do grupo pesquisado. Em virtude de não haver a mesma probabilidade de escolha dos entrevis-

tados – uma vez que o grupo já era conhecido previamente – os indivíduos não representam a opinião do todo do universo, mas uma amostra que representa uma tendência dentro deste grupo, de acordo com as características regionais, por faixa etária e situação socioeconômica particulares, como será apresentado no próximo capítulo.

De um total de 580 questionários, 157 retornaram (52 por *e-mail*, 105 impressos), sendo que 11 destes foram invalidados porque não haviam sido preenchidos corretamente, impossibilitando a tabulação dos dados. Dos 11 questionários invalidados, um foi preenchido por três integrantes do mesmo grupo familiar (três pessoas responderam o mesmo questionário), o que foi verificado pelas idades e escolaridade, informadas na primeira parte, denominada Perfil Socioeconômico. Outros dez não se enquadravam dentro do perfil pretendido de usuários, porque a) não residiam em Santa Catarina; b) não acessavam a Internet com a regularidade requerida; e c) não conheciam nenhum dos jornais *online* pesquisados. A amostragem final conta, então, com 146 entrevistados.

Cabe ressaltar que mesmo aqueles questionários que não foram respondidos por completo, ou que não apresentaram legibilidade em um ou outro item, fizeram parte da amostra válida, pelo entendimento de que as informações disponíveis numa parcialidade de respostas são instrumento rico para se avaliar a pertinência de algumas das questões propostas e, inclusive, da própria técnica de coleta.

3.3.2 Pesquisa bibliográfica

Com o objetivo de discutir o conceito de webjornalismo como opositor à idéia do formato transpositivo do primeiro momento do jornalismo *online*, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, técnica utilizada quando os dados a serem coletados provêm de textos já escritos. Para isso, o autor deve partir do problema de pesquisa e, buscando entender os fenômenos sociais que o constituem, teorizar sobre conceitos ou hipóteses. Esta técnica de coleta de dados, segundo Marconi (1985, p. 23-24),

[...] é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar duplicações e certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações.

Segundo a autora, a soma do material coletado, seu aproveitamento e utilização vai depender dos objetivos do pesquisador, que devem estar claros, sendo definidos a partir do problema de pesquisa. Utilizar a pesquisa bibliográfica antes da saída a campo pode favorecer uma análise das fontes documentais, que servirão de suporte à investigação projetada, podendo anteceder outras técnicas de pesquisa de campo.

3.3.3 Observação estruturada

A presente pesquisa, baseada na metodologia do Estudo Comparativo de Casos, possui um enfoque qualitativo. A técnica de observação estruturada, neste contexto, é aquela que apresenta a melhor alternativa dentre as demais para atender ao primeiro objetivo de pesquisa, que é analisar, nos dois jornais *online* pesquisados, o nível de utilização das potencialidades oferecidas pela Internet e pelo suporte da informática na construção do jornalismo disponível na Internet, a partir das categorias de conteúdo, ergonomia e interatividade.

Para aplicar esta técnica, foi desenvolvido previamente um roteiro com as categorias a serem observadas. A estratégia foi importante porque permitiu a padronização na abordagem e também organização das informações coletadas durante todo o processo. Isso se reflete numa melhor sistematização dos dados, uma vez que possibilita estabelecer semelhanças e diferenças, utilizadas posteriormente como base para descrever características e particularidades presentes em ambos veículos analisados, colaborando para a categorização dos objetos dentro do referencial teórico já estudado.

A observação estruturada, ou sistemática, no entender de Gil (1994), é mais comumente utilizada nas pesquisas que têm como objetivo a descrição aproximada dos fenômenos (como no caso da presente proposta) ou o teste de hipóteses. Por já saber quais os aspectos serão estudados e, tendo claros os critérios teóricos exploratórios, o

pesquisador elabora previamente o que se chama de plano de observação.

Esta técnica de pesquisa usada em favor da metodologia de estudo comparativo de casos pode ocorrer em situações de campo ou de laboratório. “Nestas últimas, a observação pode chegar a certos níveis de controle que permitem defini-la como procedimento quase experimental” (GIL, 1994, p. 109). Para que tal procedimento tenha êxito, no entanto, é conveniente a realização de estudos exploratórios a partir de categorias estabelecidas anteriormente, o que pode ser verificado na presente pesquisa.

Estes foram os aspectos observados nos dois momentos já mencionados:

a) Com relação à disponibilização do conteúdo

- freqüência de atualização do conteúdo do *site*;
- qualidade geral da informação (profundidade, fontes, análises);
- utilização adequada das figuras e imagens;
- tamanho dos textos adaptados à Internet;
- produção de conteúdo exclusivo;

b) Com relação à ergonomia do sistema hipermídia

- mobilidade entre os níveis de navegação;
- utilização de linguagem hipertextual;
- funcionalidade da interface;
- velocidade de acesso;
- presença e localização de links;
- qualidade e acesso a ferramentas hipermídia;

c) Com relação aos recursos de interatividade

- elementos de interatividade e *feedback* do usuário;
- funcionalidade em geral e simplicidade;
- localização dos botões;
- mecanismo para encaminhar matéria por *e-mail*;
- disponibilização de edições anteriores;
- oportunidade de participação do usuário;
- ferramenta de busca.

3.3.4 Entrevista estruturada: o questionário

Entende-se por entrevista estruturada aquela que se desenvolve a partir de uma relação fixa de perguntas, aplicadas pessoalmente pelo pesquisador, por outra pessoa ou, ainda, respondida através de questionário sem a participação do investigador. Gil (1994) aponta que “entre as principais vantagens deste tipo de entrevista estão a sua rapidez e o fato de não exigirem exaustiva preparação dos pesquisadores e a possibilidade de se trabalhar com uma análise estatística dos dados” (p. 117-118). Isso acontece porque as perguntas são padronizadas e, mesmo prevendo respostas abertas, seu enunciado é elaborado para privilegiar o preenchimento pelo próprio entrevistado.

Pensando nisso, optou-se por aplicar uma pesquisa-padrão com a amostra de internautas catarinenses a partir de um questionário. O instrumento foi utilizado com três propósitos básicos:

a) a fim de conhecer a amostra e traçar um perfil do usuário, processando os dados recebidos e transformando-os em informações úteis na tentativa de entender questões sociais, culturais e econômicas referentes às respostas posteriores;

b) analisar a percepção, por parte dos leitores, da qualidade intrínseca dos jornais pesquisados; bem como

c) verificar se as potencialidades inerentes à Internet (conteúdo, ergonomia e interatividade) estão sendo valorizadas na produção do conteúdo e, em consequência disso, se os leitores têm consciência das oportunidades oferecidas pelo novo meio.

Para Oliveira (2002), o questionário é um instrumento que serve de apoio ao pesquisador para a coleta de dados, sendo necessário, ao ser preparado, obedecer alguns critérios. O investigador deve levar em consideração a finalidade da pesquisa; orientar as questões para a obtenção das respostas necessárias; e envolver também a experiência do pesquisador. Oliveira afirma que um bom questionário apresenta os seguintes aspectos:

- a) é a espinha dorsal de qualquer levantamento;
- b) Precisa reunir todas as informações necessárias, nem mais nem menos;
- c) cada levantamento é uma situação nova;
- d) necessidade de preparação da amostra (conhecimento de estatística);
- e) linguagem adequada, certa dose de visão psicológica introspectiva para ampliar o pensamento das pessoas;
- f) possuir imaginação;
- g) experiência;
- h) conhecimento (p.165).

Gil (1994, p. 132) alerta para o fato que, como o questionário dispensa a presença do aplicador, sua apresentação material merece atenção especial. O alerta é válido inclusive para a proposta de pesquisa estruturada que se apresenta, em que o questionário foi aplicado, muitas vezes, por voluntários. Sua apresentação gráfica, apelo estético e clareza nos enunciados deveriam ser levados em conta, uma vez que constituem o único estímulo para que os usuários se motivassem a participar da pesquisa.

Alguns cuidados tomados neste caso:

a) apresentação gráfica: envolve o tipo de suporte (papel, *online*), a diagramação, um agradável espaçamento entre as questões, apresentação dos quadros a serem preenchidos e dos quadrinhos a serem assinalados;

b) instruções para o preenchimento: o questionário deve conter instruções acerca do correto preenchimento das questões, preferencialmente com tipologia distinta e destacada;

c) introdução do questionário: o questionário deve conter uma introdução, seja através de arquivo anexo ou de um texto inicial, também escrita em tipologia diferente do restante do documento. A introdução deverá conter informações a respeito da identidade de quem está promovendo o estudo e deverá servir para explicar a importância das respostas solicitadas, lembrando ainda da garantia do anonimato ao entrevistado.

Após esta fase importante no processo de pesquisa, é recomendável e necessário que se realizem pré-testes dos instrumentos de aplicação. Oliveira (2002) afirma que

o teste preliminar ou pré-teste “consiste em testar os instrumentos da pesquisa sobre uma pequena parte da população do universo ou da amostra, antes de aplicado definitivamente, a fim de evitar que a pesquisa chegue a um resultado falso”. Seu objetivo, portanto, é verificar até que ponto esses instrumentos têm condições de garantir resultados isentos de erros, sendo fundamentais para a validade científica da pesquisa.

Para que a validade do instrumento em questão fosse comprovada, foram enviados cinco questionários por e-mail (Anexo B), em arquivo anexado, documento produzido no Microsoft Word. Os cinco voluntários foram contatados previamente e se disponibilizaram a auxiliar no teste preliminar desta ferramenta, o que permitiu que alguns ajustes fossem feitos, bem como garantiu confiabilidade à técnica escolhida para coleta de dados.

Entre os ajustes realizados, podem ser destacados três principais, visto que as demais ocorrências ficaram no nível dos erros de digitação, das formatações de espaços e na REconstrução gramatical dos enunciados. Foram estas as correções:

a) divisão do documento em duas grandes partes, sendo a primeira responsável pela captação dos dados referentes ao perfil socioeconômico do entrevistado, e a segunda a que apresenta a ferramenta de mensuração dos resultados da qualidade percebida dos jornais *online*, com tópicos claramente diferenciados para o Terra Notícias e para o DC *online*. Inicialmente, o documento era dividido em três questionários, sendo o questionário A o perfil socioeconômico, o questionário B aquele que reunia as

perguntas relativas ao Terra Notícias e o questionário C o lugar onde o entrevistado atribuía seu julgamento valorativo em relação ao Diário Catarinense.

b) a inclusão de um reforço explicativo em alguns itens da ferramenta de mensuração, que indicava a possibilidade de o leitor atribuir a nota 0 (zero) ao item questionado. Apesar de estar claramente disposto no enunciado que a escala de valores deveria variar entre 0 e 10, alguns voluntários no pré-teste alegaram que se o *site* em questão não possuísse banco de fotografias, por exemplo (item 36), o ato de não preencher o campo poderia causar distorções de média, uma vez que campos não preenchidos entram para a categoria “não sabe/não respondeu”, não influenciando na somatória das notas e, conseqüentemente, demonstrando uma média equivocada.

c) a substituição da questão 44, intitulada “Possibilidade de retorno para a página inicial de maneira intuitiva e natural”, dentro do item Ergonomia do Sistema Hipermídia, para “Qualidade e acesso às ferramentas multimídia”. A primeira questão já poderia ser respondida, indiretamente, através do item “Intuitividade do funcionamento do *site*”, sendo praticamente redundante a colocação da forma anterior. Em contrapartida, a inclusão de uma questão ligada diretamente à qualidade dos recursos multimídia proporcionou maior fidelidade aos aspectos teóricos trabalhados no capítulo anterior, bem como contribuiu para uma avaliação mais aproximada no que diz respeito à ergonomia geral dos *sites* pesquisados.

3.4 Descrição e Interpretação dos Dados

Após a fase de coleta dos dados e obtidos seus resultados mediante as várias técnicas empregadas, de acordo com cada objetivo estipulado, o próximo passo é a análise e interpretação do material, que se constitui, na visão de Oliveira (2002), o núcleo central da pesquisa. Gil (1994) lembra que esses dois processos, apesar de serem conceitualmente distintos, aparecem estreitamente relacionados nas pesquisas sociais.

Por análise entende-se a tentativa de evidenciar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores, como destaca Oliveira. Essas relações, por sua vez, podem ser estabelecidas de acordo com propriedades de causa-efeito, produtor-produto, de análise de conteúdo entre outras. Já interpretação é a primeira das fases da análise (as outras ainda seriam explicação e especificação), conceituada como “atividade intelectual que procura dar um significado mais amplo às respostas, vinculando-as a outros conhecimentos” (OLIVEIRA, 2002, p.191).

Em se tratando de dados qualitativos e quantitativos, como os buscados no presente estudo comparativo de casos, a análise terá o propósito de reduzir, categorizar, sintetizar e comparar as informações disponíveis após as técnicas de coleta, com a finalidade de obter uma visão que seja a mais aproximada possível da realidade do objeto de estudo: uma análise comparativa entre o modelo transpositivo e as características comuns a outros jornais *online* e as diferenças em relação aos jornais eletrôni-

cos desenvolvidos exclusivamente para a Internet.

Os procedimentos adotados neste trabalho durante a análise dos dados estão baseados no entendimento de Gil (1994), segundo o qual em boa parte das pesquisas sociais são observados alguns passos comuns e que, na grande maioria das vezes, atendem plenamente aos objetivos propostos nos estudos de caso.

As etapas sistematizadas de acordo com o que está referido no Quadro 2 serão melhor detalhadas no próximo capítulo, com a descrição dos dados representando o teor central da pesquisa. A denominação análise será aplicada em relação à compreensão dos dados estatísticos, enquanto nos demais momentos será usada a descrição, por representar com maior fidelidade os objetivos de um estudo exploratório, base da pesquisa proposta.

Quadro 2 – Sistematização da análise dos dados

Etapa	Procedimentos
A - REDUÇÃO DOS DADOS	A I - Estabelecimento de categorias AII - Análise comparativa
B - DISTRIBUIÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DOS DADOS	B I - Redação textual
C - ANÁLISE ESTATÍSTICA DOS DADOS E DESCRIÇÃO DO PROCESSO DE OBSERVAÇÃO	C I - Avaliação das generalizações obtidas com os dados C II - Obtenção das conclusões C III - Verificação das conclusões

FONTE: Elaborado pelo autor

4 QUALIDADE PERCEBIDA – A AVALIAÇÃO DOS LEITORES

O primeiro objetivo deste capítulo é apresentar, de forma sistemática, os resultados obtidos através das diferentes técnicas de pesquisa empregadas, conforme descrito no capítulo anterior. Trata-se do momento em que são colocadas à mostra as principais descobertas em relação à tipificação da amostra, conseguida através de observação estruturada, num primeiro momento, e do questionário socioeconômico, bem como os resultados quantitativos dele decorrentes. Serão apresentadas, ainda, as avaliações dos internautas pesquisados a respeito da qualidade percebida nos jornais *online* Terra Notícias e Diário Catarinense.

Nesta fase, optou-se por fazer uma análise e interpretação simultânea dos dados obtidos através das duas técnicas de pesquisa empregados. Ao mesmo tempo em que vão sendo demonstrados, os diferentes dados serão analisados de acordo com a metodologia inicialmente proposta, cruzando a interpretação dos resultados da observação estruturada com os obtidos pela aplicação da ferramenta de qualidade percebida, a partir do questionário. Com isso, pretende-se melhorar a qualidade das relações estabelecidas com o objeto e as implicações decorrentes do entendimento do problema de pesquisa.

4.1 Conhecendo a Amostragem – o Perfil dos Usuários

O centro deste capítulo é a divulgação da pesquisa de qualidade percebida aplicada aos usuários de Internet residentes em Santa Catarina, sendo que suas interpretações servirão como instrumento de aferição de uma outra técnica empregada na análise comparativa dos dois jornais propostos. Para que os dados levantados por esta ferramenta de avaliação sejam utilizados ao longo da descrição comparativa, torna-se necessário, num primeiro momento, conhecer o perfil da amostragem que foi responsável por esta avaliação. A seguir, apresentam-se os gráficos gerados a partir da tabulação dos dados, conforme questionário aplicado (Anexo A).

Vale lembrar, ainda, que foram distribuídos questionários para 580 internautas, residentes nas mais diversas cidades do estado de Santa Catarina. Foram 380 questionários enviados por *e-mail*, escolhidos previamente através de uma listas pré-cadastrada e 200 internautas entrevistados através de formulário impresso, aplicado por voluntários. Do total aplicado, 157 usuários responderam; destes, 11 foram invalidados, perfazendo o número válido de 146 entrevistados. Também a amostra, por conter uma parcela aleatória da população internauta catarinense, revela a necessidade de cuidados na generalização dos resultados obtidos, uma vez que estas considerações aplicam-se apenas a uma parcela do universo pesquisado, servindo para este estudo, em particular.

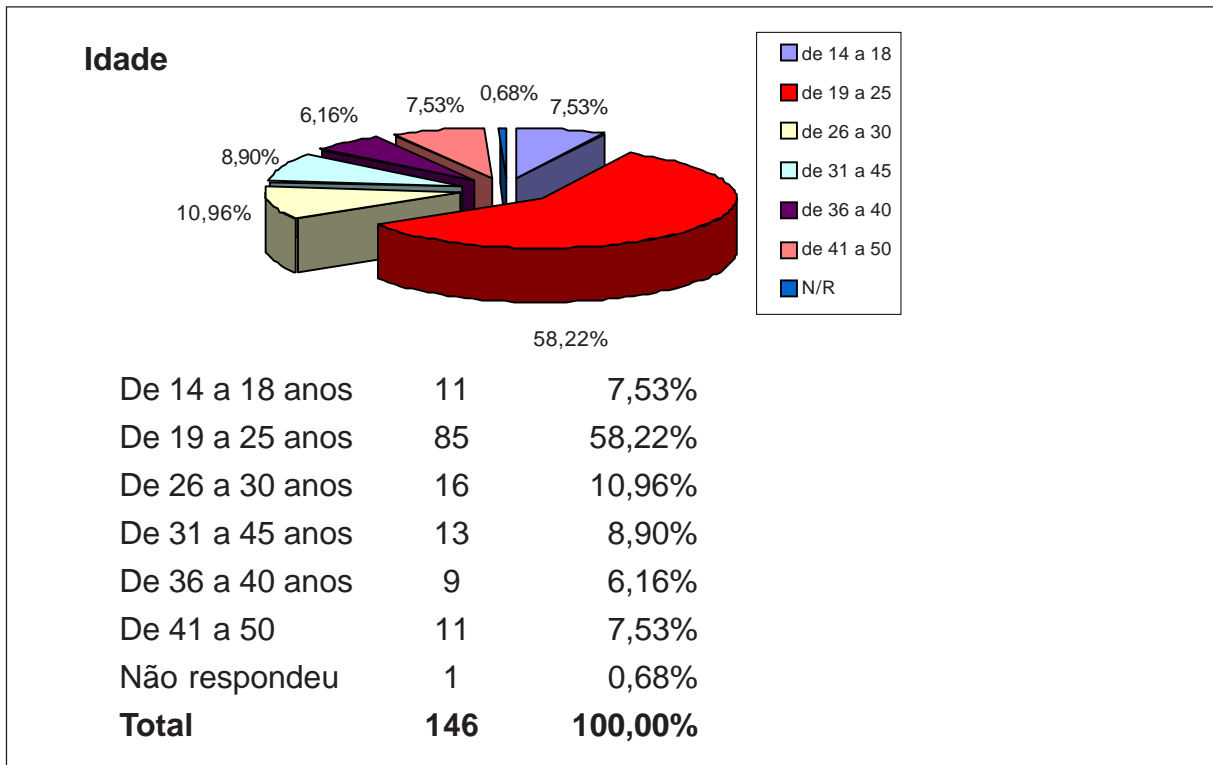


Figura 5 - Gráfico “Qual a sua idade”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Este primeiro item do questionário foi apresentado em uma questão aberta, em que os entrevistados respondiam espontaneamente sua idade. No momento da tabulação, optou-se por agrupar os dados coletados em faixas etárias, para facilitar a sistematização e a interpretação. Através do gráfico, observa-se que a maioria da amostra (58,22%) é representada por jovens na faixa etária que vai de 19 a 25 anos. Esse número acaba indo ao encontro de um dado observado por Ferrari (2003, p. 53), segundo o qual são os jovens entre 18 e 25 anos o maior grupo de potenciais usuários da Internet.

Se somarmos a esse índice o percentual que possui idade entre 14 e 18 anos (7,53%), teremos uma amostra extremamente jovem, em que 65,75% dos entrevistados têm até 25 anos de idade, o que representaria o público ativo na Internet.

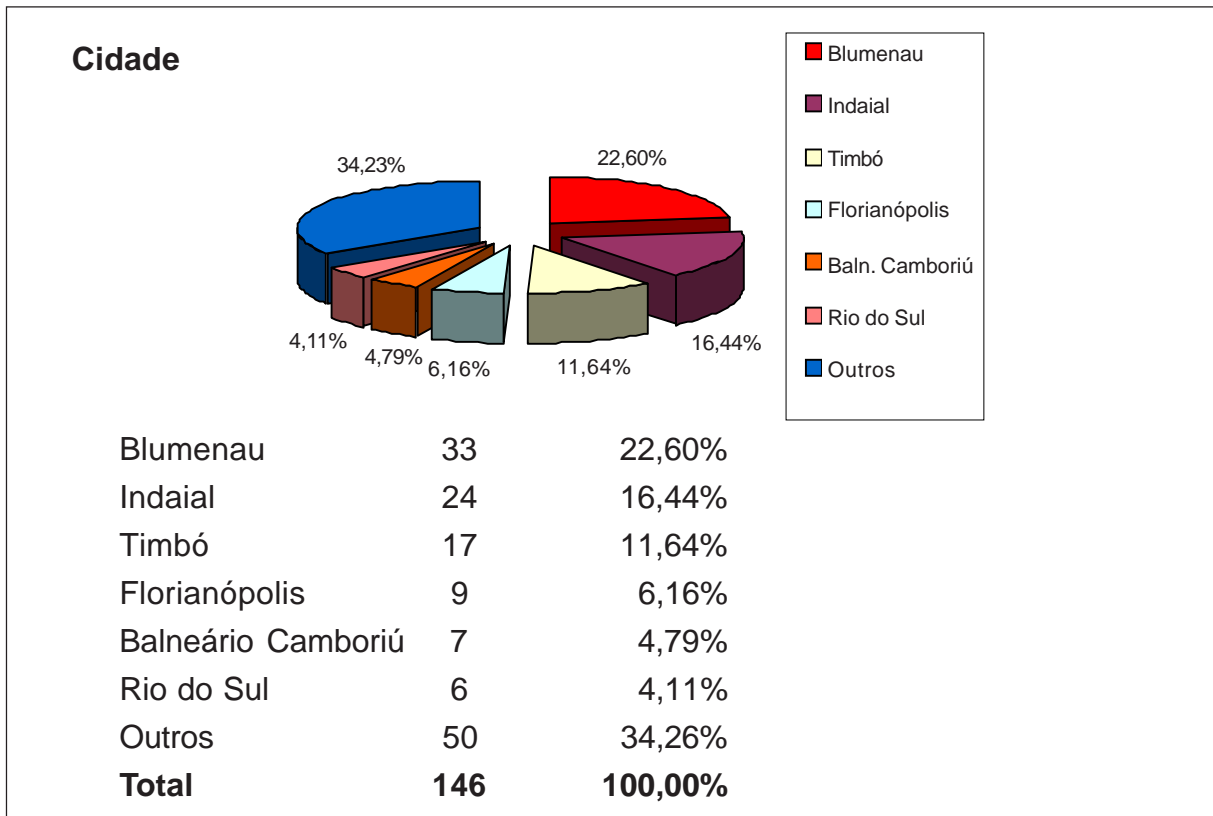


Figura 6 - Gráfico “Em que cidade você reside?”

FONTE: Elaborado pelo autor

Em relação à pergunta “em que cidade você reside?” é importante esclarecer que o total de cidades representadas foi 23, para um universo de 294 municípios catarinenses, o que corresponde a 7,82% do total. Esta consideração torna-se relevante na medida em que revela a amplitude geográfica da amostra, importante na tentativa de se traçar um perfil mais aproximado do internauta catarinense. Como numa pesquisa por amostragem probabilista por conglomerados ou grupos todos os indivíduos têm a mesma probabilidade de ser sorteados, as cidades com maior representatividade foram aquelas em que o próprio pesquisador aplicou o questionário, o que cria um sentimento de cooperação por parte do entrevistado, que se sente motivado a responder.

Por esse motivo, as cidades de Blumenau, Indaial e Timbó tiveram maior representatividade, uma vez que os questionários foram aplicados ou encaminhados pelo próprio pesquisador, o que acaba sendo uma espécie de limitação deste estudo.

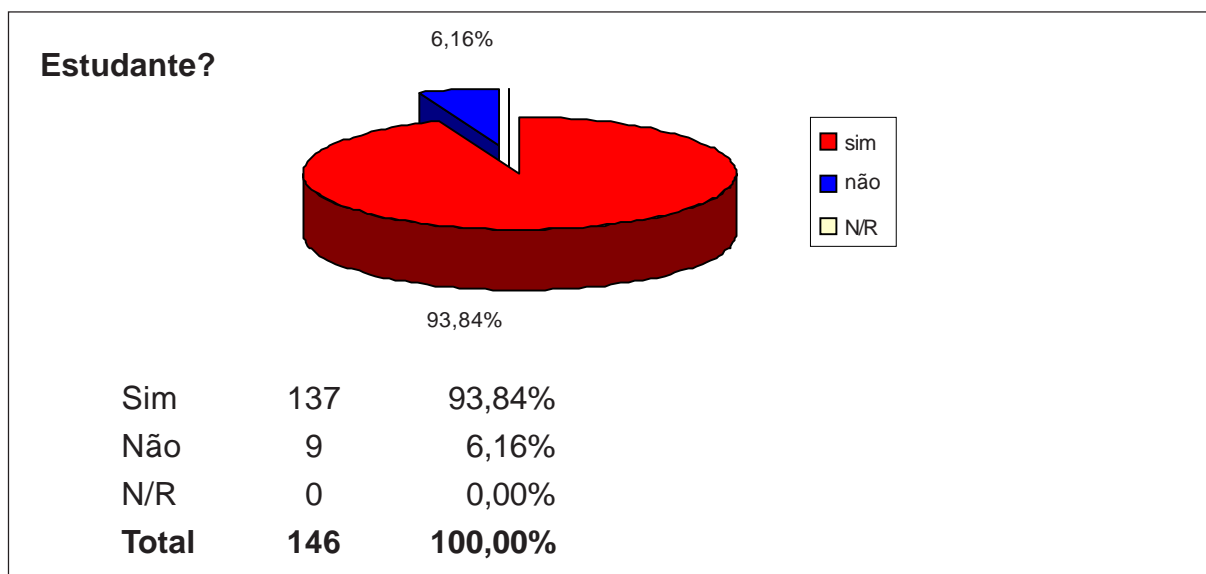


Figura 7 - Gráfico “É estudante”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Os dados acima revelam um alto índice de estudantes entre os entrevistados, que somam 93,84%. Aqui, há mais uma vez a necessidade de se relativizar o resultado de itens como este no perfil socioeconômico, uma vez que atendem apenas ao grupo pesquisado, entendido como “usuários regulares da Internet em Santa Catarina e que tenham acessado, pelo menos no último mês e durante uma vez por semana um dos dois *sites* de informação pesquisados”. Esta informação, cruzada com a proporcionada pela próxima pergunta (qual sua escolaridade?) pode servir para apontar um caminho importante no momento da interpretação global dos resultados.

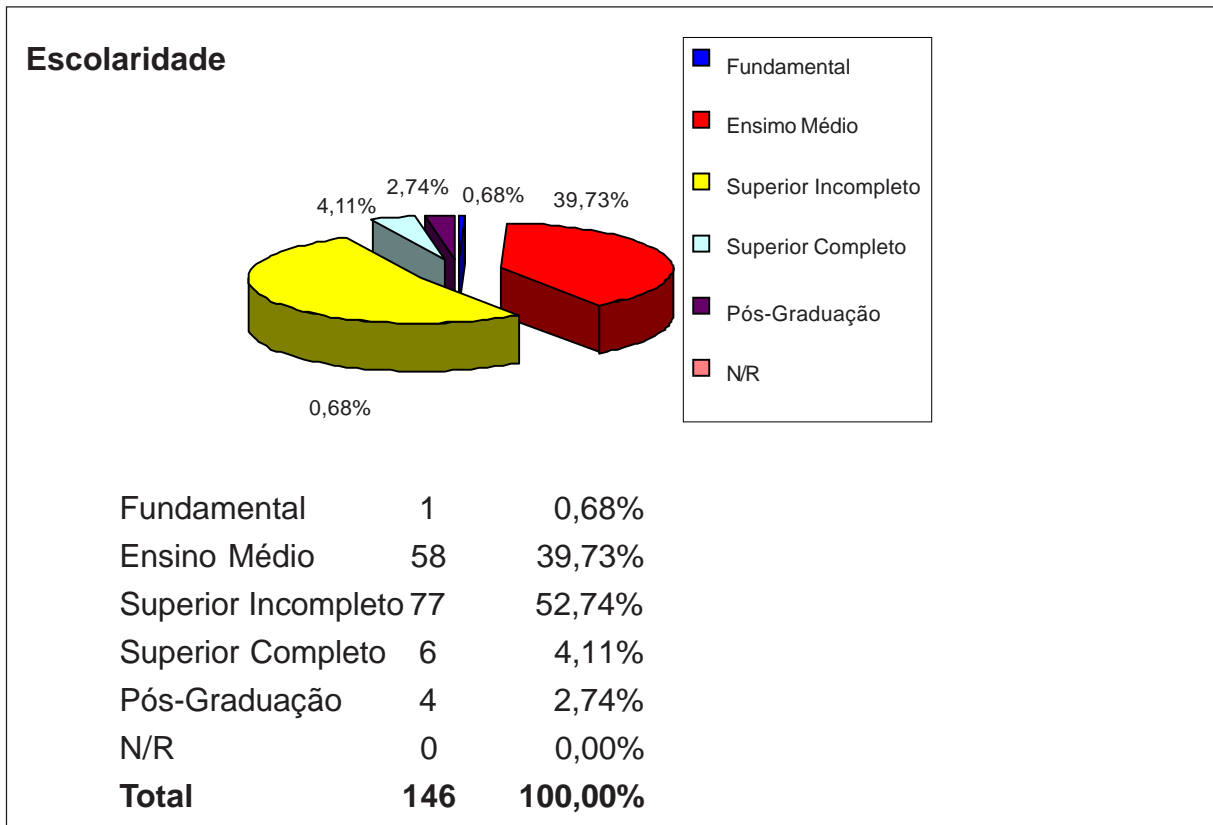


Figura 8 - Gráfico “Qual sua escolaridade”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Percebe-se, no geral, um grau de escolaridade bastante elevado entre os entrevistados, uma vez que 52,75% possuem nível universitário, através de um curso superior incompleto ou em andamento. Se somarmos a esse número o percentual de entrevistados que concluiu o ensino médio, que é 39,73%, teremos um total de 89,47%, um número relativamente positivo em se tratando de usuários que tem, na sua maioria, entre 14 e 25 anos.

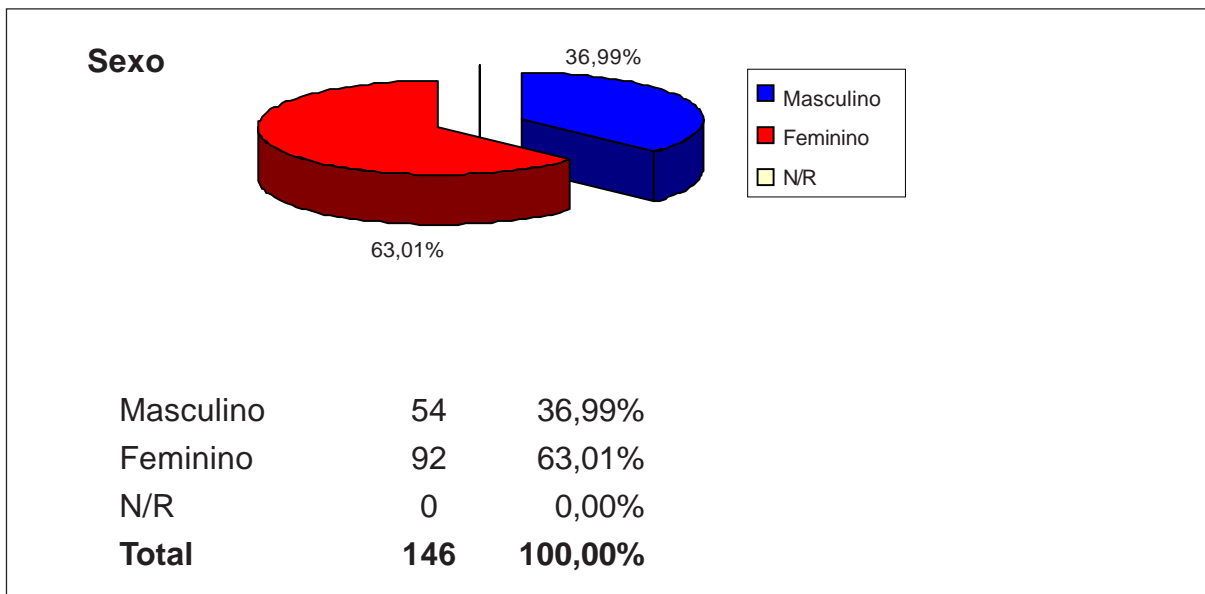


Figura 9 - Gráfico “Qual seu sexo”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Aqui, a maior parte, 63% dos entrevistados, é do sexo feminino, o que representa apenas um dado estatístico presente nesta amostragem. Tomou-se cuidado, entretanto, para que o universo pesquisado tivesse igual representatividade, o que não evita que ocorram distorções amostrais. Assim, não pode-se dizer que a maioria dos internautas catarinenses é composta por mulheres, mas que os resultados da avaliação de qualidade deve levar em consideração uma amostragem em sua maioria do sexo feminino.

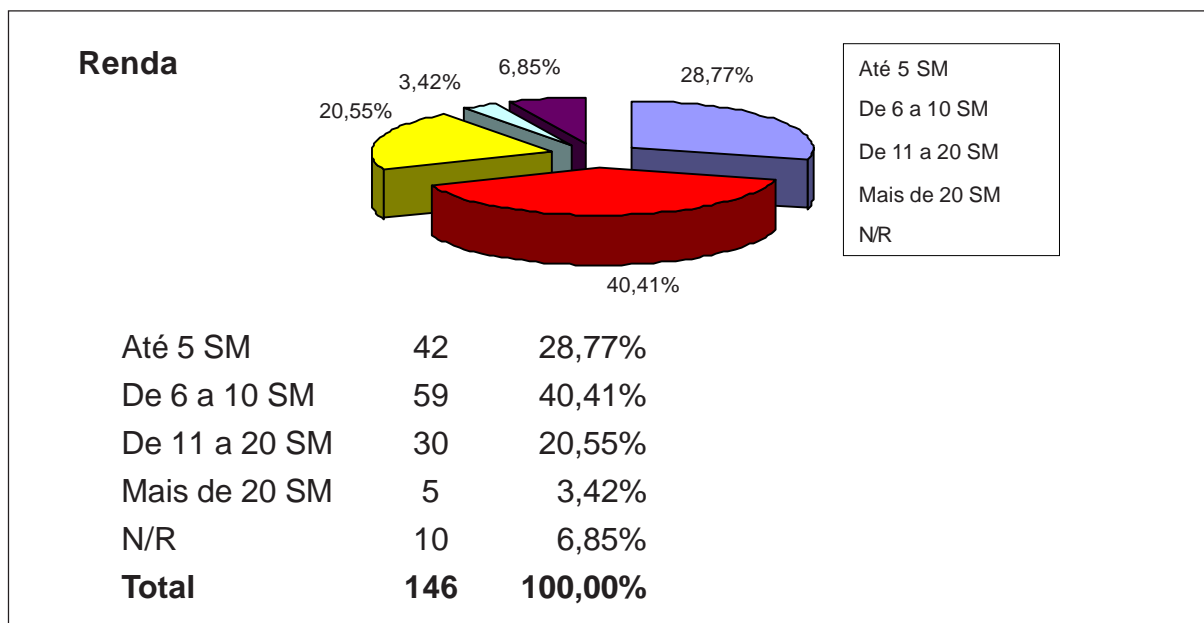


Figura 10 - Gráfico “Qual a renda do grupo familiar”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Através desse item, foi possível traçar um perfil econômico dos entrevistados, cuja parcela maior, 40,41%, pertence a um grupo familiar que tem uma renda mensal entre 6 e 10 salários mínimos. Há uma grande diferença (o dobro, ou cerca de 20 pontos percentuais) entre aquele percentual cuja renda familiar gira em torno de 11 a 20 salários mínimos, que representa 20,55% do total. Se compararmos com a primeira escala, onde se enquadram os entrevistados que têm renda familiar de até cinco salários mínimos, essa diferença ainda deve ser considerada, pois chega a mais de 12 pontos percentuais.

Pode-se inferir que a população representada pela amostra tem uma renda média de 10 salários mínimos mensais, pois somados os dois índices de maior incidência, teremos 69,18% dos entrevistados. Trata-se de uma amostra economicamente ativa, que pode ser enquadrada na classe média do estado de Santa Catarina.

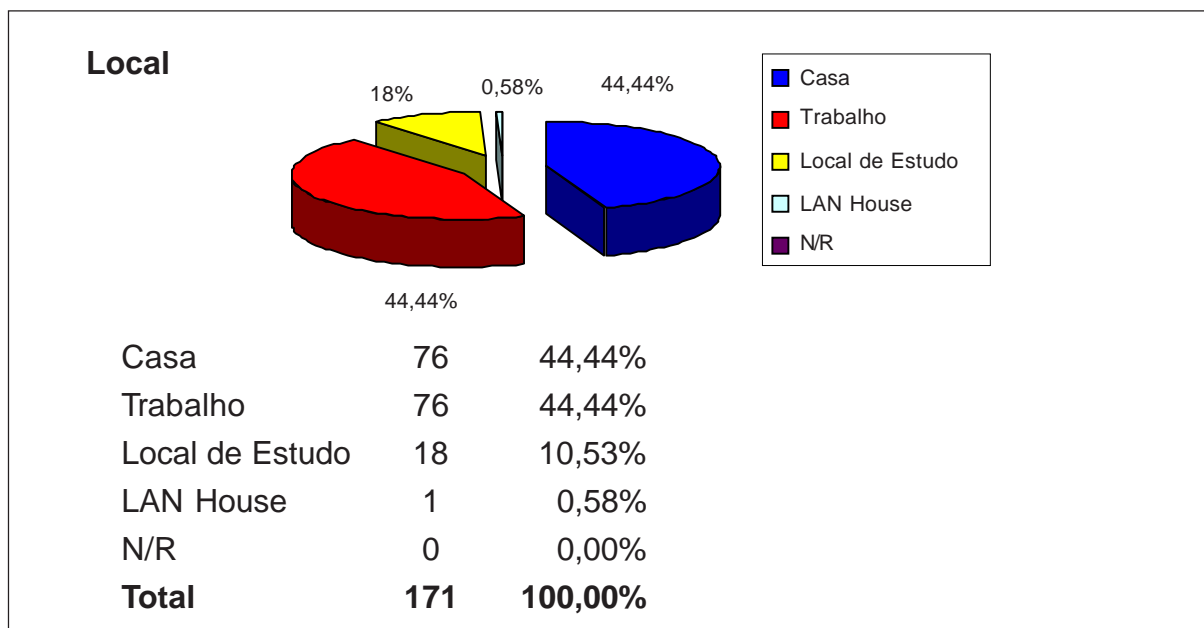


Figura 11 - Gráfico “De onde acessa a Internet”?

FONTE: Elaborado pelo autor

O gráfico aponta para uma utilização equilibrada, já que os indivíduos da amostra dividem a utilização da Internet entre o ambiente de trabalho e o acesso de sua própria residência. São 44% para cada uma das respostas, num total de 88% das escolhas. Como nesta questão mais de uma opção poderia ser assinalada, ocorreram 171 incidências entre as 146 pessoas que compõem a amostra.

O item “local de estudo” teve um percentual que pode ser considerado baixo, com 10,53% das respostas. Considerando ainda que a opção pelo acesso em casas especializadas em serviços de Internet, como as LAN Houses, aparecem apenas em uma ocorrência, ou 0,58% das vezes, este item demonstra uma certa homogeneidade entre os pesquisados: ou se utiliza de casa, ou do trabalho. Também revela que é alto o índice de utilização doméstica, o que se intensificou com a evolução da telefonia digital, da implantação do sistema ADSL, com a Internet via rádio e através de conexão por cabo.

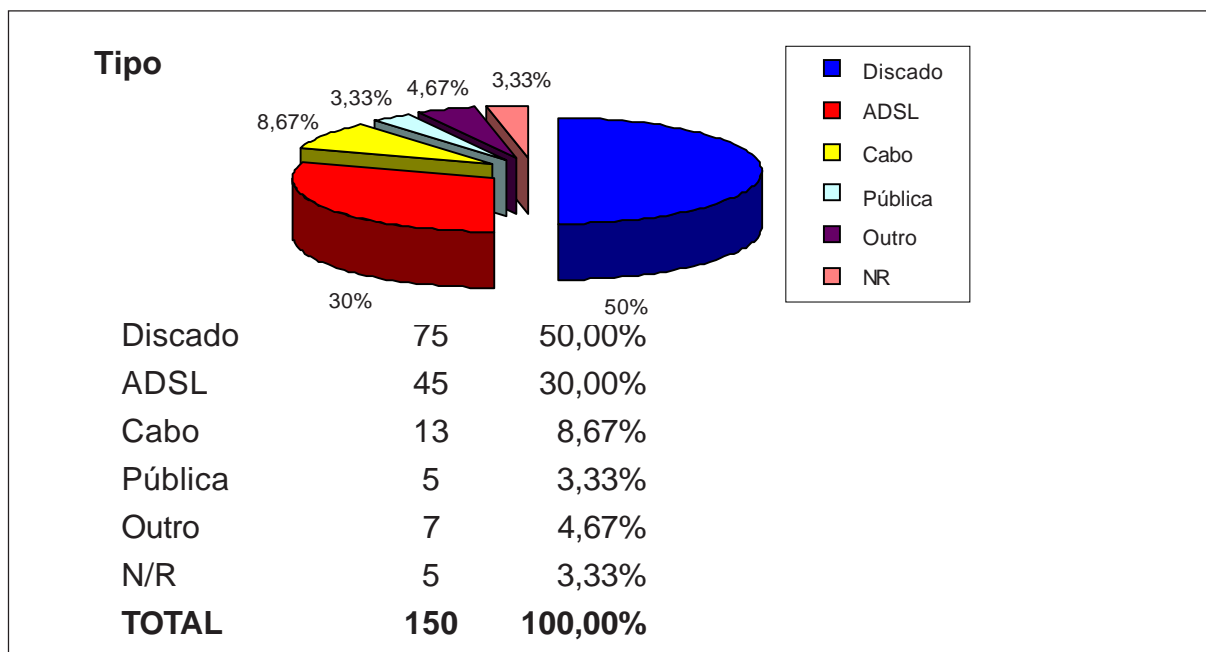


Figura 1 - Gráfico “Qual o tipo de acesso”?

FONTE: Elaborado pelo autor

É mais representativo o número de acessos por Internet discada entre a população pesquisada, com 50% das ocorrências. A tecnologia ADSL¹² aparece com 30% das respostas, com uma diferença de mais de 21 pontos percentuais em relação ao sistema de cabo, que tem 8,67%. A utilização através da Internet pública representa uma minoria, conforme aponta o levantamento, com apenas 3,33% das citações. Outras formas de acesso somam 7%. É importante lembrar que os dados acima estão relacionados com o tempo médio de *download* e com o custo do acesso. Linhas discadas levam mais tempo para acessar o *site*, o *download* é mais lento e mais caro, o que acaba influenciando na percepção que o usuário tem do *site*.

¹² A ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) é a última geração em tecnologia no acesso à Internet, que aproveita inteligentemente o espaço da linha telefônica não utilizado pela onda sonora da voz, o que permite maximizar a velocidade de navegação e garantindo a estabilidade na ligação. O sistema ADSL permite um acesso à Internet em banda larga, até nove vezes mais rápido que o acesso por modem tradicional e quatro vezes do que o acesso por cabo.

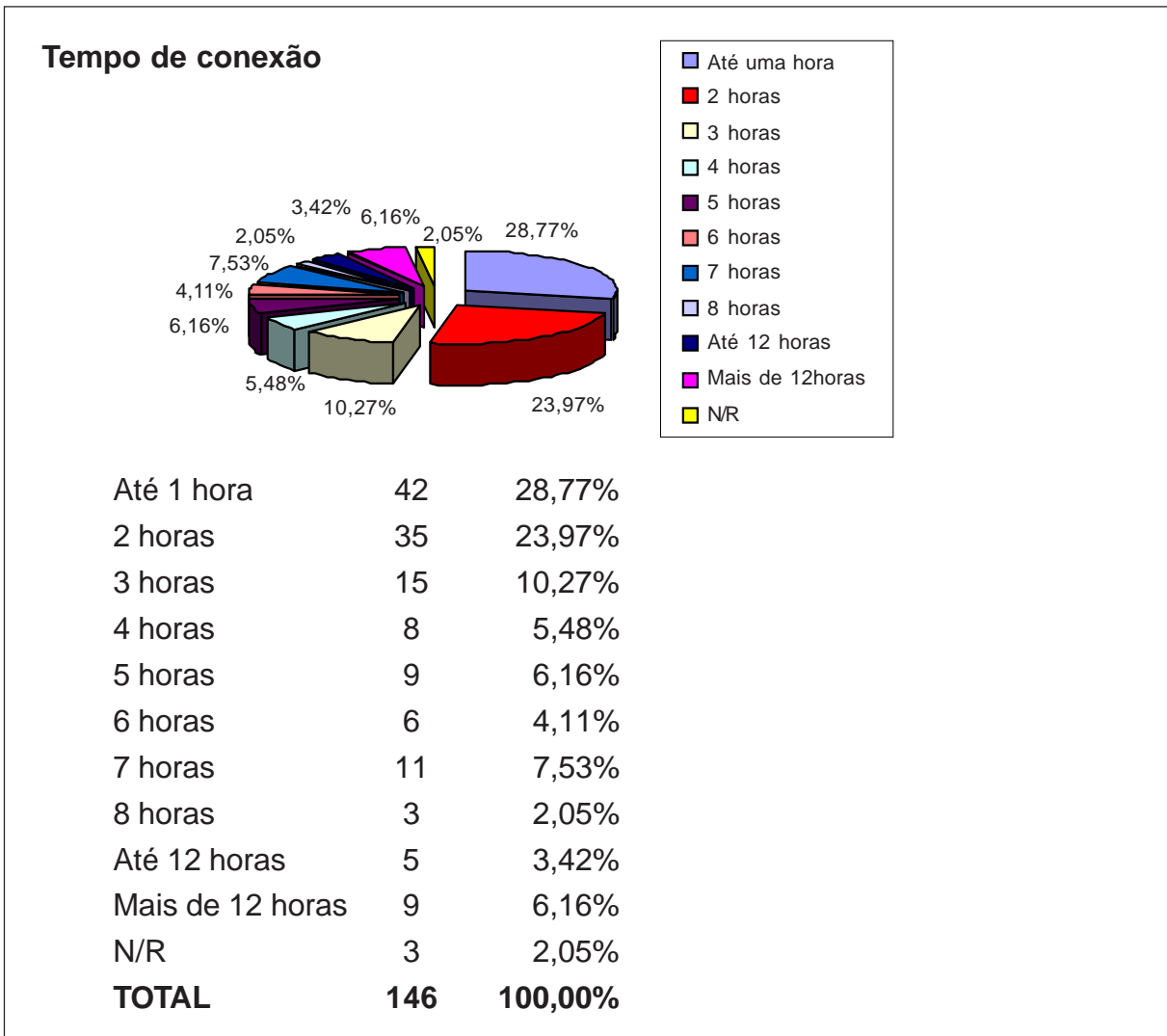


Figura 13 - Gráfico “Quantas horas por dia fica conectado à Internet”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Em sua maioria, o usuário catarinense pesquisado passa cerca de duas horas por dia conectado à Internet. O percentual das respostas “até uma hora”, 28,77%, somado ao das respostas de duas horas, 23,97%, resulta num total de 52,74%, configurando-se num dado bastante significativo. Trata-se de um perfil de usuário que não pode ser considerado de *heavy users*, como habitualmente são denominados os internautas que passam mais de 12 horas diárias conectados. Apenas nove ocorrências

as, ou 6,16% do total, enquadram-se neste perfil. Há uma divisão pulverizada entre as outras opções, que oscilam entre três e 12 horas de conexão.

Estes dados estão relacionados com a questão anterior, uma vez que o tipo predominante de acesso à Internet (acesso discado, de casa) acaba por reduzir, na média, o tempo de acesso da população pesquisada (de uma a duas horas diárias).

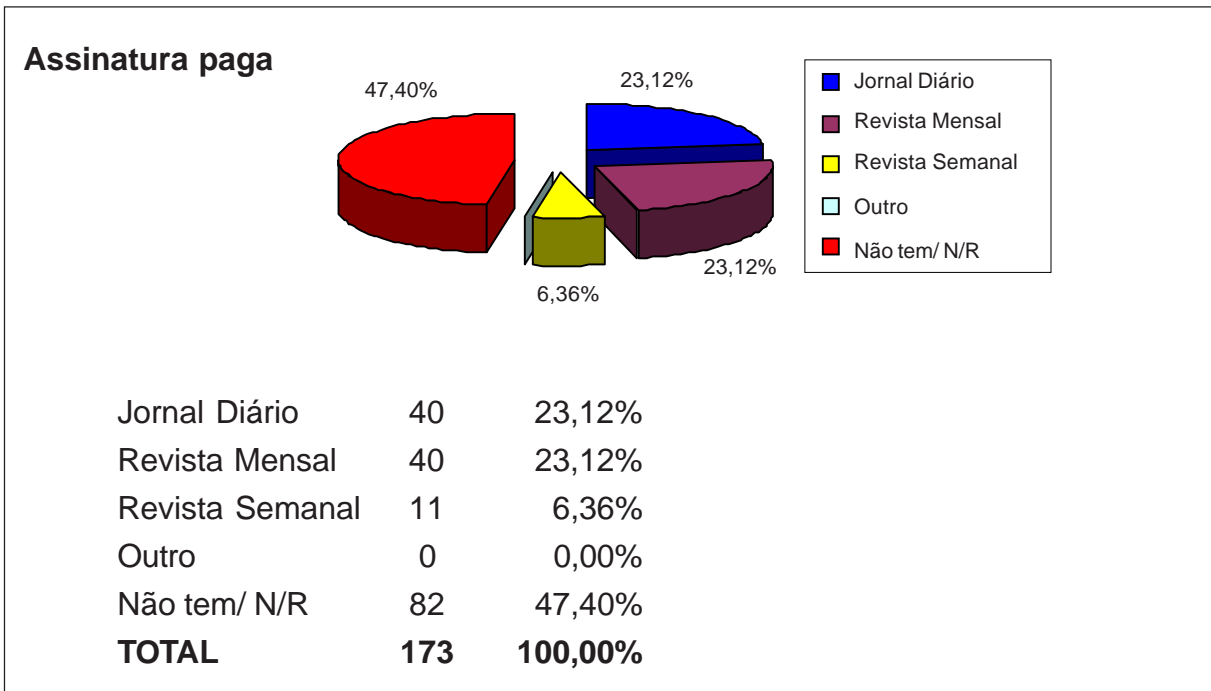


Figura 14 - Gráfico “Tem assinatura paga de qual veículo impresso”?

FONTE: Elaborado pelo autor

O maior percentual de respostas indica que 47,4% dos entrevistados não respondeu à pergunta ou não tem assinatura de um veículo impresso. O índice é bastante elevado, mas se levarmos em conta a idade média da maioria dos entrevistados (de 14 a 25 anos), podemos avaliar que esse não é um hábito da maioria dos brasileiros dessa faixa etária. Por outro lado, também é considerável o percentual de entrevistados que declararam possuir assinatura paga de jornal diário e revista mensal (23,12% em cada um dos casos). Somados, chegam a 46,24%, um número bastante expressivo. No entanto, fica distante do terceiro item apontado, sobre revistas semanais, com apenas 11 incidências ou 6,36% das respostas.

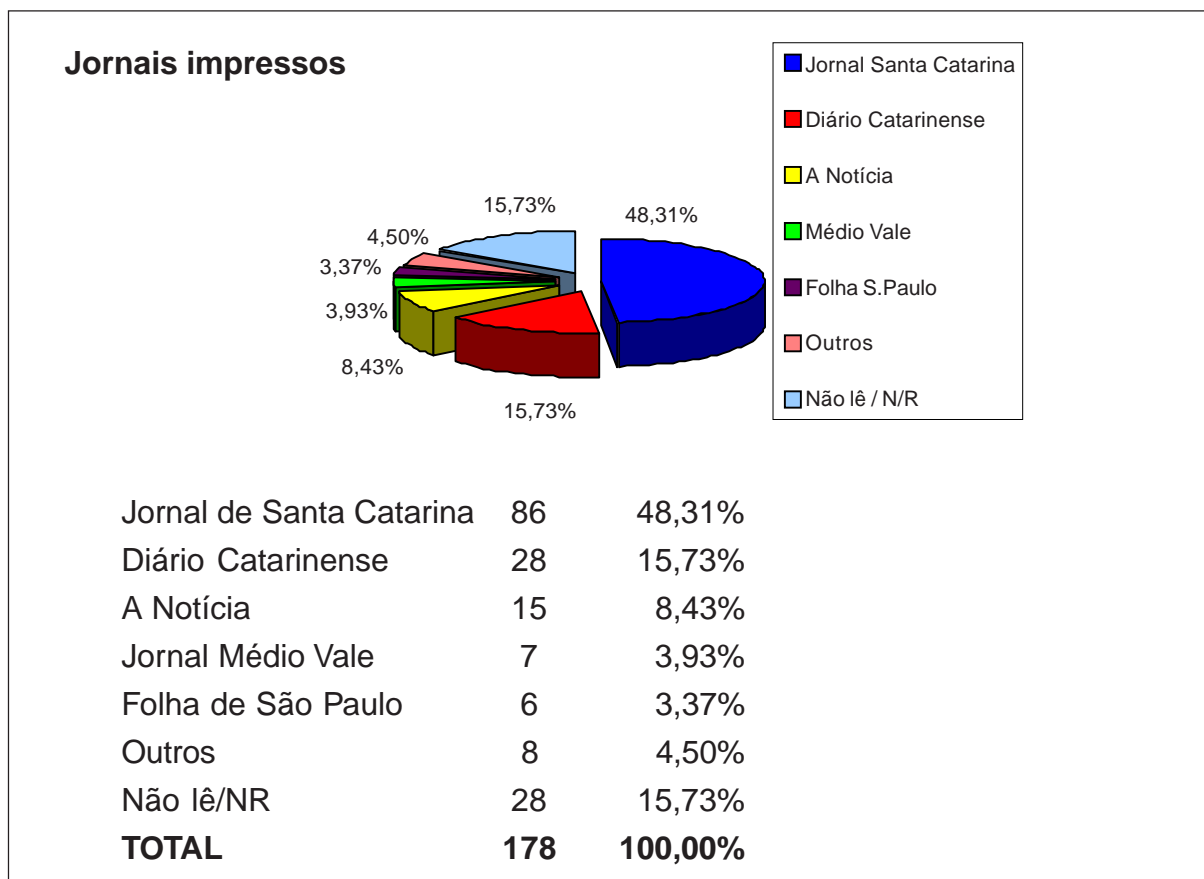


Figura 15 - Gráfico “Quais jornais impressos lê com frequência”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Como a população da amostra ficou regionalmente concentrada no médio vale catarinense, na região de Blumenau, torna-se compreensível a preferência de 48,31% das respostas apontarem o Jornal de Santa Catarina como o mais lido, uma vez que este veículo tem sua sede nesta cidade. O Diário Catarinense ficou em segundo na preferência, com 15,73%, uma diferença de mais de 30 pontos percentuais em relação ao anterior. O outro jornal estadual que foi bem citado é A Notícia, com 15 incidências, ou 8,43% do total. Entre os jornais do grande centro do país com circulação nacional, apenas a Folha de São Paulo aparece entre as mais citadas, com 3,37% das incidências. Vale registrar que se nota uma ampla preferência pelos veículos estaduais entre os indivíduos da amostra.

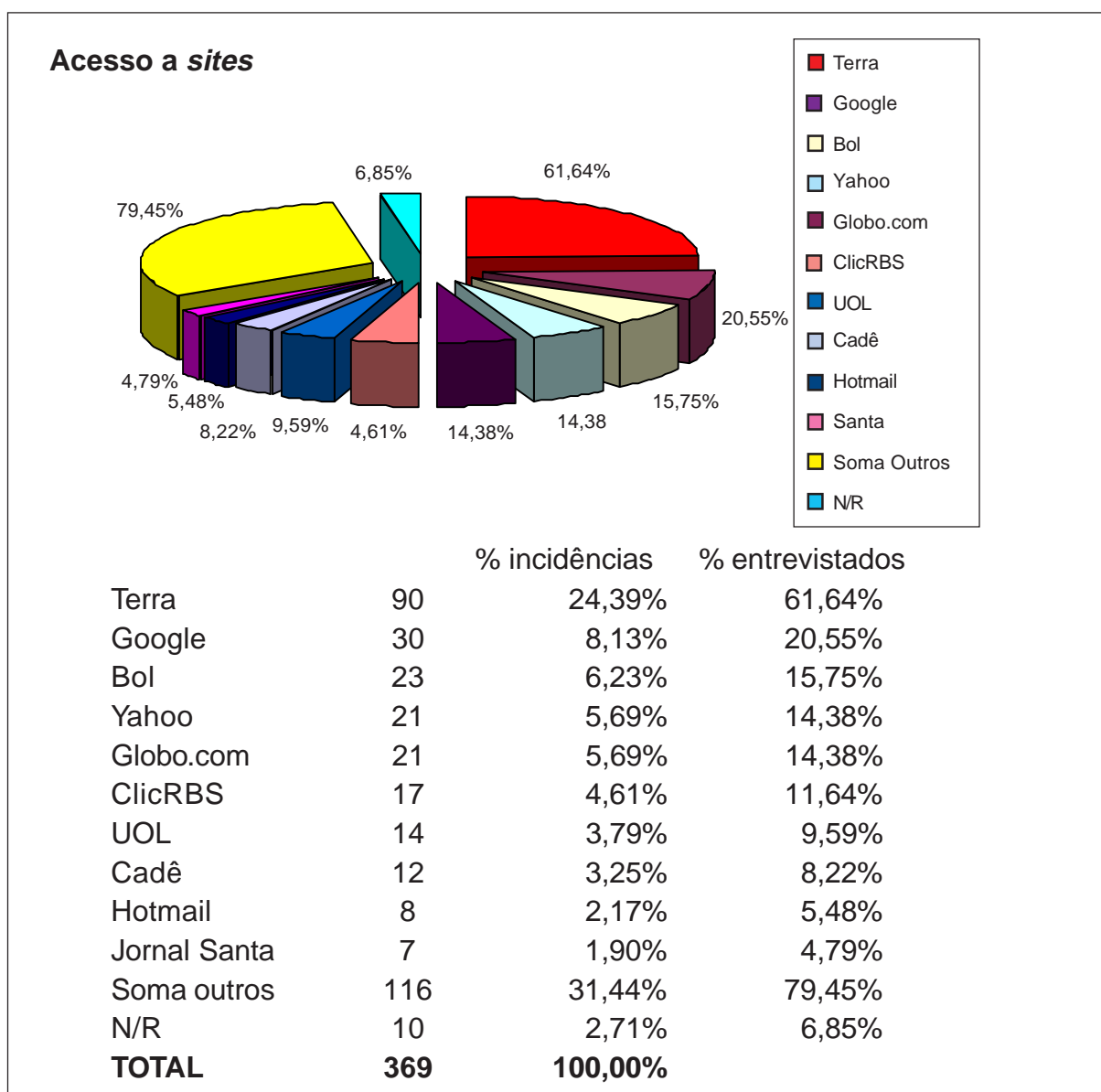


Figura 16 - Gráfico “Quais os sites que acessa com frequência”?

FONTE: Elaborado pelo autor

De todos os entrevistados, 61,64% assinalaram que acessam com frequência o portal Terra, o que totaliza 90 incidências absolutas, ou 24% das escolhas. A pergunta era aberta, e o entrevistado podia apontar mais de um site como resposta, o que explica o total de 369 incidências. O Terra foi líder absoluto das respostas, e o segundo mais acessado foi o Google, com 30 incidências ou 20,55% do total de usuários. O site do DC não aparece entre os dez mais lembrados pela população da amostra.

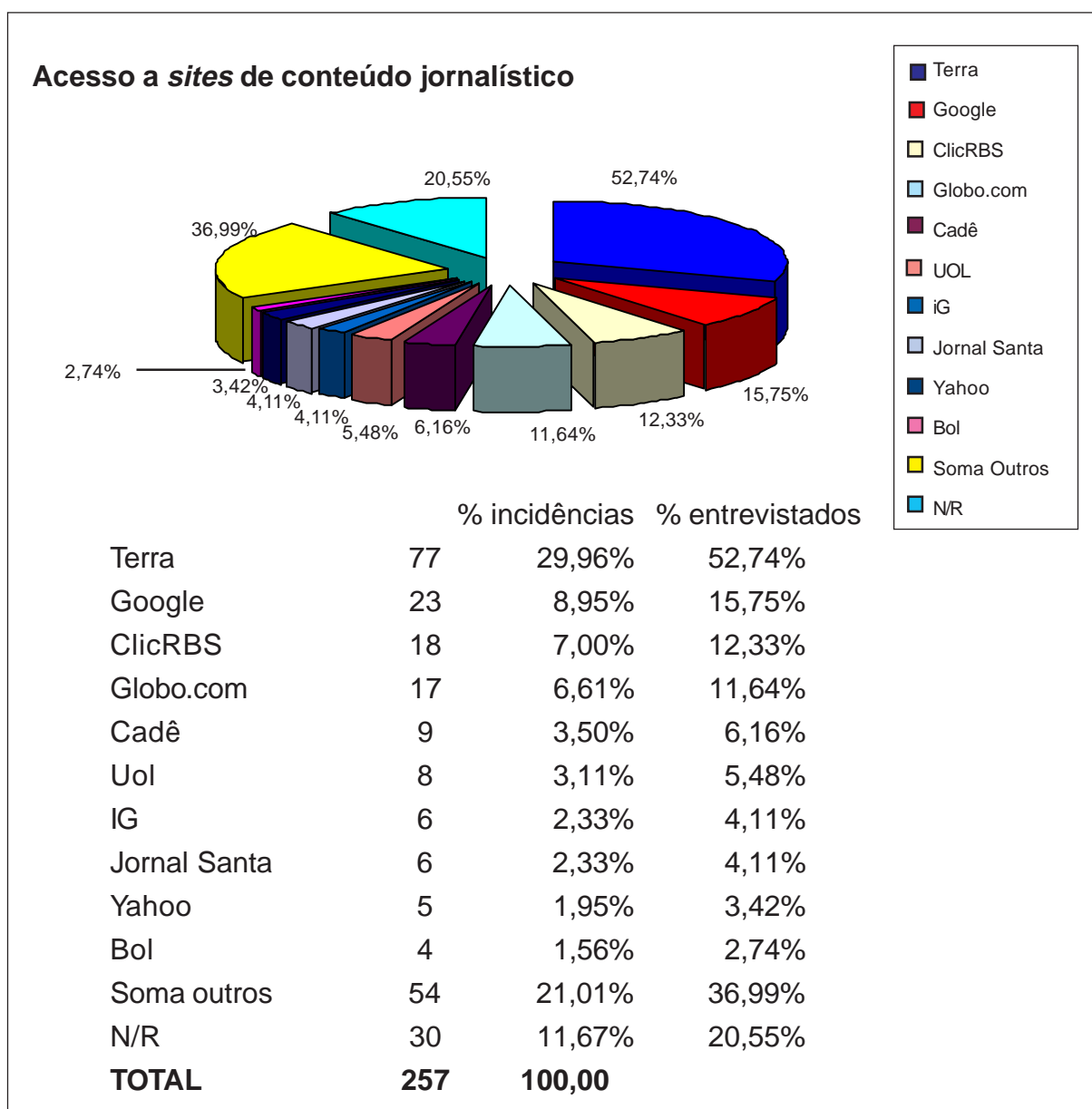


Figura 17 - Gráfico “Quais os *sites* de conteúdo jornalístico acessa com freqüência”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Também nesta questão sobre *sites* de conteúdo jornalístico, o Terra foi o mais citado, com 52,74%. Outra ocorrência que se repete em relação à questão anterior é o segundo lugar nas citações ocupado pelo Google, com 15,75% de lembrança dos internautas. Aqui também o DC não aparece entre os dez mais votados, mas o ClicRBS está em terceiro lugar, na citação de 12,33% dos entrevistados.

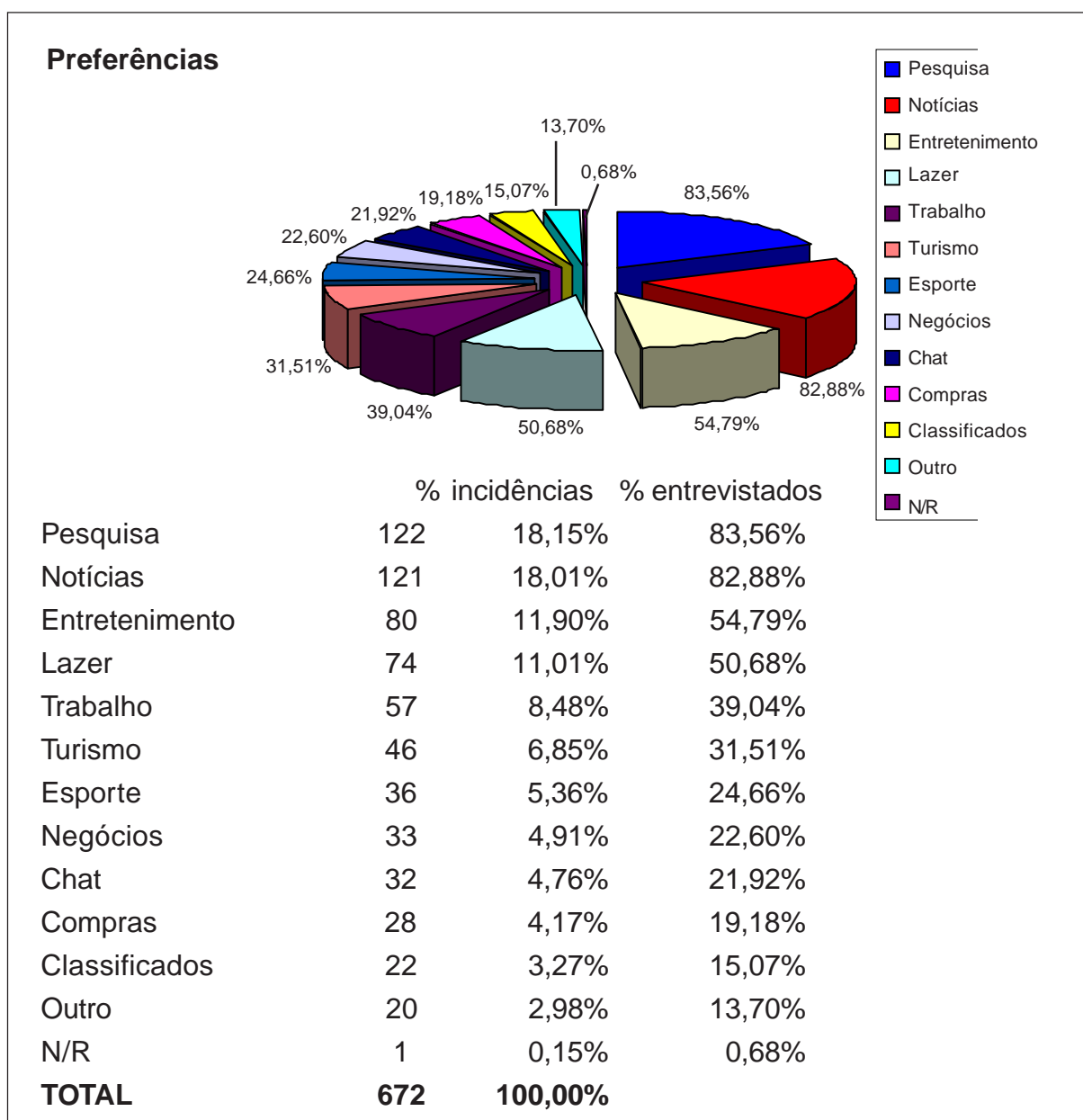


Figura 18 - Gráfico “Quais suas preferências na Internet”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Os itens “pesquisa” e “notícias” são os preferidos, com percentual muito próximo: 83,56% e 82,88%, respectivamente, o que corresponde a cerca de 18% do total de incidências. A opção “entretenimento” vem logo a seguir, com 54,79% das citações. O percentual de usuários que prefere “fazer compras” é pouco significativo, e ficou em 19,18%. O item “e-mail” não fez parte das opções porque seu uso não representaria uma busca em algum *site*, especificamente, mas em um serviço oferecido.

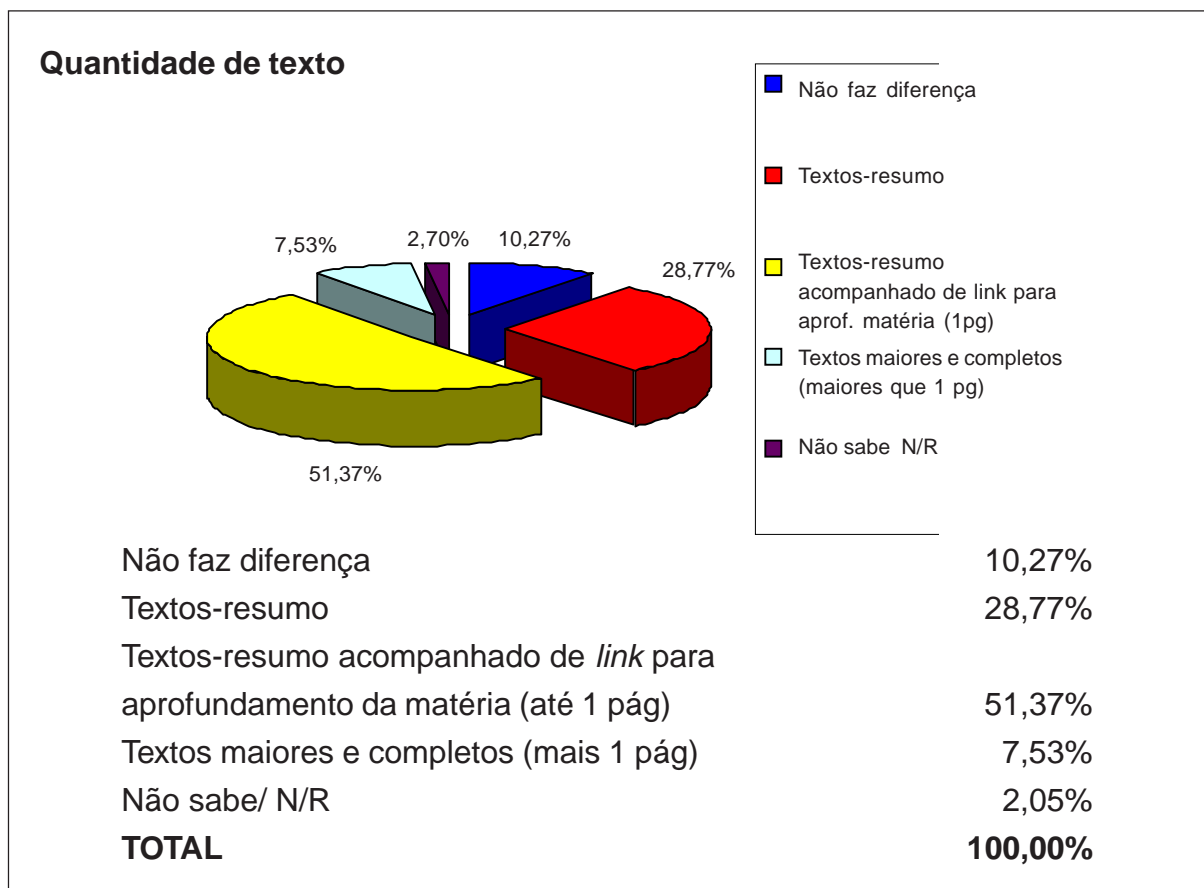


Figura 19 - Gráfico “A quantidade de texto nos *sites* de informação faz diferença? Se sim, o que prefere”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Este é um dado significativo para a pesquisa e para o embasamento das considerações a respeito do conteúdo dos jornais *online*. De acordo com a amostra, 51,37% dos internautas catarinenses preferem ler textos mais curtos, acompanhados de *links* para outras páginas, para que a matéria possa ser aprofundada. O formato de texto preferido é o texto objetivo, uma vez que em segundo lugar na preferência dos entrevistados ficou a opção “textos-resumo”, com 28,77% das respostas. Somando os dois resultados, que representam escolhas afins em relação à quantidade de texto, temos um percentual de 80,14% dos leitores favoráveis aos textos resumidos e objetivos.

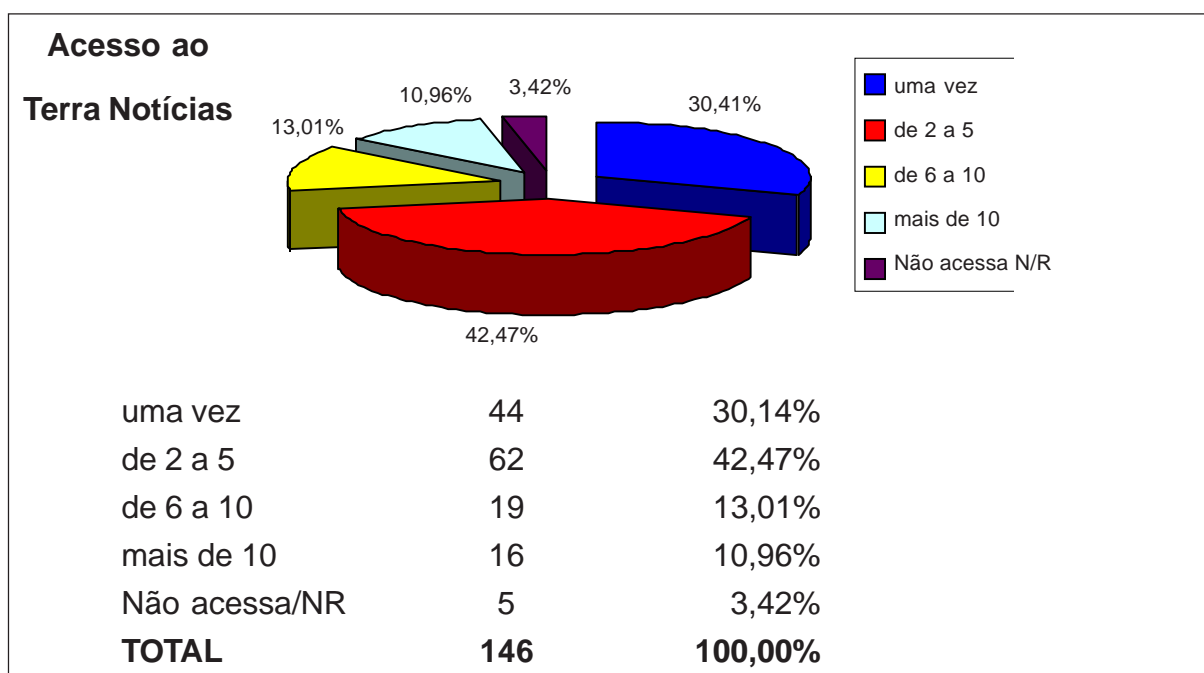


Figura 20 - Gráfico “Quantas vezes acessa o Terra Notícias por semana”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Dentre todos os usuários entrevistados, 30,14% acessam o Terra Notícias uma vez por semana e 42,47% acessam de duas a cinco vezes semanais. Apesar de a maioria realizar no máximo cinco acessos neste período (a soma desses dois dados corresponde a 72,61% dos entrevistados), é significativo o percentual de internautas que navegam no *site* de seis a dez vezes semanais (13,01% da amostra) e também os que realizam ingressos mais de dez vezes, (10,96%) o que corresponde a um total de 23,97% dos indivíduos ou 35 pessoas do total de 146. São índices que podem ser considerados positivos, já que apenas 5 entrevistados, ou 3,42%, declararam que não acessam o *site* ou não responderam essa questão.

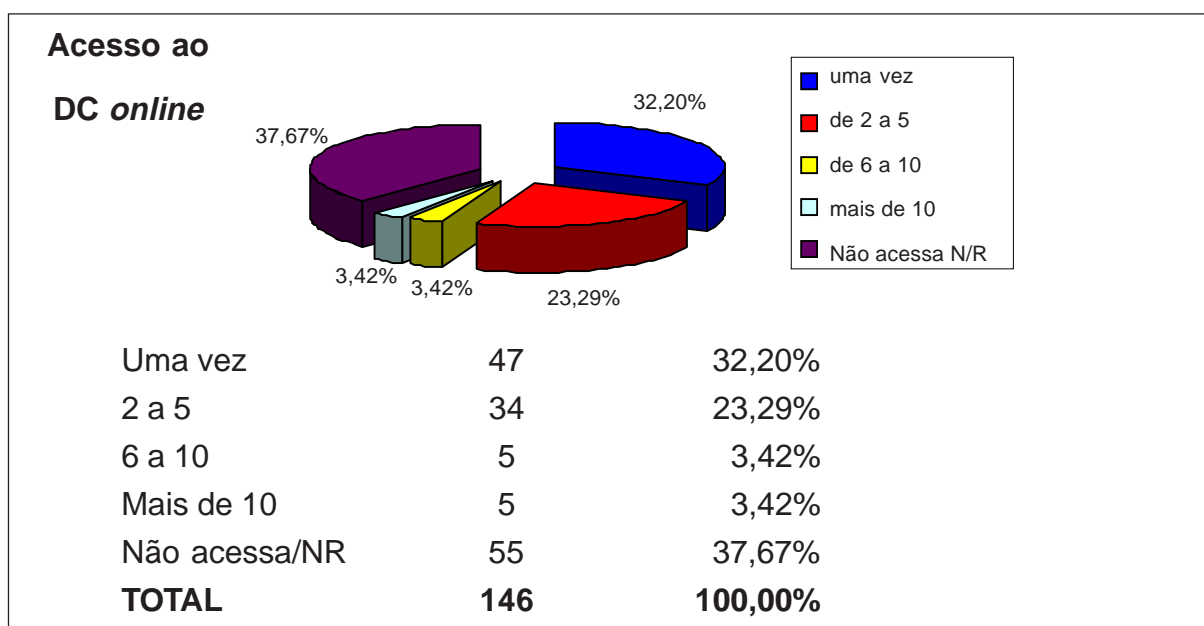


Figura 21 - Gráfico “Quantas vezes acessa o DC online por semana”?

FONTE: Elaborado pelo autor

Dos 146 entrevistados, 55 indivíduos ou 37,67% não acessam a versão *online* do Diário Catarinense, ou não responderam à questão. Este é um percentual alto, se compararmos os números referentes ao Terra Notícias, em que apenas 3,42% enquadra-se nesta opção. Somados os percentuais dos internautas que declararam acessar de seis a dez vezes (3,42%) e mais de dez vezes (3,42%), esse número chega somente a 6,84%, contra 23,97% de usuários do Terra Notícias.

Com relação aos acessos positivos, somados os entrevistados que declararam realizar acessos semanais únicos (32,20%) e os que declararam acessar de duas a cinco vezes (23,29%) teremos 55,49%, contra 72,61% de respostas idênticas em comparação com o Terra. Aqui, acontece o fenômeno inverso ao registrado no item sobre leitura de jornais impressos, quando o fator local teve mais influência. Naquela

oportunidade, os jornais estaduais citados (Jornal de Santa Catarina, Diário Catarinense, A Notícia e Jornal Médio Vale) somavam 76,40% da preferência dos leitores.

A partir dos dados apresentados, pode-se traçar um perfil aproximado da população pesquisada. É possível dizer, de um modo geral, que o internauta possui entre 14 e 50 anos, reside principalmente no Médio e Alto-Vale, na região de Blumenau, é predominantemente do sexo feminino, possui o ensino médio, estuda em um curso superior e a renda mensal familiar gira em torno de até 20 salários mínimos

Quanto aos hábitos de utilização da *Web*, o usuário passa em torno de duas horas diárias conectado à rede, acessa a Internet principalmente de casa e do trabalho, utilizando para isso o acesso discado e o sistema ADSL. Uma parcela significativa, em torno de 46% dos entrevistados, tem assinatura paga de jornal diário ou revista mensal, lê com frequência os jornais catarinenses, com destaque para o Jornal de Santa Catarina, Diário Catarinense e A Notícia, nesta ordem de importância.

Em relação ao conteúdo acessado na rede, o internauta pesquisado tem a preferência pelo portal Terra e, quando o assunto é jornal *online*, prefere o Terra Notícias, mas também registra boa quantidade de acessos ao Google. Entre os assuntos procurados, destaque para pesquisa e notícias, e o pouco interesse (19% dos usuários) por compras na Internet. O usuário catarinense em questão ainda prefere textos curtos, resumidos, de até uma página de extensão, em sua maioria acessa o Terra até cinco vezes semanais, enquanto acessa o DC em torno de uma vez por semana.

4.2 Terra Notícias vs Diário Catarinense: Uma Análise Comparativa

A proposta deste subcapítulo é realizar uma descrição das análises comparativas feitas dos jornais *online* em questão, de acordo com um roteiro previamente estruturado, através das categorias já mencionadas anteriormente.

4.2.1 Com relação ao conteúdo disponível na rede

Uma das características mais marcantes do acesso à informação na sociedade contemporânea, proporcionada principalmente pela Internet, é o fato de que as notícias – enquanto gênero da informação jornalística – quando reproduzidas para meios massivos e divulgadas no mesmo ambiente em que se oferece conhecimento, entretenimento e interatividade, acabam tendo que competir com as demais atrações do veículo. Isso acontece principalmente nos portais e, como lembra Hall (2001), não é uma exclusividade da Internet, mas é potencializada pelo novo meio. Há uma tendência de valorizar as notícias que tendem à espetacularização, ao *fait divers*¹³, como o escândalo, a tragédia ou a vida das celebridades da sociedade (p.137).

¹³ *Fait divers*, ou “caso do dia”, na visão de Roland Barthes, é a notícia sensacionalista sobre a qual a imprensa irá se debruçar e proporcionar exposição midiática; alguns critérios são necessários para que a notícia ganhe tal *status*, como lembra Barthes: a antítese, o inesperado, o bizarro, o emocionalmente chocante, o popularesco.

Nesses casos, a produção industrial que transforma a informação jornalística em notícia ganha uma nova roupagem na Internet. Meio interativo por natureza, também se utiliza das características das outras mídias para enriquecer a abordagem e aprofundar a exploração de um assunto com tais características sensacionalistas. Quando a notícia é um acontecimento que se desdobra por um período mais prolongado, entra em cena a cobertura jornalística, o que fica facilitado com a conversão das mídias na Internet.

a) frequência de atualização do conteúdo;

Essa discussão torna-se pertinente no momento em que se apresenta a análise comparativa dos jornais *online* Terra Notícias e Diário Catarinense com relação à atualização do conteúdo. Ambos os jornais foram observados durante um período de oito dias, entre 6 e 13 de fevereiro de 2004, com quatro acessos diários a cada *site*, de acordo com o descrito no Capítulo 3. Neste intervalo, verificou-se que, enquanto o Terra Notícias atualizava sua página inicial, incluindo sempre matérias recentes ou atualizadas, inclusive registrando a hora em que a notícia fora publicada e sua última atualização, alterando também as chamadas disponíveis no Portal Terra, o DC mantinha durante todo o dia – intervalo da publicação da versão impressa – a mesma formatação. Nos quatro acessos, o conteúdo permaneceu o mesmo, inclusive na mesma disposição, ocupando os mesmos espaços. A atualização do DC, portanto, foi sempre pautada pela nova publicação do jornal impresso.

Para se ter uma noção mais ampla do que isso significa em termos de desvantagem ao número de acessos diários, basta dizer que o usuário que procura na Internet

as últimas notícias, ou informações novas a respeito de um acontecimento, optará por utilizar formato que tenha proposta semelhante à do Terra Notícias, em que há uma preocupação com a atualização constante. Levando em consideração que o leitor acessa, em ambos os casos, o jornal através do portal onde ele está inserido, o comportamento de um mesmo usuário tende a ser diferente em cada um dos ambientes.

Outro fator que deve ser considerado é a questão da visibilidade proporcionada pelo portal em relação ao jornal *online*. Ao acessar o Portal Terra, as notícias atualizadas ganham lugar de destaque na *homepage*¹⁴, e a escolha por um assunto conduz o leitor ao Terra Notícias, que está no próximo nível de navegação. Como a política de atualização privilegia o usuário que realiza mais de um acesso diário, e que se utiliza da Internet como fonte de informação, ao chegar no *site* do jornal o leitor pode realizar uma navegação sempre diferente, a qualquer momento do dia.

Por outro lado, ao acessar o ClicRBS, o leitor encontra na *homepage* uma seleção das principais notícias do momento, originadas de diversas fontes, que podem ser a Agência RBS de notícias, qualquer um dos jornais do grupo, rádios ou mesmo da redação da RBS TV. O leitor, nesta perspectiva, é conduzido pelo seu interesse pela notícia, e só irá acessar especificamente o DC *online* em três ocasiões: a) se uma das notícias que lhe interessam na *homepage* do ClicRBS foi publicada na edição impres-

¹⁴ A *homepage* é a página inicial de qualquer *site* da Web. É nessa página que os portais distribuem visualmente os links para o conteúdo disponível em toda a estrutura do *site*.

sa daquele dia; b) se procurar pela tela uma indicação textual que aponte para um *link* com o jornal; c) se digitar, na barra de endereços, a localização completa do *site*: <http://www.clicrbs.com.br/jornais/dc>.

Segundo pesquisa realizada com 146 internautas catarinenses, apresentada no início deste capítulo, 52,74% dos usuários acessam a Internet por até duas horas diárias (Figura 13), somando as respostas de até uma hora (28,77%) e de duas horas (23,97%). Se considerarmos o perfil conhecido do internauta no geral, que não permanece o tempo todo navegando pelo mesmo ambiente, o intervalo de acesso aos *sites* de notícia fica ainda mais reduzido. Portanto, há a necessidade de se colocar a informação num local de fácil visibilidade na *homepage*, o que pode ser auxiliado pela presença em um portal.

Ferrari (2003, p. 71-72), lembra que a grade de atualização das primeiras páginas dos portais é muito semelhante às grades de programação da TV aberta. Segundo ela, é nos portais que acontece o primeiro cruzamento das mídias, “entre o formato texto, que segue os padrões e estilos da mídia impressa, e as fotos e vídeos, áudios e animações, que vêm da linguagem televisiva, seja no oferecimento das notícias ao longo do dia, seja no formato, muito parecido com o show da TV”.

Nesse ponto, avaliamos que a proposta do Terra Notícias utiliza melhor esta característica do que o DC *online*. Ainda que o conteúdo oferecido nos portais Terra e ClicRBS sejam semelhantes, e considerando que não faz parte da proposta de estudo

um aprofundamento sobre a estrutura dos portais em questão, pode-se afirmar que o espaço de visibilidade proporcionado pela presença em um portal ocupado pelo Terra Notícias é melhor aproveitado do que o utilizado pelo DC *online*, por ambos possuírem objetivos diferentes. No primeiro caso, o Terra é o único jornal *online* do portal, enquanto o DC *online* divide a importância com outros jornais, sendo eles Jornal de Santa Catarina, Diário de Santa Maria, O Pioneiro e Zero Hora.

O caso Iruan

Com o propósito de avaliar mais aprofundadamente o item “atualização de conteúdo”, vamos citar como exemplo o impacto nos dois jornais de um caso midiático de repercussão nacional. Trata-se da repatriação do menino órfão Iruan Ergui Wu, de oito anos, que há três estava morando com os avós paternos em Taiwan. Após longo período de longa disputa, a avó materna, que reside em Canoas/RS, venceu na justiça o direito de ficar com a guarda do menino.

A imprensa nacional realizou ampla cobertura do caso, e intensificou as reportagens e notícias do garoto a partir da noite de 11 de fevereiro deste ano, quando Iruan deixou o Oriente. Ele desembarcou no aeroporto de Guarulhos/SP, às 16h35 do dia 12, chegando em Porto Alegre às 22h. Por volta da meia-noite, estava em Canoas com a avó. Esses passos foram acompanhados de perto com os jornalistas, que a todo o momento abasteciam seus veículos com informações. Acompanhar a chegada do menino transformou-se no evento do dia, um *fait divers*.

b) produção de conteúdo exclusivo, redação apropriada e tamanho adequado à Internet;

Comparando a cobertura nos dois *sites* de informação, podemos descrever que o Terra Notícias teve mais mobilidade com a proposta de atualização das informações através da produção de conteúdo exclusivo, o que permitiu que fosse publicada a 0h38 da madrugada do dia 13 de fevereiro uma primeira matéria, acompanhada de fotos, da chegada do garoto à casa da avó. Juntamente com o texto principal, que trazia um resumo do acontecido nas últimas 24 horas, desde a saída do garoto, foi disponibilizado o arquivo de outras matérias sobre o caso.

Às 13h32 do mesmo dia 13, outra matéria contava como foi o primeiro dia de Iruan na nova casa, as primeiras horas com a avó e o fato de o garoto ter chegado muito agitado e não ter dormido até o início da tarde seguinte. Às 15h09, a matéria foi atualizada e novos dados foram acrescentados, como a informação de que estava programada para as próximas hora a realização de uma entrevista coletiva, com a participação do diplomata Paulo Pereira Pinto, que acompanhou o menino na viagem, e do promotor Afonso Konzen, da Comissão pela Volta de Iruan.



Acima, matéria sobre o menino Iruan logo após sua chegada em casa, nas primeiras horas da sexta-feira, no Terra Notícias. Abaixo, à esquerda, o site do DC ainda sem sofrer atualização à uma hora do dia 13. Informação nova, só na manhã seguinte (à direita).

Figura 22 - Comparativo quanto à atualização das duas publicações

FONTE: Elaborado pelo autor

A mesma cobertura no DC *online* só aconteceu nas primeiras horas da manhã da sexta-feira, dia 13. Ao analisarmos a figura 23, percebemos que, quando o *site* foi acessado, à 1h32 da madrugada do dia 13, as informações eram as mesmas do dia anterior. O conteúdo só foi atualizado na manhã da segunda-feira, quando o jornal impresso estava nas bancas, já que o conteúdo do primeiro depende diretamente deste último.

O texto disponível na Internet era exatamente igual ao da versão impressa. A edição *online* manteve inclusive o mesmo título, “Chega ao fim exílio forçado de Iruan”, o que também aconteceu com a linha de apoio “depois de três anos de disputa familiar,

garoto de oito anos deverá morar com avó materna”. A única diferença está na identificação temática acima do título: enquanto o jornal impresso traz a cartola “DIPLOMACIA”, o DC *online* utiliza “GENTE”. Para ilustrar essas semelhanças, podem ser observados os Anexos C e D, que apresenta tanto a reprodução da reportagem impressa quanto aquela disponibilizada no conteúdo do *site*.

Ao final do texto *online*, não há qualquer possibilidade de ligação através de um *link* que possa remeter o leitor para o que se chama de notícia de *background*¹⁵. Não há a possibilidade de se acessar um banco de imagens, ou mesmo matérias de edições anteriores a partir desta nova informação. Essa característica acaba comprometendo a qualidade geral da informação, uma vez que não há informação relacionada nem dados complementares para ilustrar a notícia.

O que se observa, neste aspecto, é a subutilização de uma mídia, no que diz respeito ao seu potencial de instantaneidade. O argumento de que repercussões imediatas de fatos como esse normalmente já recebem espaço no portal ClicRBS e que, portanto, não há a necessidade de um conteúdo exclusivo para o DC *online*, não deve ser considerado, e pode ser entendido como investimento desnecessário. No entendimento de autores como Hall (2001, p. 160), um jornal *online* deve fazer uso do investimento em tecnologia que foi colocado à sua disposição. Caso contrário, estaria apenas

¹⁵ Notícia de *background*, em jargão da Internet, é aquela que já foi disponibilizada anteriormente e que, após novas matérias, permanece como *link* possível para que o leitor possa entender o fato, caso não tenha qualquer informação a respeito. Também pode ser entendido como um texto resumido sobre o que o leitor precisa saber para se interar de um acontecimento em andamento.

reproduzindo um modelo existente, a um custo muito alto.

Para exemplificar o que chama de erro estratégico, Hall propõe a seguinte fórmula:

$$\text{NT} + \text{OO} = \text{COO},$$

onde “*New Technologies plus Old Organisation = costly old organisation*”. Ou seja, Novas Tecnologias mais Organização Ultrapassada (no sentido de empresa, instituição) é igual a uma Organização que custa muito caro. O autor utiliza este exemplo para dizer que há uma tendência dos grandes jornais impressos em utilizar a tecnologia da Internet para fugir do que chama de “caráter finito da informação impressa”, possibilitando que o mesmo leitor que compra o jornal na banca tenha a chance de acompanhar na Internet os desdobramentos de um acontecimento ou novas informações sobre um fato divulgado de maneira preliminar no meio impresso.

A proposta do Terra, neste caso, tem mais consistência ao utilizar o portal como suporte para o jornal no formato digital, o que não acontece com o DC *online*, pela utilização limitada da nova mídia, que acaba excluindo de seu público-alvo os leitores do modelo impresso. Entendemos, através da observação estruturada, que a não-preocupação com a produção de conteúdo exclusivo e com uma redação específica para a Internet acaba prejudicando a avaliação do DC *online* pelos leitores. A pesquisa de qualidade percebida, a ser revelou que, na média dos 146 leitores entrevistados, o DC *online* recebeu nota 7,34

(desvio-padrão¹⁶ de 1,85) no item “redação apropriada à Internet”. A média geral recebida pelo Terra Notícias foi mais de um ponto superior, com 8,37 (desvio-padrão de 1,23).

A percepção dos usuários também aponta para uma avaliação superior ao Terra em três outros quesitos relacionados ao conteúdo. São eles “intervalo da atualização” (8,27 contra 8,15 do DC), “tamanho do texto adequado à Internet” (8,58 contra 8,23 do DC) e “qualidade geral da informação” (8,27 contra 8,11 do DC), sendo que a diferença de avaliação não foi tão significativa como no item anterior.

c) utilização adequada das figuras e imagens;

Um outro aspecto a ser observado em relação ao conteúdo disponibilizado está relacionado à maneira pela qual os jornais trabalham com as figuras e imagens, como infográficos, fotografias, mapas e esquemas diversos. Também neste item o Terra privilegia a informação dada ao usuário, mantendo fotos atualizadas em seu *site* e proporcionando a recuperação de imagens anteriores, através de um banco de imagens por assunto.

Ainda tomando como parâmetro o caso Iruan e a edição de 13 de fevereiro, a matéria publicada na madrugada pelo Terra, às 0h38, apresentava, numa página localizada no segundo nível de navegação, uma foto da agência Reuters, que flagrava o momento em que a tia carregava o menino no colo para o interior da residência dos avós, em Canoas/RS (Anexo E).

¹⁶ O desvio-padrão é um dado estatístico, obtido a partir do cálculo da diferença entre todas as notas atribuídas em relação à média geral. Segundo Marconi (1985), o desvio padrão é a medida de variabilidade mais aplicada nos trabalhos estatísticos, e serve para determinar as variações dos valores individuais dentro da média. Quando o desvio-padrão é baixo (próximo de 0), significa que a avaliação teve pouca variação entre as respostas. Se esse número é mais elevado (perto de 2 ou acima) indica uma maior variação entre os avaliadores.

Abaixo da foto, uma seção multimídia colocava à disposição dos leitores uma galeria com dez fotos tiradas no percurso percorrido pelo garoto, incluindo-se aí a viagem desde Taiwan, a passagem por São Paulo, fotos dentro do avião e a chegada ao Aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre. Durante a manhã, as fotos eram alternadas nas publicações que atualizavam constantemente a notícia.

Às 13h32, nova matéria é publicada. Dessa vez, a autoria é da agência *Associated Press* (AP), e mostra Iruan, acompanhado do irmão João, espiando o grupo de curiosos que ainda se concentravam em frente à residência. Na galeria de imagens, que permanece abaixo da foto principal, nova atualização. Agora são mais de vinte fotos disponíveis, já que as fotos da madrugada e do início da manhã também passam a compor o banco de imagens. Além disso, a fotografia recebe sempre lugar de destaque na página, contribuindo para a harmonia do *layout*. Imagens que não estão relacionadas ao assunto principal, propagandas e informações de outras áreas não interferem na área ocupada pela notícia, o que pode ser avaliada como um fator positivo, de acordo com Nielsen (2002).

No caso do DC *online*, tomando como objeto de análise a mesma matéria, encontramos uma foto referente ao assunto já na página de abertura (*homepage*), portanto no primeiro nível de navegação. Neste caso, pode ser considerada uma vantagem na utilização de imagens em relação ao Terra, que utilizou fotografia somente no segundo nível. A imagem registra o momento em que o menino desembarcava em São Paulo, e

ilustra um texto-resumo de quatro linhas, que serve de *link* para uma página interna.

Neste espaço, não há utilização de fotografias, quadros ou imagens que ilustrem o texto, que ainda compete em atenção com um anúncio do *ClicEncontros*, site de relacionamentos do ClicRBS. Ao final da matéria, na parte inferior da página (o usuário deve realizar a rolagem vertical do texto), há uma opção de *link* intitulada “multimídia”, identificada pelo ícone de uma máquina fotográfica, com a seguinte frase: “Retorno: pivô de disputas entre familiares, Iruan desembarcou ontem em São Paulo”. Cabe ressaltar que esta frase corresponde à legenda da versão impressa do jornal. A frase é um vínculo ativo, que remete a uma fotografia do garoto, acompanhado das tias, também no aeroporto paulista. A mesma foto foi utilizada na edição impressa.

Como avaliação, pode-se dizer que a política de disposição das imagens não valoriza sua utilização como elemento da informação, uma vez que sua presença na *homepage* apenas serve como fator de atração pelo assunto. Quando se ascende para o segundo nível, o texto precisa competir em importância com uma propaganda do próprio portal, o que, na visão de Nielsen (2002), dispersa o interesse do leitor. Também pode ser entendido como ponto negativo a utilização de apenas uma fotografia num novo ambiente (terceiro nível de navegação), acessado através de um *link* textual, pois esse novo ambiente poderia conter uma galeria de fotos, ou mesmo remeter o leitor, através de outro *link*, para um arquivo de áudio e vídeo.

Tabela 1 - Avaliação dos leitores com relação ao conteúdo

CATEGORIA	Terra Notícias		DC <i>online</i>	
	Média por pessoa	Desvio-padrão	Média por pessoa	Desvio-padrão
Atualidade da informação	8,71	1,22	8,38	1,36
Interesse da Informação	8,32	1,18	8,31	1,18
Intervalo de atualização	8,27	1,33	8,15	1,49
Qualidade geral da informação	8,27	1,20	8,11	1,41
Informação relacionada	7,94	1,45	7,81	1,73
Redação apropriada à Internet	8,37	1,23	7,94	1,85
Tamanho do texto adequado	8,58	1,24	8,23	1,46
Adequação fotografias	8,42	1,41	8,12	1,39
Adequação Infográficos	8,19	1,43	7,93	1,50
Elementos audiovisuais	7,71	1,78	7,34	2,42
Elementos sonoros	7,75	1,88	7,07	2,50
Qualidade do banco de dados	4,86	3,80	5,02	3,73
Qualidade banco de fotografias	4,92	3,81	4,94	3,83
Qualidade banco de sons	4,28	3,90	4,60	3,84
Qualidade banco audio-visuais	4,63	3,78	4,34	3,88
Média global	7,41	1,26	7,17	1,54

FONTE: Elaborada pelo autor

Os leitores, através da avaliação ao DC, também atribuíram nota inferior aos itens “adequação das fotografias” (8,12 contra 8,42 do Terra), “adequação dos infográficos” (7,93 contra 8,19 do Terra) e “elementos audiovisuais ilustrativos” (7,34 contra 7,71 do Terra). Como a diferença em termos valorativos não tenha sido grande (a maior ficou em 0,37 pontos), pode-se dizer que o usuário prefere, ainda que timidamente, a informação textual acompanhada de imagens ilustrativas referentes à matéria.

Em contrapartida, em relação à qualidade do banco de fotografias, houve uma avaliação mais positiva ao *site* do DC, ainda que a diferença tenha ficado em apenas 0,02 pontos e ambos os jornais tenham sido mal avaliados. A média atribuída ao DC ficou em 4,94, contra 4,92 do Terra (todos esses dados aparecem na Tabela 1). A média geral do aspecto “conteúdo” atribui um melhor desempenho ao *site* Terra, ainda que pouco significativa, pois teve uma avaliação média global de 7,41 pontos, contra 7,17 pontos do DC.

4.2.2 Com relação à ergonomia do sistema hipermídia

Falou-se muito, até agora, sobre conversão das mídias, utilização pela Internet dos recursos dos outros meios e também de recursos hipermídia e multimídia. Esta categoria, especificamente, representa um ângulo de observação pelo qual somente os veículos *online* podem ser avaliados. As ações planejadas visando ao grau de funcionalidade de um sistema interativo e de multimídia, também descritos como hipermídia, recebe o nome de ergonomia. A ergonomia é, então, uma preocupação com a usabilidade de um sistema o que, no caso da Internet, ganha a dimensão dos ambientes utilizados para a navegação do usuário.

Nielsen (2001) propõe a utilização do termo usabilidade num sentido mais

amplo do que o comumente usado para comparar uma série de questões sobre aceitabilidade em relação à satisfação dos usuários de sistemas e rotinas de computador. Para ele, usabilidade aplica todos os aspectos de um sistema através do qual o homem pode interagir, incluindo procedimentos de instalação e manutenção. Segundo ele, muito desta característica está dedicada à interface que os softwares apresentam, à sua qualidade e ao grau de comunicação estabelecida com o usuário.

a) funcionalidade da interface e mobilidade entre os níveis de navegação

Na comparação proposta entre o Terra Notícias e o DC *online*, através da observação estruturada, pôde-se notar que ambos os *sites* proporcionam uma boa visibilidade das barras de navegação, tanto horizontais quanto verticais, além de possuírem, nos dois casos, padronização em relação ao *layout* geral de cada página. Pode-se avaliar, no entanto, que a funcionalidade geral do Terra Notícias mantém a proposta de navegação intuitiva e uniforme representada pelo portal, enquanto a versão *online* do DC perde em funcionalidade, *layout* e qualidade da navegação, pela escassez de recursos interativos e de hipermídia colocados à disposição, em comparação com o ClicRBS. Em outras palavras, a navegação perde qualidade quando o leitor deixa o ambiente do portal e passa a navegar exclusivamente no jornal. A questão da padronização de todos os jornais *online* do grupo RBS é fator que leva o DC ao desinteresse por parte do internauta, uma vez que não há um projeto que privilegie suas particularidades nem as vantagens evidentes do meio digital.

Cabe ressaltar, no entanto, que apesar da interface do Diário Catarinense não privilegiar uma experiência prazerosa, que faça o usuário permanecer no ambiente, sua funcionalidade é simples e prática, cumprindo sua função principal de proporcionar a leitura dos textos de maneira rápida e direta. No entanto, a ausência de um planejamento específico para o formato *online* exclusivo impede que o internauta permaneça por mais tempo, o que pode ser considerado um ponto positivo para o Terra Notícias. Pelo oferecimento de recursos multimídia mais funcionais e em maior número, o tempo de uso do internauta tende a ser maior neste *site*.

Tomando como exemplo a edição do dia 13 de ambos os jornais, para ficarmos sob o mesmo parâmetro, percebemos a estrutura do DC muito semelhante à estrutura da versão impressa, o que acaba por dificultar a aproximação com sua interface. A página inicial (primeiro nível de navegação) apresenta uma boa disponibilidade de textos-referência que servem de *links* para os outros níveis, bem dispostos e facilmente clicáveis (Anexo F).

Verticalmente, dispostos à esquerda, uma série de *links* proporcionam a visão do todo e permitem que o leitor se mova dentro do *site*. Ao optar pela leitura de uma matéria principal ou por qualquer outro caminho, essas opções de navegação se mantêm à esquerda, de forma a privilegiar o movimento. No entanto, este nível tem a aparência de um ponto final, de onde só se pode voltar pelo mesmo caminho. Há pouca opção para seguir adiante, novos *links*, novas páginas, novas indicações que continu-

em a abrir um caminho seqüencial.

A página inicial do Terra Notícias apresenta as mesmas características positivas, com o acréscimo que ela pode ser considerada mais “limpa” e funcional. Há, aqui, a vantagem já mencionada que o primeiro nível de navegação do Terra Notícias acontece ainda no ambiente do portal, não sendo necessário procurar por uma ligação dinâmica que leve até as principais notícias disponibilizadas. No próximo nível, exclusivo do Terra Notícias, destaque para as barras de menu fixas acima, que remetem ao portal, e à esquerda, que permitem uma navegação interessante entre os níveis do *site* (Anexo G).

Positivamente, pode ser observado o fato de que nos níveis secundários do Terra não há um tratamento de fim de conteúdo, pois sempre há a possibilidade de se optar por uma nova ligação. Entre as opções, estão recursos multimídia, como fotos, vídeos e arquivos de áudio, outras notícias sobre o mesmo assunto, a possibilidade de o usuário participar de uma enquete, além da disponibilização de *links* para páginas externas ao *site*.

Os leitores entrevistados avaliam de forma diferenciada os dois jornais, de acordo com a preocupação ergonômica de cada um. No item “facilidade de navegação no *site*”, que corresponde à mobilidade entre os níveis de navegação, o *site* do Terra recebeu nota 8,52, enquanto o DC foi avaliado em 7,97. O critério “intuitividade do funcionamento” também apontou uma melhor qualidade para o Terra, que ficou com uma média

de 8,24 contra 7,83 do Diário Catarinense. Vale lembrar que o *site* do Terra é aquele que, entre os dois, conta com o maior número de acessos e está na preferência dos usuários entrevistados, o que resulta diretamente num conhecimento mais aprofundado sobre a qualidade dos recursos, sendo o segundo fator determinante ao primeiro.

b) utilização de linguagem hipertextual: a presença de links, eficiência dos recursos multimídia

Hipertexto, apesar de não ser encontrado com exclusividade no ambiente da Internet, é uma das principais características do novo meio. Todo *site* apresenta uma linguagem hipertextual, pois as próprias relações dinâmicas entre eles configuram-se em ligações hipertextuais. O problema não é verificar se o jornal adota a utilização do recurso, mas se há, na construção e na manutenção do conteúdo disponível, uma filosofia voltada à linguagem do hipertexto. Como lembra Hall (2001, p. 66), é a possibilidade de combinação de textos com as outras mídias, com os serviços de compras *online*, com *links* que apontem para outros *sites*, listas de discussão, salas de bate-papo, foruns *online* etc que torna a Internet um meio essencialmente hipertextual.

De acordo com Ferrari (2003), o jornalismo ganha nova roupagem a partir das perspectivas da Internet, principalmente com as possibilidades de conexões hipertextuais. Escreve a autora:

Um bloco de diferentes informações digitais interconectadas é um hipertexto, que, ao utilizar nós ou elos associativos (os chamados *links*), consegue moldar a rede hipertextual, permitindo que o leitor decida e avance sua leitura do modo que quiser, sem ser obrigado a seguir em uma ordem linear. Na Internet nós nos comportamos como se estivéssemos lendo um livro, com começo,

meio e fim. Saltamos de um lugar para outro – seja na mesma página, em páginas diferentes, línguas distintas, países distantes etc (p.42)

Além da possibilidade de conexões entre blocos de texto, pode-se interligar texto a ferramentas multimídia, como imagens fotográficas, arquivos de áudio e vídeo, novas páginas da Internet etc. A utilização interligada dos recursos multimídia deste recurso originado a partir do hipertexto é chamado hipermídia, fenômeno verificado principalmente na Internet através do suporte oferecido pelo desenvolvimento da informática e das novas tecnologias da comunicação.

O ponto é: como os jornais *online* pesquisados utilizam esses recursos, se extensiva ou timidamente ou, ainda, se o fazem com a consciência dos efeitos que produz. Ferrari questiona a utilização do ambiente como simples espaço onde as mídias se encontram, e ressalta a característica de um meio novo, desafiador, quando afirma que a Internet está a caminho de uma linguagem própria, já que “não podemos encará-la apenas como uma mídia que surgiu para viabilizar a convergência entre rádio, jornal e televisão. A Internet é outra coisa, uma outra verdade e conseqüentemente uma outra mídia, muito ligada à tecnologia e com particularidades únicas”.

Para realizar a observação estruturada neste item, nos dois jornais pesquisados, buscou-se responder à seguinte pergunta: em que nível se dá a utilização da linguagem hipertextual, a partir da presença de *links*, e qual a qualidade dos recursos multimídia colocados à disposição do usuário. Nos oito dias em que foram observados

os dois jornais *online*, pôde-se notar que o *site* Terra Notícias prevê, em todos os seus níveis de navegação, a possibilidade de interação com o uso razoável de recursos múltiplos de banco de textos e imagens, vídeo e áudio.

Utilizando a base multimídia do portal Terra, o jornal privilegia a localização dos botões de acesso a esses recursos, em área de boa visibilidade e nas proximidades das matérias ou assuntos relacionados. Observou-se, entretanto, uma maior oferta de *links* para bancos de imagens fotográficas (através da classificação *galeria de fotos*) do que dos outros recursos de áudio e vídeo. Quando isso aconteceu, as mídias não eram integradas, mas separadas, o que não chega a caracterizar uma exploração suficiente acerca do entendimento pleno do que sejam recursos hipermídia.

Por parte do Diário Catarinense, a utilização dos recursos multimídia é ainda mais modesta. Se no Terra as ferramentas são disponibilizadas de maneira isolada, em que cada mídia cumpre o papel que se espera dela, sem tarefas interligadas, sem a convergência proposta pelo termo hipermídia, no DC o próprio oferecimento deste recurso é bastante limitado. Já foi citado anteriormente o exemplo da cobertura do caso Iruan, na edição de 13 de fevereiro de 2004, em que apenas um texto trazia, num nível secundário de navegação, as informações que repetiam o modelo impresso. Ao final, um *link* denominado “multimídia” direcionava o internauta para uma única foto, a mesma utilizada na versão impressa.

Nos oito dias em que se observou o *site*, em todos os níveis navegados, os

recursos multimídia eram limitados a arquivos fotográficos ou ao redirecionamento para um banco multimídia disponível a partir do ClicRBS. Tomando outro exemplo de subutilização desses recursos, na mesma edição de 13 de fevereiro de 2004 encontramos uma matéria sobre a lei que coloca um novo olhar sobre a questão do usuário de drogas, trocando a pena da prisão por serviço comunitário, como forma de diferenciar o consumidor do traficante.

Para que o texto principal e as informações adicionais pudessem ser lidas, um longo deslocamento vertical precisou ser feito. Impresso, todo o material resultou em três folhas tamanho A4 (Anexo H) repletas de texto linear, sem ilustrações, sem quebra em *sub-links*, sem imagens associadas e sem qualquer recurso multimídia colocado à disposição.

Pode-se inferir, através dos exemplos trabalhados, que se o Terra Notícias não utiliza, na maioria das vezes, os recursos multimídia com características de conversão e de hipermídia, o DC apresenta uma utilização mínima desses recursos. Com relação à qualidade do acesso, pode-se dizer que a infraestrutura proporcionada pelo Portal Terra faz com que os recursos multimídia sejam melhor apresentados neste jornal. O tempo de espera para *downloads* de gráficos, figuras e arquivos multimídia pode ser considerado dentro da média, pois o Terra privilegia arquivos em formato compactado o que, aliado à qualidade da engenharia do *site* resultam em maior velocidade.

Foram realizados três *downloads* de arquivos multimídia neste período, sendo eles a) arquivos de áudio e vídeo integrado com os gols de Inter e Grêmio pelo campe-

onato gaúcho, em 10/02/2004; b) um vídeo que mostrava as primeiras imagens de uma avó que deu à luz aos próprios netos, em 08/02/2004; c) vídeo em que a prefeita de São Paulo, Marta Suplicy, discute com eleitoras em subúrbio paulista, em 07/02/2004. Em nenhum desses casos o tempo de *download* foi superior a um minuto.

No caso do DC *online*, no mesmo período acompanhado, nenhum recurso multimídia além de banco de fotografias foi disponibilizado pelo *site*. O jornal também considera multimídia o *link* que possibilita, em casos escolhidos pelo próprio *site*, a recuperação de textos que pertencem ao arquivo do jornal, como forma de ilustrar uma nova abordagem sobre o assunto. Isso aconteceu na edição de 10/02/2004, com matéria que revela um flagrante de venda de drogas no centro de Florianópolis, a cem metros de uma delegacia de polícia.

Ao final do texto, pouco antes dos *links* que apontam para outras notícias sobre o tema, uma opção intitulada “multimídia” indicava para o *download* de um arquivo em extensão “pdf”¹⁷. Na verdade, tratava-se da matéria, em diagramação padrão do DC, recuperado de edições anteriores e disponibilizados pelo *site*. Este *download* também demorou cerca de um minuto, o que pode ser considerado um aspecto positivo do recurso utilizado, apesar de entendermos ser um equívoco, a partir da teoria apresentada, chamá-lo de recurso multimídia.

¹⁷ PDF é a sigla para *Portable Document Format*, arquivo obtido através da exportação em programas de pré-impressão, como o *Acrobat Distiller*. Tem a função de “fechar o arquivo”, ou seja, trabalhar com a opção de um arquivo que não pode ser aberto após a exportação, e, assim, preservando todas as características do documento original, como fontes, gráficos, tabelas, espaçamentos etc, muito usado para transporte de arquivos pela Internet. Entretanto, exige que o usuário, para acessá-lo, tenha em seu computador um programa capaz de fazer a leitura do documento, um *software* que o codifica, como o *Acrobat Reader*.

Tabela 2 - Avaliação dos leitores com relação à ergonomia

CATEGORIA	Terra Notícias		DC <i>online</i>	
	Média por pessoa	Desvio-padrão	Média por pessoa	Desvio-padrão
Organização interna do <i>site</i>	8,54	1,25	8,13	1,37
Facilidade de navegação no <i>site</i>	8,52	1,32	7,97	1,79
Intuitividade do funcionamento	8,24	1,38	7,83	1,53
Uniformidade dos elementos gráficos de navegação	8,31	1,38	7,77	1,59
Utilização de linguagem-padrão de navegação	8,45	1,56	7,91	1,42
Qualidade e acesso às ferramentas multimídia	8,29	1,71	7,89	1,66
Média global	8,40	1,17	7,93	1,26

FONTE: Elaborada pelo autor

A opinião dos leitores em relação aos dois aspectos que se referem ao assunto aponta igualmente maior qualidade ao sistema hipertextual e multimídia apresentada pelo Terra Notícias, ainda que a diferença não seja expressiva em valores. Através da Tabela 2, podemos perceber que o item “utilização de linguagem padrão de navegação”, onde se encaixam os diferentes níveis de navegação, o movimento do usuário pelo *site* e toda a rede de hipertextualidade, atribuiu uma avaliação média de 8,45 para o Terra, que teve uma diferença significativa em relação ao DC *online*, que teve uma média de 7,91. No item “qualidade e acesso às ferramentas multimídia”, a diferença foi um pouco menor, mas também apresenta um dado relevante. A média do Terra foi de 8,29 pontos contra 7,89 pontos do Diário Catarinense.

Como síntese, pode-se dizer que numa observação global sobre a opinião dos

leitores a respeito da ergonomia do sistema hipermídia, assim como já havia acontecido em relação ao conteúdo disponível, aponta ligeiramente uma melhor qualidade percebida para o Terra Notícias, que alcançou pontuação média de 8,40 pontos, em comparação aos 7,93 pontos da versão digital do DC.

4.2.3 Com relação aos recursos de interatividade

Os dois aspectos anteriormente abordados, disponibilização de conteúdo e ergonomia do sistema hipermídia, denotam duas observações importantes. A primeira, de que a preocupação com o conteúdo e com a forma pela qual ele é apresentado não é uma exclusividade da Internet, mas que a disseminação do novo meio enquanto mídia instantânea acabou remodelando o sistema de produção de conteúdo, tanto para atender a demanda do novo veículo quanto à necessidade de adaptação das mídias tradicionais.

Da mesma forma, a outra implicação não menos pertinente decorre do fato de que o fenômeno de conversão das mídias não se encontra somente na Internet. Decorre, então, a partir de uma modificação estrutural da sociedade, que caminha para o status de Sociedade da Informação, e de todas as configurações tecnológicas, sobretudo na base da comunicação. A ocorrência, entretanto, pode ser mais facilmente verificada na *World Wide Web*, uma vez que é um meio que favorece tanto a comunica-

ção massiva quanto a personalização das relações humanas.

Desse panorama, emerge um novo cidadão da *Web*, como propõe Mosco (2000,p.37), a partir da defesa de argumentos como “morte da distância” e “o fim da geografia”, impostos pela transformação nas bases espaciais reflexo da Sociedade da Informação. Esse novo cidadão conecta-se regularmente à Internet, de onde também realiza compras, escuta música, assiste a filmes e vídeos que raramente seriam transmitidos na TV aberta, comunica-se com os amigos, encontra e desenvolve um relacionamento afetivo, enfim, interage constantemente com o meio e com outro cidadão através da estrutura informacional e tecnológica da Internet.

Para se avaliar comparativamente o nível de utilização nos dois *sites* estudados, optou-se por analisar a presença, localização e a funcionalidade de algumas seções-chave em relação aos recursos de interatividade. São eles a seção “fale conosco”, as “enquetes *online*” e a “possibilidade de participação em *chats* ou foruns de leitores”.

a) “fale conosco”

Uma forma de medir a interatividade é avaliar a importância que o “fale conosco” recebe num *site* de informação. A primeira consideração a ser feita é que ambos os ambientes possuem o botão com essa finalidade, localizada na parte superior da página, em todos os níveis de navegação e com boa visibilidade. Para conhecer melhor a utilização desta seção, no dia 10 de fevereiro foi enviado um *e-mail* com elogio e uma pergunta operacional sobre a política de atualização do jornal para cada um dos *sites*

de conteúdo, basicamente com o mesmo teor.

A resposta da equipe Terra retornou por *e-mail* menos de 24 horas depois da utilização da seção “fale conosco”, através de texto personalizado agradecendo pela utilização do serviço e indicando o nome e o *e-mail* das duas pessoas responsáveis pelo questionamento (Anexo I). Por isso, foi considerado positivo, uma vez que cumpre satisfatoriamente o papel de encaminhar um *feedback* personalizado ao usuário. No entanto, o grupo avaliador não reconhece esse aspecto como qualidade, atribuindo uma nota média de 7,68 pontos, uma das menores pontuações da categoria recursos de interatividade.

Com relação ao Diário Catarinense, tomando-se como parâmetro que foi enviado *e-mail* semelhante na mesma data, nenhuma resposta foi enviada, mesmo passados alguns dias do comunicado original. A interatividade, no caso desta ferramenta em particular, compreende duas fases distintas: a primeira delas ocorre na disponibilidade do acesso ao serviço “fale conosco” e a possibilidade do envio de *e-mail*.

A efetivação do sistema interativo só se completaria, no entanto, com a segunda fase, que é a resposta da comunicação (que pode ser padronizada, enviada automaticamente pelo sistema ou personalizada, enviada pela pessoa responsável), o que acabou não acontecendo. Por este motivo, o *feedback* torna-se inoperante e inviabiliza uma avaliação positiva do item “fale conosco”.

Essa interpretação, no entanto, não se reflete numa avaliação negativamente

considerável por parte dos internautas pesquisados. No item “qualidade do *feedback* ao usuário”, apesar da atribuição de uma média menor ao Diário Catarinense (7,24), esse item não mostra uma diferença significativa em relação ao Terra Notícias, para quem foi atribuída uma média de 7,68 pontos.

b) “*enquetes online*”

A utilização de enquetes por parte do leitor é uma marca da Internet e uma ferramenta adotada pela grande maioria dos *sites* de informação. Baseados na prerrogativa de que uma matéria de destaque proporciona sempre uma interpretação por parte de quem a consome em forma de notícia, os *sites* costumam disponibilizar enquetes sobre diversos assuntos num mesmo dia.

O Terra mantém esse hábito, e no intervalo de oito dias em que se deu a observação estruturada no ambiente, foram proporcionadas nove de possibilidades de opinião, o que num período de oito dias resulta numa média de 1,13 enquetes por dia. Duas características positiva, além da quantidade, são a adequação do objeto das pesquisas ao conteúdo trabalhado com prioridade naquele momento e a formulação de uma nova pergunta a cada novo assunto que suscite a opinião do leitor.

Experiências como essas foram verificadas durante todos os dias pesquisados, com destaque para as matérias sobre política, economia e variedades, que invariavelmente oportunizavam o espaço para a colocação do leitor. Na matéria sobre o retorno do menino Iruan à casa dos avós maternos, duas perguntas foram formuladas durante a

atualização do conteúdo. A primeira pergunta era: “quem deve ficar com a guarda do menino Iruan?”, e permitia duas respostas: a) família brasileira; b) família taiwanesa.

Outra pergunta apresentava uma variação deste questionamento, e queria saber: “quem está com a razão no caso do menino Iruan?”, prevendo três respostas: a) família brasileira; b) família taiwanesa; b) nenhuma das duas. Importante observar que, no mesmo ambiente, o Terra disponibilizou uma lista de *links* com matérias anteriores e uma matéria-resumo, para que o internauta pudesse interar-se do caso antes de participar da votação.

Ainda que de forma direcionada (já que o sistema de enquete apresenta sempre uma pergunta fechada, com respostas previstas) é um bom meio de manter a interatividade com o usuário. Importante também é a divulgação das respostas de questionamentos anteriores, uma vez que o usuário gosta de situar sua opinião entre os demais leitores.

O Diário Catarinense, por sua vez, não demonstra utilização plena deste recurso, já que se observou que a natureza das enquetes atende preferencialmente às notícias de maior repercussão, geralmente disponibilizados também no ClicRBS. É significativamente menor o número de incidências, já que foram registradas apenas três enquetes durante os oito dias, perfazendo uma média de 0,38 possibilidades de participação por dia.

Além da quantidade, a qualidade é outro fator que não permite uma avaliação

positiva neste aspecto. Do dia 07 até o dia 10 de fevereiro, a pergunta oferecida aos internautas que acessaram o DC na Internet permaneceu a mesma: “a volta às aulas já em fevereiro prejudica o turismo?”, com duas opções de respostas: a) sim, muitas famílias encurtam as férias por causa do calendário escolar; b) não, o feriadão de Carnaval compensa essa perda. Numa avaliação quanto ao teor do questionamento, pode-se afirmar que o assunto não possui relevância social tão significativa ao ponto de permanecer durante três dias como enquete.

Outro fator que pode ser analisado é que, em virtude da produção do conteúdo não ser exclusiva, e não existir uma preocupação pertinente que a interatividade mereça, algumas oportunidades passam despercebidas. Dois exemplos podem ser utilizados para ilustrar o prejuízo em termos de interatividade dessa política.

Primeiro, um assunto que ocupou boa parte do espaço da mídia do dia 6 de fevereiro de 2004 ganhou repercussão no dia 7 de fevereiro no DC *online*. Com o título “Blasi vê armação no escândalo do bordel”, a matéria trazia a defesa do secretário de Segurança de Santa Catarina, João Henrique Blasi, sobre a denúncia de que policiais militares, acompanhado do coronel Paulo Conceição Caminha estaria realizando uma festa em um bordel investigado por exploração juvenil, alegando ser um episódio político.

E em segundo lugar, o *site* apresentou, no dia 10 de fevereiro, uma matéria revelando o flagrante de tráfico de crack no centro de Florianópolis, próximo a uma delegacia. O material recebeu destaque na edição daquela terça-feira, tanto no jornal

impresso quanto na versão para a Internet. No *site* do DC, uma matéria completa, com um resumo do fato publicado no dia anterior através de um quadro denominado “entenda o caso”, a presença de recursos multimídia como arquivo de fotos e um arquivo de áudio de boa qualidade, contendo a entrevista do secretário João Blasi.

Em ambos os casos, no espaço direito da matéria, a enquete perguntava a opinião dos internautas em relação às férias escolares (mesma proposta anterior), que não tinha nenhuma relação com qualquer um dos casos. O jornal perdeu, nas duas oportunidades, a chance de questionar os leitores a respeito de dois temas polêmicos. A leitura errada desse panorama remete mais uma vez para a utilização deficitária das possibilidades interativas da Internet.

Mais uma vez, entretanto, o leitor pesquisado não percebe essa deficiência de maneira incisiva, já que atribuiu uma nota razoável ao item “possibilidade participação em questionários *online* (enquetes)” para o Diário Catarinense, com uma média de 7,56. Esse resultado está abaixo da nota obtida pelo Terra Notícias, (8,16), mas ainda assim pode ser considerada uma avaliação positiva, em termos absolutos.

c) possibilidade de participação em chats e foruns de leitores

Da mesma forma que as enquetes *online* proporcionam um tipo de participação rápida e direcionada, através de uma questão fechada, os chamados espaços de participação interativa abertos, como *chats*, listas de discussão e foruns de leitores oportunizam uma leque maior de interatividade. Os espaços de interação, quando bem utilizados,

aprofundam a relação entre o *site* e os usuários e entre os próprios usuários, criando uma espécie de vínculo social, ainda que os diferentes agentes não conheçam uns aos outros.

Essa rede de interatividade acaba por constituir a base da comunicação contemporânea da geração que usa sobretudo a Internet para comunicação. Também é fato conhecido que usuários mais experientes da Internet fazem uso com mais naturalidade de códigos lingüísticos e semióticos contidos nas representações desses espaços. Nesse sentido, a interatividade inerente aos ambientes que envolvem troca de opiniões, impressões, avaliações e posicionamentos é oportunidade rica para a interação humana.

Essa análise foi a única que não foi realizada no período que compreendeu a observação estruturada, porque exigiu um tempo maior de execução e uma preparação pessoal para que a participação, como pesquisador pudesse acontecer de uma maneira mais isenta, bem como fosse embasada em critérios pertinentes de comparação. Antes de realizar a observação, outros sistemas interativos através da participação em foruns foram utilizados.

Ambos os acessos aconteceram na tarde do dia 23 de fevereiro de 2004. O primeiro *site* a ser acessado foi o do Terra Notícias. No entanto, após alguns minutos de navegação, não foi encontrada, dentro do ambiente, qualquer relação ou indicação que apontasse para a participação em *chats* ou foruns de leitores. Optou-se fazer uma pesquisa utilizando o motor de busca, e como o o sistema realizou imediatamente o direcionamento para a seção “fórum”, do Portal Terra, optou-se por não realizar a aná-

lise, entendendo que o *site* não disponibiliza regularmente a opção “*chats* e foruns de leitores” em sua página da Internet.

Logo em seguida, iniciou-se a navegação no Diário Catarinense que mostrou, logo na página de abertura (primeiro nível de navegação) uma opção de interatividade que permitia participar do forum de leitores, com o tema “Santa Catarina está preparada para receber o turista?” Um clique depois, já no segundo nível de navegação, a página oferece uma série de comentários dos leitores, com ícones em forma de “carinhas”, que atribuem se o posicionamento é negativo ou positivo. O autor de cada comentário é devidamente identificado, assim como a data e hora do acesso.

Ao se clicar no botão “publicar mensagem”, chega-se no terceiro nível de navegação, onde abrem-se diversos campos para o preenchimento dos dados do participante do fórum. É bom lembrar que, para chegar aí, é necessário que o usuário tenha feito um cadastramento prévio. No terceiro nível, o usuário deve preencher os seguintes campos:

NOME
SOBRENOME
E-MAIL (opcional)
CIDADE
ESTADO
PAÍS
TÍTULO DA MENSAGEM
(digitar a mensagem) 600 caracteres.

Após o último passo, o usuário deve clicar em enviar mensagem. Chega-se então ao quarto nível de navegação, onde aparece a janela de confirmação. A opção indicada é “Voltar para a página inicial do forum”, que já representa um quinto nível de navegação. O

próximo nível apresenta uma lista completa com as últimas participações de leitores, elencadas pelo título, mas não foi possível visualizar a mensagem enviada. Há um novo botão indicando o caminho para a volta à página inicial do fórum. Ao se clicar no botão, volta-se para tela anterior, não para a página inicial, e assim num círculo que não permite que o usuário veja a sua mensagem. Foi utilizado por duas o botão “voltar” do navegador, mas não foi possível voltar ao ponto desejado. Optou-se por digitar, na barra de endereços, a URL “www.clicrbs.com.br/jornais/dc”, para que fosse possível, através de um novo acesso, visualizar, na lista de usuários, o comentário que foi enviado.

O processo foi repetido, e através da página inicial chegou-se novamente até a página inicial do ambiente desejado, onde pôde-se encontrar, no topo da lista, o título escolhido anteriormente, “é preciso melhorar atendimento”, com a identificação do emissor e a hora do envio do comentário (Figura 23). Como pode ser observado, é exaustivo o caminho que o leitor precisa realizar até ver seu texto publicado. São muitas etapas de navegação, além da necessidade de um pré-cadastro e de uma nova identificação já na área interna do *site*.

Mesmo assim, numa análise comparativa, o *site* do Diário Catarinense leva ampla vantagem com relação ao Terra Notícias, uma vez que este último não faz uso da ferramenta de maneira sistemática. Cabe lembrar que em nenhum dos outros acessos diários realizados durante o período em que se desenvolveu a observação, 6 a 13 de fevereiro de 2004, foi identificada a disponibilização deste espaço no *site* do Terra.

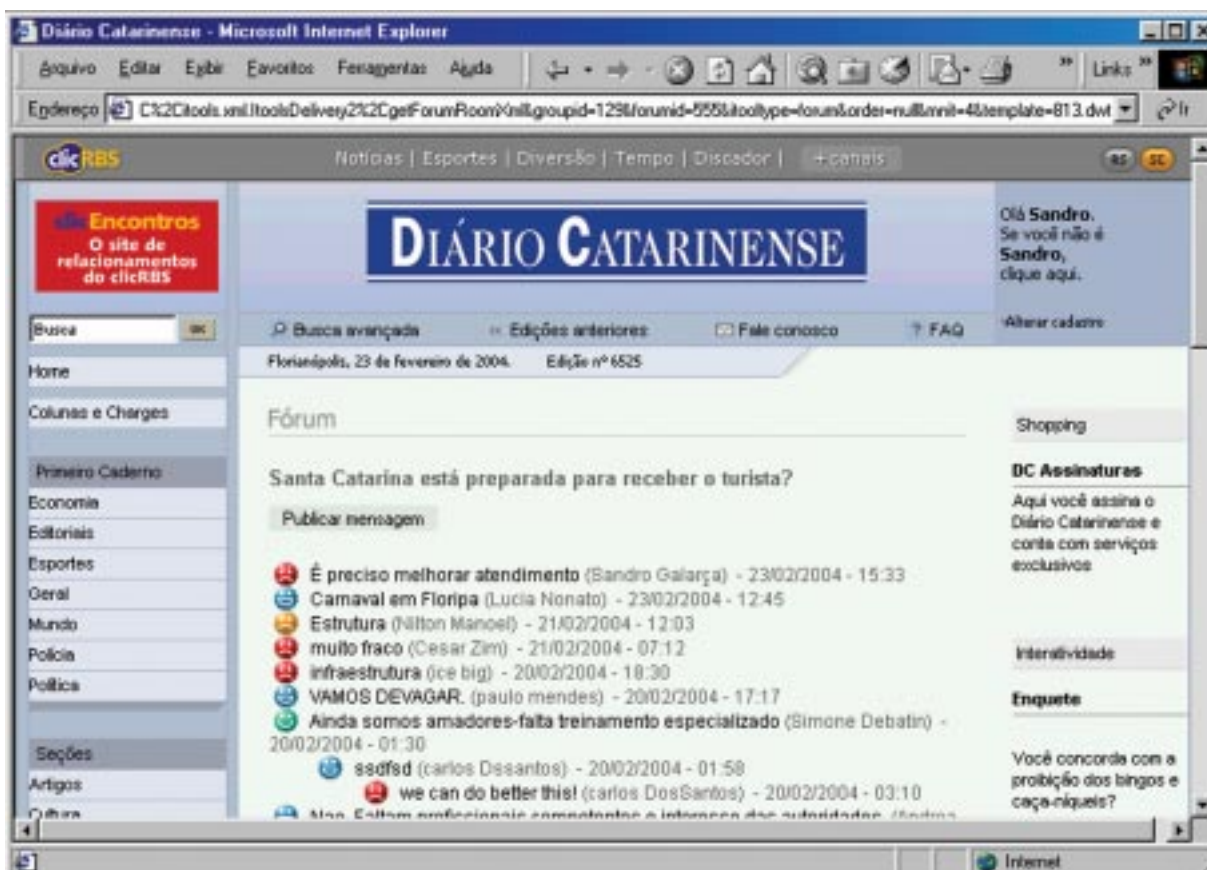


Figura 23 - Página introdutória da seção “Fórum”, do Diário Catarinense *online*
 FONTE: <http://www.clicrbs/jornais/dc/forum>

Entretanto, a avaliação do Terra foi superior à alcançada pelo Diário Catarinense, com 7,75 pontos contra 7,26. Os itens “recursos de interatividade”, e “disponibiliza edições anteriores”, foram os únicos avaliados com nota inferior a 8,0.

Já com relação ao Diário Catarinense, a avaliação dos leitores só atribuiu nota superior a 8,0 em três aspectos: “funcionalidade e simplicidade operacional”, “esquema de cores e tamanho das fontes” e “localização dos botões”. No item “motor de busca”, outro recurso importante quando se fala em interatividade, o Terra teve uma avaliação média que ficou em 7,88 pontos, enquanto o DC teve uma nota de 7,10 pontos. Na média global de Interatividade, o Terra ficou com 8,11 pontos, contra 7,63 do DC *online* (Tabela 3).

Tabela 3 - Avaliação dos leitores com relação à interatividade

CATEGORIA	Terra Notícias		DC <i>online</i>	
	Média por pessoa	Desvio-padrão	Média por pessoa	Desvio-padrão
Funcionalidade e simplicidade operacional	8,44	1,38	8,14	1,37
Esquema de cores e tamanho das fontes	8,47	1,45	8,22	1,21
Localização dos botões	8,56	1,18	8,07	1,36
Funcionalidade das ligações donâmicas dentro do site	8,26	1,38	7,76	1,55
Hiperlinks para outros <i>sites</i> e páginas de interesse do leitor	8,04	1,65	7,54	1,93
Qualidade do <i>feedback</i>	7,68	1,84	7,24	2,24
Possibilidade participação questionários <i>on line</i> (enquetes)	8,17	1,67	7,56	2,03
Espaço comentários (<i>chats/foruns</i>)	7,75	2,09	7,26	2,51
Encaminhamento notícia p/ <i>e-mail</i>	8,33	1,62	7,50	2,37
Disponibiliza edições anteriores	7,50	2,20	7,22	2,46
Motor de busca	7,88	1,74	7,10	2,71
Média global	8,11	1,23	7,63	1,53

FONTE: Elaborada pelo autor

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta deste trabalho foi realizar um Estudo Comparativo de Casos entre os jornais *online* Terra Notícias e Diário Catarinense, com o objetivo de verificar como os internautas de Santa Catarina avaliam a qualidade desses dois veículos. Para que isso fosse possível, utilizou-se de variadas técnicas de pesquisa e coleta de dados, sendo elas pesquisa bibliográfica, observação estruturada e entrevista estruturada, com aplicação de um questionário ao universo pesquisado. As referidas técnicas metodológicas foram utilizadas visando à realização dos objetivos propostos no início desta caminhada.

No capítulo 2 foram levantadas algumas discussões teóricas a respeito do tema proposto, qual seja, refletir sobre o contexto em que a Sociedade da Informação ganha espaço na contemporaneidade e passa a fazer parte da vida dos sujeitos. Para realizar essa reflexão, o estudo parte da contextualização proposta por Webster (1995) a respeito dos parâmetros necessários para a constituição da Sociedade da Informação, cujos instrumentos de comunicação mais representativos são fruto dos fenômenos tecnológicos, sobretudo a partir da segunda metade do Século XX.

Sobre essas considerações foi discutido o conceito de que *a Sociedade da Informação é representada por uma sociedade na qual a informação é utilizada intensivamente como elemento da vida econômica, social, cultural e política, de-*

pendendo sobretudo do suporte tecnológico.

É nesse cenário que as discussões sobre a natureza da notícia produzida para a Internet ganham destaque, a partir da problematização inicialmente proposta. Do amadurecimento de discussões teórico-práticas, trabalha-se com a compreensão de que o jornalismo *online*, fruto do aperfeiçoamento das tecnologias de comunicação e informação, pode ser dividido em dois tipos, de acordo com sua natureza: o modelo transpositivo e o modelo de webjornalismo.

Aqui, cabe ressaltar que, de acordo com a bibliografia consultada, sistematizou-se a definição de que o modelo transpositivo de jornalismo *online* representa a fase inicial, quando os conteúdos de jornais impressos foram convertidos em formato digital e disponibilizados na Internet, de maneira meramente transpositiva. O que se propôs, com base na pesquisa bibliográfica, foi a reflexão a partir de um novo conceito de webjornalismo, que pode ser definido como *o produto de uma preocupação jornalística específica para a Internet e suas particularidades.*

O entendimento dessa questão é o ponto de partida para as observações que irão, metodologicamente, nortear a construção da pesquisa através da análise comparativa entre dois exemplares de jornais *online*. Pela oposição de suas propostas, foram tomados como exemplo para este estudo os jornais Diário Catarinense e Terra Notícias, um modelo de veículo transpositivo como se verificou inicialmente, e, o outro, um exemplar do modelo percebido como webjornalismo.

O capítulo 3, *Aspectos Metodológicos*, foi escrito com o propósito de explicar e justificar as escolhas metodológicas do presente estudo. Utilizando como base a literatura sobre o tema, verificou-se que o estudo comparativo de casos era o que mais se encaixava na proposta de pesquisa. O diferencial deste capítulo, no entanto, foi propor a utilização de uma ferramenta para avaliar a qualidade percebida dos jornais em questão, pelos internautas do estado de Santa Catarina.

Os resultados desta pesquisa representam o centro do estudo realizado e foram apresentados no capítulo 4, *Qualidade Percebida – a avaliação dos leitores*. Foi possível, através da sistematização e redação explicativa do referido material, coletado não só a partir da tabulação dos dados, mas também de observação estruturada, fazer o cruzamento entre a descrição do quadro comparativo proposto e a avaliação dos leitores em relação ao mesmo item avaliado.

Isso quer dizer que, de acordo com o sistema adotado, houve uma superexposição positiva dos resultados da pesquisa. A descrição de cada item, sua contextualização e interpretação poderia ser automaticamente confrontada com a percepção dos leitores entrevistados, o que colaborou para a validade e pertinência da investigação uma vez que, tanto pela confirmação, quanto pela negação, estabelecia-se um diálogo entre as duas técnicas de pesquisa, que constantemente se completavam.

Os dados obtidos através do questionário socioeconômico permitiram que se conhecesse a amostra trabalhada e, em virtude disso, algumas considerações

tornam-se pertinentes. A mais evidente delas é que, por se tratar de uma pequena representatividade do todo, não é aconselhável que se façam generalizações sobre as descobertas da investigação, e negligenciar esse fato inviabilizaria o caráter científico do estudo.

De acordo com a pesquisa realizada com um grupo de internautas catarinenses, o Portal Terra é o preferido entre a amostra, tanto na categoria “*site da Internet*” (61,64% dos entrevistados acessam o Terra), quanto na categoria “*sites de conteúdo jornalístico*” (preferência de 52,74% dos entrevistados). Por outro lado, a versão *online* do Diário Catarinense foi citada espontaneamente apenas na categoria “*sites de conteúdo jornalístico*”, por apenas dois internautas do grupo. Na categoria “*jornais impressos que lê com frequência*”, o Diário Catarinense foi o segundo na preferência dos catarinenses que compunham a amostra, com 28 incidências, o que corresponde a 15,73% do total. O jornal impresso mais citado foi o Jornal de Santa Catarina, também do Grupo RBS.

Ainda segundo a parte inicial da pesquisa, algumas intuições do pesquisador foram confirmadas, como a preferência de leitura na Internet. Inicialmente, tinha-se a pré-concepção, obtida através da técnica de observação estruturada, que os textos curtos e objetivos, com opções de ligações hipertextuais e redação própria para a Internet poderiam representar uma tendência entre as preferências. Quando perguntados se “o tamanho dos textos nos *sites de informação* faz diferença”, mais de 51% do

grupo declarou que prefere textos breves, com até uma página, e opções de ligação hipertextual para novas informações. Outros 28% optaram apenas por “textos curtos, como resumos”.

Essa, no entanto, não é uma impressão exclusiva do grupo, uma vez que boa parte da literatura sobre o tema já considera que um bom texto para a Internet deve ser objetivo, claro e conciso, privilegiando o perfil do leitor da Web, que não permanece por muito tempo em cada um dos ambientes visitados. Essa consideração torna-se pertinente no momento em que, dos dois *sites* analisados, somente o Terra Notícias mantém essa preocupação, como pôde ser registrado ao se observar ambos os conteúdos.

O que se pode depreender desse cenário, e recuperando o conceito que diferencia os dois modelos de jornalismo *online*, é que o primeiro está preso à fase transpositiva dos conteúdos, enquanto webjornalismo representa a tendência evolutiva e preocupada com um formato exclusivo *para a rede*. Jornais que seguem o formato inicial, como o Diário Catarinense (www.clicrbs.com.br/jornais/dc) apenas reproduzem o conteúdo do jornal impresso, adicionando recursos multimídia e ferramentas de interatividade.

Webjornalismo, em contrapartida, pode ser definido como *o produto de uma preocupação jornalística específica para a Internet e suas particularidades*, o que pode ser verificado no modelo seguido pelo Terra Notícias (noticias.terra.com.br). No capítulo 2, alguns conceitos podem ser melhor evidenciados, enquanto as diferenças entre

os dois modelos são mais acentuadas.

Como consequência sistemática da observação estruturada, também é pertinente considerar que a categoria “atualização do conteúdo disponível” é um dos fatores de maior desvantagem do modelo transpositivo representado pelo Diário Catarinense, em relação à proposta de jornalismo exclusivo para a Internet desenvolvida pelo Terra. O capítulo 4 ainda traz alguns exemplos de como essa limitação impede que seja atribuída maior relevância à versão digital do DC. A proposta editorial deste modelo tem repercussão negativa entre os internautas, e algumas considerações podem ser elaboradas a partir do comparativo:

- o modelo transpositivo tem menor credibilidade entre o grupo pesquisado, uma vez que a quantidade de acessos semanais é pequena e um percentual muito alto da amostra não conhece o *site* em questão;

- o período de 24 horas entre uma atualização e outra faz com que o conteúdo disponível na rede não seja atrativo. Além disso, outras ferramentas, como interatividade, feedback do usuário e recursos *online* ficam comprometidas com uma página que não muda durante um período tão longo, quando o assunto é mídia instantânea;

- o fato de estar hospedada em um Portal (ClicRBS) acaba prejudicando a versão *online* do DC, porque a padronização de todos os jornais da rede evita que sejam gerenciados conteúdos exclusivos, o que é uma característica encontrada

apenas no Portal.

- ainda com relação ao ClicRBS, outro fato negativo da inserção do DC neste ambiente se deve ao fato de que, em virtude da reprodução da parte noticiosa do conteúdo dos jornais, rádios e da TV pertencentes ao grupo, o Portal acaba competindo diretamente com os jornais hospedados, entre eles o DC;

- a pouca utilização de recursos multimídia diminui a atração que o leitor poderia encontrar como diferencial do *site*. Já que o conteúdo e a política de atualização segue o modelo do jornal impresso (mesmo formato textual, mesmo conteúdo, mesma periodicidade), pelo menos a exploração em maior escala de recursos multimídia e hipermídia agregariam valor à página;

- como consequência dessa subutilização da Internet enquanto mídia por parte do Diário Catarinense, a avaliação dos leitores atribuiu, nas médias da quase totalidade dos itens observados, uma nota inferior ao referido *site* em relação ao Terra Notícias. Toda as três médias globais (referentes ao conteúdo, à ergonomia do ambiente e interatividade) ficaram abaixo do outro modelo observado, ainda que os números não representem diferença elevada.

Em contrapartida, a observação realizada a partir do Terra Notícias indica que há uma preocupação com as potencialidades desta nova mídia. No entanto, a diferença observada através da análise comparativa não se repetiu de maneira tão significativa através da avaliação do grupo de entrevistados, principalmente no que

diz respeito ao conteúdo disponibilizado no ambiente. Algumas considerações podem ser feitas a partir dos resultados das duas técnicas de avaliação:

- a atualização do conteúdo é o ponto alto do *site*. Apoiado pelo Portal, o jornal ganha em mobilidade e privilegia a instantaneidade da divulgação de informações. Campeão de acessos entre o grupo que compôs a amostra, o Terra recebeu avaliação positiva também no aspecto “qualidade geral da informação”;

- outro item significativo tanto na avaliação dos entrevistados quanto na observação estruturada foi a adequação do tamanho do texto à página da Internet. Nesse ambiente, textos longos são cansativos, em virtude da pouca legibilidade do monitor do computador;

- os itens referentes à ergonomia do sistema multimídia também receberam destaque na avaliação dos usuários. Dentre os aspectos observados, a melhor pontuação foi registrada em relação à organização interna do *site*. Também no acompanhamento diário das edições *online*, pôde-se observar uma padronização nos elementos gráficos e uma facilidade para navegar em todo o *site*.

- ambiente que proporciona a conversão das mídias, uma das potencialidades da Internet é a utilização de recursos e ferramentas multimídia. A presença constante desses elementos no *site*, a qualidade dos arquivos de áudio e vídeo e um gerenciamento voltado a essas particularidades também encontraram avaliação positiva nas duas técnicas de coleta de dados;

- em relação aos recursos de interatividade oferecidos ao usuário, duas das três categorias observadas podem ser avaliadas como pertinentes, funcionais e positivamente significativas. São elas o “fale conosco” e o “enquetes *online*”, que receberam uma observação direcionada através da utilização experimental desses recursos;
- o terceiro item, de acordo com o roteiro, “possibilidades de participação em *chats* e foruns de leitores” não foi considerado como presente no *site*, uma vez que sua só é disponibilizado no Portal Terra. Apesar disso, a os leitores realizaram avaliação positiva quanto à categoria “interatividade”.

Interação e, mais especificamente, interatividade, já definida no capítulo 2, é a grande palavra na Internet. Saber aproveitar a cultura *online*, como propõe Slevin (2000), não enxergando o usuário como um ser isolado numa ilha de informações, mas pertencente a um espaço social de trocas interativas, com hábitos, necessidades e reações diferentes pode garantir um relacionamento comprometido e afinado entre o suporte tecnológico, a participação humana no processo e o indivíduo humano.

Assim, o ambiente de um jornal *online* é um espaço potencial para a interação humana e para o exercício da interatividade plena. Através do acesso personalizado ao conteúdo, da participação em enquetes, chats, foruns, listas de discussão e outras formas de feedback, a relação se completa e se personifica, uma vez que a interatividade requer a troca valorativa, de significado, por parte dos indivíduos que integram o processo.

Encaminhando para um fechamento, cabe ressaltar que, de um modo geral, a ferramenta de avaliação da qualidade percebida dos jornais *online* Terra Notícias e Diário Catarinense mostrou-se eficaz, uma vez que não demonstrou distorções representativas. Também deve-se considerar que, quando teve seus dados confrontados com o resultado das observações estruturadas realizadas pelo pesquisador, a ferramenta mostrou-se pouco contraditória, revelando na maioria das vezes uma tendência similar à encontrada através de outra técnica de coleta de dados, e apontando para a preferência, entre o grupo pesquisado, pelo modelo de webjornalismo, ainda que não registrasse diferença numérica expressiva.

Outro fato a ser considerado é o fato de a representatividade da amostra não comprometer a qualidade dos resultados apresentados, com o cuidado de não se aplicarem olhares generalistas a partir das descobertas que valem apenas como referencial comparativo, e não como parâmetro para o restante do universo. Ao final do estudo, pôde-se responder satisfatoriamente ao problema de pesquisa, quando se conseguiu descobrir uma clara percepção, por parte dos internautas, quanto à qualidade dos *sites* pesquisados.

Por outro lado, registra-se que os objetivos de pesquisa foram plenamente atendidos, na medida em que: a) discutiu-se o conceito de webjornalismo a partir da pesquisa bibliográfica e da observação dos exemplos utilizados; b) foi possível analisar o

nível de utilização das potencialidades da Internet a partir das três categorias propostas; e c) comparou-se a avaliação dos leitores em relação à qualidade intrínseca dos dois exemplos pesquisados, a partir da ferramenta proposta.

Algumas limitações podem ser apontadas ao se finalizar a presente dissertação, tanto na caminhada de construção do objeto, como no momento de aplicação das técnicas de pesquisa, configuração de uma amostragem mais representativa e, até mesmo, na fase de análise e interpretação dos dados. O que deve ser lembrado é que o próprio objeto de estudo encontra-se em construção, sendo impossível trabalhar com conceitos fechados e verdades absolutas.

O jornalismo *online* está construindo seu próprio caminho, e os dados revelados no presente estudo, guardada a sua aplicação para os casos específicos investigados, pode ser utilizado como referência a novas pesquisas com objetivo semelhante. Algumas contribuições importantes para a área também poderão ser utilizadas por futuros pesquisadores. Além disso, o estudo tem a ambição de contribuir para uma reflexão sobre o jornalismo *online* na sociedade contemporânea.

Fica a sugestão, para um posterior proposta de estudo para doutorado, da aplicação de uma pesquisa probabilista, com uma metodologia que possa abarcar uma amostra mais significativa, tendo como universo todos os internautas do estado de Santa Catarina, e não somente um grupo específico de usuários. A ferramenta de aferição também poderá ser aperfeiçoada, para que se possa chegar a um resultado mais preciso.

REFERÊNCIAS

- ALBERTOS, Jose Luiz Martínez. *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo, 1993.
- AMARAL, Luiz. *Jornalismo: matéria de primeira página*. 4. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1986.
- AQUINO, Luciane. Quanto tempo dura uma manchete na Internet? *Revista Press*, novembro 2000, p. 27.
- BAHIA, Juarez. *Jornalismo, informação, comunicação*. São Paulo: Martins, 1971.
_____. *Jornal: História e Técnica. As técnicas do jornalismo*. São Paulo: Ática, 1990.
- BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. *Network Journalism*. [online] Disponível na Internet via Web. URL: <http://home.pscw.uva.nl/deuze/pub19.htm>. Arquivo capturado em 20/09/2003.
- BELL, Daniel. *The Coming of Post-industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books, 1976.
- BELTRÃO, Luiz. *A imprensa informativa*. São Paulo: Folco Masucci, 1969. 424p.
_____. *Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 1980.
_____. *Iniciação à filosofia do jornalismo*. São Paulo: Edusp, 1992.
- BETTETINI, Gianfranco. Semiótica, computação gráfica e textualidade. In: PARENTE, André (Org). *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. Tradução de Rogério Luiz et al. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- BOND, Fraser F. *Introdução ao jornalismo*. Uma análise do quarto poder em todas as suas formas. 2. ed. Tradução Pinheiro de Lemos. Rio de Janeiro: Agir, 1962.
- CANAVILHAS, João Messias. *Webjornalismo*. Considerações gerais sobre jornalismo na Web. Comunicação apresentada no I Congresso Ibérico de Comunicação. [online] Disponível na Internet via Web. URL: www.bocc.ubi.pt, arquivo capturado em 10/09/2003.
- CAPPARELLI, Sérgio. Alguns dispositivos online da imprensa de referência nacional. In: PERUZZO, Cicília M.C. *A mídia impressa, o livro e as novas tecnologias*. Coleção Intercom de Comunicação, n. 15. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2002. 178p.

CASSIOLATO, José Eduardo. A Economia do Conhecimento e as políticas industriais e tecnológicas. In: LASTRES, Helena M.M. e ABGALI, Sarita (orgs). *Informação e globalização na era do conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CASTELLS, Manuel. *A Era da informação: economia, sociedade e cultura*. A Sociedade em Rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 617 p.

CAUDURO, Flávio Vinícius. O digital na comunicação. In: LEVACOV, Marília. *Tendências da comunicação*. Porto Alegre: L&PM, 1998.

CRATO, Nuno. *Comunicação Social*. A imprensa. Lisboa: Editorial Presença, 1982.

DEEMER, Charles. *Que és el hipertexto?* [online] Seção hipertulias, da Revista Especulo, disponível na Internet via Web. URL www.ucm.es/info/especulo/hipertul/deemer/html, arquivo capturado em 23/07/2001.

DERTOUZOS, Michael L. *O que será: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas*. Tradução Celso Nogueira. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

DIZARD, Wilson. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*; tradução [da 3. ed. norte-americana] Edmond Jorge; revisão técnica Tony Queiroga. 2. ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. 324p.

DREVES, Aleta *et al.* *Estudo de jornalismo comparado: as peculiaridades nas formas de transmissão da informação*. [online] Disponível na Internet via Web. URL: www.boccc.ubi.pt, publicado em 14/07/2002, arquivo capturado em 15/09/2003.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo*. Redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 1991.

FACHIN, Odília. *Fundamentos de metodologia*. São Paulo: Atlas, 1993.

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo Digital*. São Paulo: Contexto, 2003.

FRANÇA, Júnia Lessa. *Manual para normalização de publicações técnico-científicas*. 4. ed. rev. e aum. Belo Horizonte: ed. UFMG, 1998. 213p.

GERMAN, Christiano. *O caminho do Brasil rumo à era da Informação*. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

GIBSON, William. *Neuromancer*. Nova York: Ace, 1984.

GIDDENS, Anthony. *The nation state and violence*: Volume two of a Contemporary Critique of Historical Materialism. Cambridge: Polity Press, 1985.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GOMIS, Lorenzo. *Teoría del periodismo*. Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1997.

Guia do jornalismo na Internet. Site desenvolvido pela Universidade Federal da Bahia, disponível na URL <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/Guia/cap06.html>, capturado em 05/09/2003

HALL, Jim. *Online journalism*. A critical primer. London: Pluto Press, 2001.

JOHNSON, Steven. *Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Tradução Maria Luísa X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2001.

KAY, Alan. *User interface: a personal view*. In: LAUREL, Brenda. *The art of human-computer interface design*. Reading, MA: Addison – Wesley, 1990.

KUMAR, Krishan. *Da sociedade pós-Industrial à pós-Moderna*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

LAUREL, Brenda. *Computers as theater*. Boston: Addison-Wesley, 1993.

_____ (org.) *The art of human-computer interface design*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1990.

LAGE, Nilson. *Estrutura da Notícia*. São Paulo: Ática, 1993

LAPHAM, Chris. *The Evolution of the Newspaper of the future*. [online] Disponível na Internet via Web. URL: <http://www.ibiblio.org/cmc/mag/1995/jul/lapham.html>, arquivo capturado em 05/09/2003.

LEVACOV, Marília. Do Analógico ao Digital: a comunicação e a informação no final do milênio. In: *Tendências da Comunicação*. Porto Alegre: L&PM, 1998.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. O futuro do pensamento na era da informática. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. 207p.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34, 1996.

LOPES, Anabela de Souza. Notícias na Internet: um novo jornalismo? *In: AQUINO, Nelson (Org). Revista de Comunicação e Linguagens. Jornalismo 2000. Lisboa: Relógio D'água, 2000.*

MACHADO, Arlindo. *As comunicações sob o impacto da informática. Comunicação e Educação. São Paulo: v. 1n. 2, p. 14-20, jan/abr, 1995.*

MAINAR, Rafael. *El arte de periodista. Barcelona: Paidós, 1986.*

MARCONDES Filho, Ciro. *O capital da notícia. Jornalismo como produção social de segunda natureza. São Paulo: Ática, 1989.*

_____. *Há vida depois da internet? Palestra de abertura do V Seminário Internacional de Comunicação – Internet, e depois? 1º, 2 e 3 de outubro de 2001. PUCRS.*

MARCONI, Marina de A. e LAKATOS, Eva M. *Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1985.*

MARTIN, William J. *The global information society. Brookfield/Vermont: Ashgate Publishing Company, 1995.*

MASUDA, Yaneji. *A sociedade da informação como sociedade pós-industrial. Rio de Janeiro: Editora Rio, 1980.*

MC GARRY, Kevin. *O contexto dinâmico da informação – uma análise introdutória. Tradução Helena Vilar de Lemos. Brasília: Briquet de Lemos Livros, 1999.*

MC LUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem. (Understanding Media). São Paulo: Cultrix, 1964.*

MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 2. ed. São Paulo: Summus, 1988.*

MEDITSCH, Eduardo. *O conhecimento do jornalismo. Florianópolis: Editora da UFSC, 1992.*

MEIRA, José Antônio. Entendendo o jornalismo online. *In: KOVARICK, Adriana Coelho Borges et al. Tendências na Comunicação. 3. Adriana Coelho Borges Kovarick et al. Porto Alegre: L&PM, 2000.*

MIELNICZUK, Luciana. *Jornalismo online e os espaços do leitor: um estudo de caso do NETESTADO*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: Ufrgs, 1998. 190p.

MOHERDAUI, Luciana. *Guia de estilo web*. Produção e edição de notícias online. São Paulo: Senac, 2000.

MOLES, Abraham. *La comunicación y los mass-media*. Bilbao: Mensajero, 1975.

MOORE, Nick. A sociedade da informação. *In: A informação – Tendências para o novo milênio*. IBICT – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. Brasília: Instituto UNIEMP, 1999.

MORAES, Dênis de. *O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MORAES, Heloisa Juncklaus Preis. *O feedback possível: a relação do jornal on line com o impresso – as sugestões dos leitores*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: PUCRS, 2001.

MOSCO, Vincent. Webs of myth and power: Connectivity and the new computer technopolis. *In: HERMAN, Andrew e SWISS, Thomas (orgs). The world wide web and contemporary cultural theory*. London: Routledge, 2000.

MOUILLAUD, Maurice. A informação ou parte da sombra. *In: PORTO, Sérgio Dayrell (org). O jornal: da forma ao sentido*. 2.ed. Brasília: Editora UNB, 2002.

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

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NELSON, Theodor Holm. The right way to think about software design. *In: LAUREL, Brenda. The art of human-computer interface design*. Reading, MA: Addison – Wesley, 1990.

NIELSEN, Jakob. *Usability Engineering*. California: Morgan Kaufmann, 2001.

NIELSEN, Jakob e TAHIR, Marie. *Homepage: 50 websites desconstruídos*; tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

NIELSEN/NET RATINGS. Disponível *online* na URL <http://www.nielsen-netratings.com>. Arquivo capturado em 03/09/2003

O COMPLEXO MUNDO DA COMUNICAÇÃO. Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet. Disponível *online* na URL <http://www.uff.br/mestcii/angele1.htm>

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. *Tratado de metodologia científica - Projetos de Pesquisas, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

OREN, Tim. Designing a new medium. In: LAUREL, Brenda. (org.) *The art of human-computer interface design*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1990.

OUTING, Steve. *Jornalismo online: será que já chegamos lá?* [online] Disponível na Internet via Web. URL: <http://www.uol.com.br/mundodigital/colunas/parem/par20000322.htm>. Arquivo capturado em 20/03/2002.

PALACIOS, Marcos. *Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva*. [online]. Disponível na Internet via Web. URL: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/palacios/hipertexto.html>. Arquivo capturado em 23/09/2003.

PELLANDA, Eduardo Campos. *A Internet como ambiente de convergência de mídias e criação de linguagem própria*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre, PUCRS, 2001.

PORAT, Marc Uri. Communication policy in an information society. In ROBINSON, Glen O. *Communications for tomorrow: Policy Perspective for the 1980s*. New York: Praeger, 1978.

PORTER, David. *Internet culture*. London: Routledge, 1997. 280 p.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. *Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo*. Texto apresentado no GT Teoria e Comunicação do XXI Congresso da Intercom - Recife/PE, 1998.

RECORDER, Maria José. *Informação eletrônica e novas tecnologias*. Tradução de Dinah Aguiar Población. Coleção Novas Buscas em Comunicação. v. 50. São Paulo: Summus Editorial, 1995.

RHEINGOLD, Howard. *A comunidade virtual*. Tradução: Helder Aranha. Lisboa: Gradiva, 1996. 367 p.

RODRÍGUEZ, Gregório et al. *Metodologia de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe, 1996.

ROSSI, Clóvis. *O que é Jornalismo*: 6. ed. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 1986.

RUYER, Raymond. *Cibernética e a origem da informação*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.

SALAVERRÍA, Ramón. *De la pirámide invertida al hipertexto*. [online] Disponível na Internet Web. URL www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm, arquivo capturado em 23/09/2003.

SHANNON, Claude E. WEAVER, Warren. *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1962.

SILVA JÚNIOR, José Afonso da. *A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo*. Agências de notícias como estudo de caso. [online] Disponível na Internet via Web. URL: www.bocc.ubi.pt, arquivo capturado em 10/09/2003.

SILVA, Luis Martins da. Imprensa, discurso e interatividade. In: RODRIGUES, Adriano Duarte *et al.* *O jornal: da forma ao sentido*. MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (orgs). Tradução Sérgio Grassi Porto. Brasília: Paralelo 15, 1997. 589p.

SIMONE, José Fernando e SOARES, Mariana Monteiro. *Jornalismo online – o futuro da informação*. Graflin Artes Gráficas e Editora: 2001. 96 p.

SLEVIN, James. *The internet and society*. London: Polity Press, 2000. 268 p.

SOUSA, Jorge Pedro. *Qualidade percebida de quatro jornais on line brasileiros*. Biblioteca on line de ciência da comunicação, Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2001. Disponível na Internet via Web. URL: www.bocc.ubi.pt, arquivo capturado em 14/07/2003.

SOUZA, Márcio Vieira de. **Exclusão digital no Brasil: desafios e perspectivas**. [online]. Disponível na Internet via Web. URL www.grupos.com.br/grupos/midiaeconhecim/mural/marcio.htm. Arquivo capturado em 10/05/2004.

SQUIRRA, Sebastião. *Jornalismo online*. São Paulo: Arte e Ciência, 1998.

SZETO, Gong *et al.* *Interatividade na web – transforme seu site em uma experiência inesquecível*. Tradução Marcos Vieira. São Paulo: Berkeley Brasil, 1997. 496 p.

TOSKA, Susana Pajares. *Las posibilidades de la narrativa hipertextual*. [online] Disponível na Internet via Web. URL www.ucm.es/OTROS/especulo/numero6/s_pajare.htm, arquivo capturado em 23/07/2001.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRIVIÑOS, Augusto. *Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

TURKLE, Sherry. *La vida en la pantalla*. La construcción de la identidad en la era de Internet. Tradução de Laura Trafí. Barcelona: Paidós, 1997.

VOYENNE, Bernard. *La prensa en la sociedad contemporánea*. Madrid: Editora Nacional, 1968.

VITTADINI, Nicoletta. Comunicar con los nuevos media. In: BETTETINI, Gianfranco; COLOMBO, Fausto. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: 1995.

WEBSTER, Frank. *Theories of the information society*. London and New York: Routledge, 1995.

WOLTON, Dominique. Pensar a Internet. *Revista da Famecos*. n. 15, Ago, 2001. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

ANEXOS

ANEXO A

Questionário final, aplicado aos entrevistados

Pesquisa sobre sites de informação

O presente questionário faz parte de uma pesquisa que tem o propósito de avaliar a qualidade percebida de sites de informação jornalística disponíveis na Internet, desenvolvida pelo professor da Univali Sandro Galarça. Para tanto, a pesquisa está sendo desenvolvida apenas entre moradores do estado de Santa Catarina, e que acessem a Internet regularmente (pelo menos uma vez por dia). Os *sites* escolhidos como objeto de pesquisa são o Terra Notícias e o Diário Catarinense. Se você é morador do Estado de Santa Catarina, é um usuário regular de Internet e conhece pelo menos um dos dois jornais *online* em questão, por favor, responda o questionário.

Primeira Parte – Perfil Sócio Econômico

INSTRUÇÕES

Responda à maior quantidade de questões possível; é importante que você escreva com atenção seu nome, cidade e cumpra a seqüência programada de respostas. Se você recebeu este arquivo por e-mail, ao final das respostas apenas salve o documento com o seu primeiro nome (por exemplo, Questionário_João.doc) e envie em arquivo anexo para sandrol@univali.br.

Obrigado por sua colaboração

1. Qual sua Idade?

2. Em que cidade você reside?

3. É estudante?

Sim Não

4. Qual sua escolaridade?

1. Fundamental 2. Médio 3. Superior Incompleto 4. Superior Completo 5. Pós-Graduação

5. Sexo

Masculino Feminino

6. Renda do Grupo familiar

Até 5 S.M. De 6 a 10 S.M. De 11 a 20 S.M. Mais de 20 S.M.

Hábitos de uso da Internet

7. De onde acessa a maior parte do tempo?

- Casa Trabalho Local de Estudo LAN House

8. Qual o tipo de acesso?

- Discado Cabo ADSL Internet Pública Outro

9. Quantas horas por dia conectado à Internet?

Acesso à informação

10. Tem assinatura paga de: Jornal Diário Revista Mensal Revista Semanal

11. Jornal(is) Impresso (s) que lê com frequência

12. Sites que costuma acessar

13. Sites de informação que acessa regularmente

Preferências na Internet

14. Marque cinco assuntos de maior interesse quando acessa Internet

- Notícias Compras Lazer Entretenimento
 Chat Turismo Esporte Classificados
 Pesquisa Trabalho Negócios Outro _____

15. O tamanho do texto nos sites de informação faz diferença? Se SIM, o que você prefere?

- Não faz diferença
 Textos pequenos com o resumo da notícia
 Textos-resumo, acompanhado de link para ampliar a informação (até uma página)
 Textos maiores e completos, com o aprofundamento da matéria (mais de uma

página)

16. Quantas vezes acessa o **Terra Notícias** por semana?

- Uma De duas a cinco De cinco a dez Mais de dez vezes

17. Como você classificaria o **Terra Notícias**, tendo em vista o conteúdo disponível? (Leve em consideração a qualidade geral do conteúdo, a atualização, a adequação dos textos para a Internet, o interesse da notícia).

ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

18. Como você classificaria o Terra Notícias, tendo em vista a ergonomia do sistema hipermídia? (Leve em consideração a organização interna do *site*, a navegação, os elementos gráficos aliados aos recursos audiovisuais, a localização no *site*).

ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

19. Como você classificaria o Terra Notícias, tendo em vista os recursos de interatividade? (Leve em consideração a simplicidade do *site*, a existência de links, a possibilidade de feedbacks por parte do usuário, a participação do usuário, motor de busca).

ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

20. Quantas vezes acessa o **Diário Catarinense online** por semana?

Uma De duas a cinco De cinco a dez Mais de dez vezes

21. Como você classificaria o **Diário Catarinense online**, tendo em vista o conteúdo disponível? (Leve em consideração a qualidade geral do conteúdo, a atualização, a adequação dos textos para a Internet, o interesse da notícia).

ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

22. Como você classificaria o **Diário Catarinense online**, tendo em vista a ergonomia do sistema hipermídia? (Leve em consideração a organização interna do *site*, a navegação, os elementos gráficos aliados aos recursos audiovisuais, a localização no *site*).

ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

23. Como você classificaria o **Diário Catarinense online**, tendo em vista os recursos de interatividade? (Leve em consideração a simplicidade do *site*, a existência de links, a possibilidade de feedbacks por parte do usuário, a participação do usuário, motor de busca).

ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

Segunda Parte – Qualidade Percebida

Pesquisa de qualidade percebida a respeito de conteúdo, ergonomia do site e interatividade
– Terra Notícias

INSTRUÇÕES

Em relação ao Terra Notícias, do Portal Terra, atribua um valor de referência entre 0 e 10, de acordo com a qualidade que você percebe em cada item apresentado abaixo:

COM RELAÇÃO AO CONTEÚDO

24. Atualidade da informação _____
25. Interesse da informação _____
26. Intervalo de atualização do conteúdo _____
27. Qualidade geral da informação (profundidade, número de fontes, pertinência das análises) _____
28. Informação relacionada (Se foi disponibilizada informação complementar, e se esta está vinculada ao documento que consulta, podendo aparecer em janelas, ser acessada através de links) _____
29. Redação do texto apropriada às características da Internet (clareza, concisão, possibilidades de links) _____
30. Tamanho do texto adequado à página Internet _____
31. Adequação das fotografias (conteúdo, localização, pertinência) _____
32. Adequação dos infográficos (conteúdo, localização, relevância, caráter explicativo) _____
33. Existência de elementos audiovisuais ilustrativos (imagem em movimento) _____
34. Existência de elementos sonoros (trechos de entrevistas ou reprodução de momentos pertinentes à matéria, como o gol decisivo em uma partida de futebol) _____
35. Qualidade do banco de dados existente (se não existe, atribuir nota 0 - zero) _____
36. Qualidade do banco de fotografias existente (se não existe, atribuir nota 0 - zero) _____
37. Qualidade do banco de sons existente (se não existe, atribuir nota 0 - zero) _____
38. Qualidade do banco de audiovisuais (imagens em movimento) existente (se não existe, atribuir nota 0 - zero) _____

COM RELAÇÃO À ERGONOMIA DO SISTEMA MULTIMÍDIA

39. Organização interna do site _____
40. Facilidade de navegação no site _____
41. Intuitividade do funcionamento do site _____
42. Uniformidade dos elementos gráficos de navegação _____
43. Utilização de linguagem padrão de navegação na Internet (cores dos links visitados e a visitar, posicionamento comum de botões, barras e demais indicativos para a navegação) _____
44. Qualidade e possibilidades de acesso a ferramentas multimídia _____

COM RELAÇÃO AO DESIGN, RECURSOS DE INTERATIVIDADE E PARTICIPAÇÃO DO USUÁRIO

45. Funcionalidade em geral e simplicidade _____
46. Esquema de cores e tamanho das fontes _____
47. Localização dos botões _____
48. Funcionalidade das ligações dinâmicas dentro do site _____
49. Links para outros sites e páginas de interesse do leitor _____
50. Possibilidades de *feedback* por parte do usuário _____
51. Disponibilização ao leitor da participação em questionários online (enquetes) _____
52. Oportunidade de comentar as notícias em foruns de leitores _____
53. Mecanismo que possibilite o encaminhamento da matéria via e-mail _____
54. Disponibilização de edições anteriores _____
55. Motor de busca _____

– Diário Catarinense

INSTRUÇÕES

Em relação ao site de informações Diário Catarinense, do Clic RBS, atribua um valor de referência entre 0 e 10, de acordo com a qualidade que você percebe em cada item apresentado abaixo:

COM RELAÇÃO AO CONTEÚDO

56. Atualidade da informação _____
57. Interesse da informação _____
58. Intervalo de atualização do conteúdo _____
59. Qualidade geral da informação (profundidade, número de fontes, pertinência das análises) _____
60. Informação relacionada (Se foi disponibilizada informação complementar, e se esta está vinculada ao documento que consulta, podendo aparecer em janelas, ser acessada através de links) _____
61. Redação do texto apropriada às características da Internet (clareza, concisão, possibilidades de links) _____
62. Tamanho do texto adequado à página Internet _____
63. Adequação das fotografias (conteúdo, localização, pertinência) _____
64. Adequação dos infográficos (conteúdo, localização, relevância, caráter explicativo) _____
65. Existência de elementos audiovisuais ilustrativo (imagem em movimento) _____
66. Existência de elementos sonoros (trechos de entrevistas ou reprodução de momentos pertinentes à matéria, como o gol decisivo em uma partida de futebol) _____
67. Qualidade do banco de dados existente (se não existe, atribuir nota 0 - zero) _____
68. Qualidade do banco de fotografias existente (se não existe, atribuir nota 0 - zero) _____
69. Qualidade do banco de sons existente (se não existe, atribuir nota 0 - zero) _____
70. Qualidade do banco de audiovisuais (imagens em movimento) existente (se não existe,

atribuir nota 0 - zero) _____

COM RELAÇÃO À ERGONOMIA DO SISTEMA MULTIMÍDIA

71. Organização interna do site _____

72. Facilidade de navegação no site _____

73. Intuitividade do funcionamento do site _____

74. Uniformidade dos elementos gráficos de navegação _____

75. Utilização de linguagem padrão de navegação na Internet (cores dos links visitados e a visitar, posicionamento comum de botões, barras e demais indicativos para a navegação)

76. Qualidade e possibilidade de acesso a ferramentas multimídia _____

COM RELAÇÃO AO DESIGN, RECURSOS DE INTERATIVIDADE E PARTICIPAÇÃO DO USUÁRIO

77. Funcionalidade em geral e simplicidade _____

78. Esquema de cores e tamanho das fontes _____

79. Localização dos botões _____

80. Funcionalidade das ligações dinâmicas dentro do site _____

81. Links para outros *sites* e páginas de interesse do leitor _____

82. Possibilidades de *feedback* por parte do usuário _____

83. Disponibilização ao leitor da participação questionários *online* (chats) _____

84. Oportunidade de comentar as notícias em foruns de leitores _____

85. Mecanismo que possibilite o encaminhamento da matéria via e-mail _____

86. Disponibilização de edições anteriores _____

87. Motor de busca _____

Muito obrigado por sua colaboração.

ANEXO B

Questionário-piloto, aplicado no pré-teste

Pesquisa sobre sites de informação

O presente questionário faz parte de uma pesquisa que tem o propósito de avaliar a qualidade percebida de sites de informação jornalística disponíveis na Internet, desenvolvida pelo professor da Univali Sandro Galarça. Para tanto, a pesquisa está sendo desenvolvida apenas entre moradores do estado de Santa Catarina, e que acessem a Internet regularmente (pelo menos uma vez por dia). Os *sites* escolhidos como objeto de pesquisa são o Terra Notícias e o Diário Catarinense. Se você se enquadra neste perfil, por favor, responda o questionário.

Questionário A – Perfil Sócio Econômico

INSTRUÇÕES

Responda à maior quantidade de questões possível; é importante que você escreva com atenção seu nome, cidade e cumpra a seqüência programada de respostas. Obrigado por sua colaboração

1. Nome:

2. Idade:

3. Cidade:

4. Estado:

5. Estudante?

Sim Não

6. Formação 1. Fundamental 2. Médio 3. Superior 4. Pós-Graduação

7. Sexo

Masculino Feminino

8. Atividade principal (Trabalho)

9. Instituição

10. Renda do grupo familiar

- Até 5 S.M. De 6 a 10 S.M. De 11 a 20 S.M. Mais de 20 S.M.

Hábitos de uso da Internet

11. De onde acessa a maior parte do tempo?

- Casa Trabalho Local de Estudo LAN House

12. Qual o tipo de acesso?

- Discado Cabo ADSL Internet Pública Outro

13. Quantas horas por dia conectado à Internet?

Acesso à informação

14. Tem assinatura paga de: Jornal Diário Revista Mensal Revista Semanal

15. Jornal Impresso que lê com frequência

16. Sites que costuma acessar

17. Sites de informação que acessa regularmente

Preferências na Internet

18. Marque cinco assuntos de maior interesse quando acessa Internet

- Notícias Compras Lazer Entretenimento
 Chat Turismo Esporte Classificados
 Pesquisa Trabalho Negócios Outro _____

19. O tamanho do texto nos sites de informação faz diferença? Se SIM, o que você prefere?

- Não faz diferença
 Textos pequenos com o resumo da notícia
 Textos-resumo, acompanhado de link para ampliar a informação (até uma página)
 Textos maiores e completos, com o aprofundamento da matéria (mais de uma página)

Sobre o Terra Notícias

20. Como ficou conhecendo o site?

- Indicação de outras pessoas Em outro site Anúncio/matéria em revista
 Anúncio/Matéria em jornal Rádio Televisão Outro

21. Quantas vezes acessa o Terra Notícias por semana?

- Uma De duas a cinco De cinco a dez Mais de dez vezes

Sobre o Diário Catarinense

22. Como ficou conhecendo o site?

- Indicação de outras pessoas Em outro site Anúncio/matéria em revista
 Anúncio/Matéria em jornal Rádio Televisão Outro

23. Quantas vezes acessa o Diário Catarinense por semana?

- Uma De duas a cinco De cinco a dez Mais de dez vezes

Questionário B – Terra Notícias

Pesquisa de qualidade percebida a respeito de conteúdo, ergonomia do site e interatividade

INSTRUÇÕES

Em relação ao Terra Notícias, do Portal Terra, atribua um valor de referência entre 0 e 10, de acordo com a qualidade que você percebe em cada item apresentado abaixo:

COM RELAÇÃO AO CONTEÚDO

24. Atualidade da informação ____

25. Interesse da informação ____

26. Intervalo de atualização do conteúdo ____

27. Qualidade geral da informação (profundidade, número de fontes, pertinência das análises) ____

28. Informação relacionada (Se foi disponibilizada informação complementar, e se esta está vinculada ao documento que consulta, podendo aparecer em janelas, ser acessada através de hiperlinks) ____

29. Redação do texto apropriada às características da Internet (clareza, concisão, possibilidades de hiperlinks) ____

30. Tamanho do texto adequado à página Internet ____

31. Adequação das fotografias (conteúdo, localização, pertinência) ____

32. Adequação dos infográficos (conteúdo, localização, relevância, caráter explicativo) ____

33. Existência de elementos audiovisuais ilustrativo (imagem em movimento) ____

34. Existência de elementos sonoros (trechos de entrevistas ou reprodução de momentos pertinentes à matéria, como o gol decisivo em uma partida de futebol) ____

35. Qualidade do banco de dados ____

36. Qualidade do banco de fotografias existente ____

37. Qualidade do banco de sons existente ____

38. Qualidade do banco de audiovisuais (imagens em movimento) existente _____

COM RELAÇÃO À ERGONOMIA DO SISTEMA MULTIMÍDIA

39. Organização interna do site _____

40. Facilidade de navegação no site _____

41. Intuitividade do funcionamento do site _____

42. Uniformidade dos elementos gráficos de navegação _____

43. Utilização de linguagem padrão de navegação na Internet (cores dos links visitados e a visitar, posicionamento comum de botões, barras e demais indicativos para a navegação)

44. Possibilidade de retorno para a página inicial de maneira intuitiva e natural _____

COM RELAÇÃO À INTERATIVIDADE E IMPLICAÇÃO DO USUÁRIO

45. Funcionalidade em geral e simplicidade _____

46. Esquema de cores e tamanho das fontes _____

47. Localização dos botões _____

48. Funcionalidade das ligações dinâmicas dentro do site _____

49. Hiperlinks para outros sites e páginas de interesse do leitor _____

50. Possibilidades de feedback por parte do usuário _____

51. Disponibilização ao leitor da participação em chats e questionários online _____

52. Oportunidade de comentar as notícias em foruns de leitores _____

53. Mecanismo que possibilite o encaminhamento da matéria via e-mail _____

54. Disponibilização de edições anteriores _____

55. Motor de busca _____

COMO VOCÊ CLASSIFICARIA O SITE, EM TERMOS GERAIS, TENDO EM VISTA:

56. O conteúdo disponível

ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

57. A ergonomia do sistema multimídia

ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

58. A interatividade e a implicação do usuário

ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

Questionário C – Diário Catarinense

Pesquisa de qualidade percebida a respeito de conteúdo, ergonomia do site e interatividade

INSTRUÇÕES

Em relação ao site de informações Diário Catarinense, do Clic RBS, atribua um valor de referência entre 0 e 10, de acordo com a qualidade que você percebe em cada item apresentado abaixo:

COM RELAÇÃO AO CONTEÚDO

59. Atualidade da informação _____
60. Interessa da informação _____
61. Intervalo de atualização do conteúdo _____
62. Qualidade geral da informação (profundidade, número de fontes, pertinência das análises) _____
63. Informação relacionada (Se foi disponibilizada informação complementar, e se esta está vinculada ao documento que consulta, podendo aparecer em janelas, ser acessada através de hiperlinks) _____
64. Redação do texto apropriada às características da Internet (clareza, concisão, possibilidades de hiperlinks) _____
65. Tamanho do texto adequado à página Internet _____
66. Adequação das fotografias (conteúdo, localização, pertinência) _____
67. Adequação dos infográficos (conteúdo, localização, relevância, caráter explicativo) _____
68. Existência de elementos audiovisuais ilustrativo (imagem em movimento) _____
69. Existência de elementos sonoros (trechos de entrevistas ou reprodução de momentos pertinentes à matéria, como o gol decisivo em uma partida de futebol) _____
70. Qualidade do banco de dados existente _____
71. Qualidade do banco de fotografias existente _____
72. Qualidade do banco de sons existente _____
73. Qualidade do banco de audiovisuais (imagens em movimento) existente _____

COM RELAÇÃO À ERGONOMIA DO SISTEMA MULTIMÍDIA

74. Organização interna do site _____
75. Facilidade de navegação no site _____
76. Intuitividade do funcionamento do site _____
77. Uniformidade dos elementos gráficos de navegação _____
78. Utilização de linguagem padrão de navegação na Internet (cores dos links visitados e a visitar, posicionamento comum de botões, barras e demais indicativos para a navegação) _____
79. Possibilidade de retorno para a página inicial de maneira intuitiva e natural _____

COM RELAÇÃO AO DESIGN, INTERATIVIDADE E IMPLICAÇÃO DO USUÁRIO

80. Funcionalidade em geral e simplicidade _____

81. Esquema de cores e tamanho das fontes _____
82. Localização dos botões _____
83. Funcionalidade das ligações dinâmicas dentro do site _____
84. Hiperlinks para outros sites e páginas de interesse do leitor _____
85. Possibilidades de feedback por parte do usuário _____
86. Disponibilização ao leitor da participação em chats e questionários online _____
87. Oportunidade de comentar as notícias em foruns de leitores _____
88. Mecanismo que possibilite o encaminhamento da matéria via e-mail _____
89. Disponibilização de edições anteriores _____
90. Motor de busca _____

COMO VOCÊ CLASSIFICARIA O SITE, EM TERMOS GERAIS, TENDO EM VISTA:

91. O conteúdo disponível

- ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

92. A ergonomia do sistema multimídia

- ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

93. A interatividade e a implicação do usuário

- ÓTIMO MUITO BOM BOM REGULAR RUIM

Muito obrigado pela sua colaboração.

ANEXO C

Reportagem impressa do Diário Catarinense sobre a chegada do menino Iruan
à casa da avó materna

DIPLOMACIA Depois de três anos de disputa familiar, garoto de oito anos deverá morar com avó materna

Chega ao fim exílio forçado de Iruan

MARCELO GONZATTO

▼ ADEVA RESIÇÃO PAULO

Trazendo no rosto uma expressão ao mesmo tempo curiosa e alegre, o gaúcho Iruan Ergui Wu, oito anos, pisou ontem à tarde em solo brasileiro depois um exílio forçado de três anos.

Quando o avião da companhia aérea South Africa tocou a pista do Aeroporto de Guarulhos (SP), às 16h35min, um grupo de pelo menos 50 jornalistas se acotovelava à sua espera na área de desembarque. A movimentação da imprensa, de policiais, funcionários e curiosos mobilizou o aeroporto internacional, dando a Iruan ares de superstar.

Depois da descida do avião, todos os passageiros deixaram a aeronave, com exceção de Iruan e da comitiva que o acompanhava. O grupo incluía o diretor do escritório comercial brasileiro em Taiwan, Paulo Antônio Pereira Pinto, a tia paterna do garoto, dois advogados, uma tradutora e um assessor parlamentar taiwanês.

Vestindo o mesmo blusão amarelo e azul com que foi fotografado deixando o Oriente, Iruan entrou no Aeroporto de Guarulhos às 16h52min sem dar sinais visíveis do cansaço da viagem ou dos anos de batalhas judiciais entre os familiares brasilei-

ros e orientais por sua tutela. Conduzido pela tia e pela tradutora do grupo, Iruan pareceu inicialmente surpreso pelo grande número de fotógrafos e cinegrafistas.

Em seguida, passou a olhar a todos com um esboço de sorriso nos lábios, até ser conduzido para uma área reservada.

Garoto não veste camiseta de clube brasileiro

Na viagem para o Brasil, Iruan se manteve calmo, dormiu em alguns momentos e só conversou com a tia paterna. Depois de encerrada a entrevista coletiva, o representante foi ao encontro de Iruan e o levou novamente à presença dos repórteres. Desta vez, conduzido pela tia e por Pinto. De trás de uma porta de vidro, Iruan permaneceu parado olhando os jornalistas.

Em seguida, duas camisas do Grêmio oferecidas pela direção do clube foram entregues a Paulo Pinto para que as repassasse a Iruan. O menino, porém, se desentelhou do grupo e voltou para a ala reservada do aeroporto sem vesti-las. Iruan embarcaria em um voo da Vanig para Porto Alegre às 20h30min. O desembarque estava previsto para as 22h em Porto Alegre, para, depois de três anos, chegar em sua casa, em Canoas, na região metropolitana.

Veja mais fotos em www.dc.drcrbs.com.br

JOSÉ DONALAZZINI/REDAÇÃO PAULO



RETORNO: Pivô de disputas entre familiares, Iruan desembarcou ontem em São Paulo

ANEXO D

Versão digital do texto impresso, agora no Diário Catarinense *online*,
sobre a mesma notícia



DIÁRIO CATARINENSE

Busca

Busca avançada

Edições anteriores

Fale conosco

FAQ

Home

Colunas e Charges

Primeiro Caderno

Economia

Editoriais

Esportes

Geral

Mundo

Polícia

Política

Seções

Artigos

Cultura

Diário do Leitor

Obituario

Saúde

Serviço

Sobre Rodas

Viagem

Cadernos

Donna DC

Variedades

Especiais

DC Documento

BR-101

A vida em alto-mar

Revista de Verão

Interatividade

Enquete

Fórum

Assinaturas

Diário Catarinense

Diário de Santa Maria

Jornal de Santa Catarina

Florianópolis, 13 de fevereiro de 2004

Edição nº 6514

Gente

Chega ao fim exílio forçado de Iruan

Depois de três anos de disputa familiar, garoto de oito anos deverá morar com avó materna

MARCELO GONZATTO/ AGÊNCIA RBS/SÃO PAULO

Trazendo no rosto uma expressão ao mesmo tempo curiosa e alegre, o gaúcho Iruan Ergui Wu, oito anos, pisou ontem à tarde em solo brasileiro depois um exílio forçado de três anos. Quando o avião da companhia aérea South Africa tocou a pista do Aeroporto de Guarulhos (SP), às 18h35min, um grupo de pelo menos 50 jornalistas se acotovelava à sua espera na área de desembarque. A movimentação da imprensa, de policiais, funcionários e curiosos mobilizou o aeroporto internacional, dando a Iruan área de superstar.

Depois da descida do avião, todos os passageiros deixaram a aeronave, com exceção de Iruan e da comitiva que o acompanhava. O grupo incluía o diretor do escritório comercial brasileiro em Taiwan, Paulo Antônio Pereira Pinto, a tia paterna do garoto, dois advogados, uma tradutora e um assessor parlamentar taiwanês.

Vestindo o mesmo blusão amarelo e azul com que foi fotografado deixando o Oriente, Iruan entrou no Aeroporto de Guarulhos às 18h52min sem dar sinais visíveis do cansaço da viagem ou dos anos de batalhas judiciais entre os familiares brasileiros e orientais por sua tutela. Conduzido pela tia e pela tradutora do grupo, Iruan pareceu inicialmente surpreso pelo grande número de fotógrafos e cinegrafistas.

Em seguida, passou a olhar a todos com um esboço de sorriso nos lábios, até ser conduzido para uma área reservada.

Garoto não veste camiseta de clube brasileiro

Na viagem para o Brasil, Iruan se manteve calmo, dormiu em alguns momentos e só conversou com a tia paterna. Depois de encerrada a entrevista coletiva, o representante foi ao encontro de Iruan e o levou novamente à presença dos repórteres. Desta vez, conduzido pela tia e por Pinto. De trás de uma porta de vidro, Iruan permaneceu parado olhando os jornalistas.

Em seguida, duas camisetas do Grêmio oferecidas pela direção do clube foram entregues a Paulo Pinto para que as repassasse a Iruan. O menino, porém, se desvencilhou do grupo e voltou para a ala reservada do aeroporto sem vesti-las. Iruan embarcaria em um voo da Varig para Porto Alegre às 20h30min. O desembarque estava previsto para as 22h em Porto Alegre, para, depois de três anos, chegar em sua casa, em Canoas, na região metropolitana.

Multimídia

Retorno: pivô de disputas entre familiares, Iruan desembarcou ontem em São Paulo

Encontros

O site de relacionamentos do clicRBS

Procura em:

por homem mulher

com anos

ANEXO E

Exemplo de arquivo de fotos colocados à disposição do usuário, no Terra Notícias

- Capa
- Últimas Notícias
- Brasil
- Ciência
- Diversão
- Economia
- Esportes
- Gente & TV
- Informática
- Jornal do Terra
- Loterias
- Mundo
- Para ler com calma
- Popular

Especiais
 Biotecnologia
 Fotos
 Imposto de Renda
 Infográficos
 Retrospectiva 2003

Fatos históricos
 ▶ O que fez este dia entrar para a história?
Analistas
 ▶ Carlos A. Sardenberg
 ▶ Paulo Markun

Revistas
 ▶ IstoÉ
 ▶ IstoÉ Dinheiro
 ▶ Caros Amigos
 ▶ Carta Capital
 ▶ Amanhã



MAIS SAÚDE PARA TODOS

Brasil

Sexta, 13 de fevereiro de 2004, 00h38
Iruan reencontra família gaúcha após três anos

Ana Carolina Bolsson

Três horas depois do desembarque em Porto Alegre, o menino Iruan Ergui Wu chegou na madrugada de hoje à casa de sua avó Rosa Leocádia Ergui, na rua dos Papagaios, em Canoas, na região metropolitana de Porto Alegre.

Centenas de pessoas o aguardavam na rua. Cerca de 60 amigos, familiares e vizinhos, esperavam o menino na residência, onde foi preparada uma recepção. A Brigada Militar isolou as proximidades da casa para preservar a segurança dos familiares.

Iruan deixou o Aeroporto Internacional Salgado Filho pelo portão 5 por volta da 0h30 numa van escolar azul na companhia de seus familiares e sob um forte esquema de segurança. Três viaturas da Brigada Militar acompanharam o automóvel, assim como equipes da Empresa Pública de Transporte e Circulação (EPTC). A imprensa seguiu o comboio.

O menino foi carregado no colo pela tia Patricia da van para dentro de casa. Assustado com o assédio e cansado pela viagem, o menino desceu chorando. Em casa, ele foi para o quarto, onde ficou na companhia do irmão e da avó. Minutos depois, mais ambientado, segundo informações da *Rádio Gaúcha*, pegou os brinquedos e conversava tranquilamente com os familiares. Pouco depois, Iruan cantou parabéns, comemorou sua volta comendo um bolo.

O desembarque e o reencontro com a avó

O voo 2319 da Varig que levou Iruan de São Paulo a Porto Alegre pousou às 22h05 na pista do aeroporto. No desembarque, o menino e sua coletiva foram separados do restante dos passageiros.



Reuters

Iruan é levado pela tia para dentro de sua residência, em Canoas

Veja também:

Multimídia

- ▶ Galerias de fotos
- ▶ Iruan chega a Porto Alegre
- ▶ Iruan desembarca em São Paulo
- ▶ Caso Iruan Ergui Wu

Notícias

- ▶ Iruan passa primeiro dia com a família brasileira
- ▶ Iruan reencontra família em Porto Alegre
- ▶ Avó de Iruan diz que famílias 'vão se acertar'
- ▶ Curiosos se aglomeram em frente à casa no RS
- ▶ Iruan será recebido com festa em casa
- ▶ Garoto terá educação e aulas de futebol gratuitas
- ▶ Iruan começa viagem de volta ao Brasil
- ▶ Entenda o caso passo-a-passo

Enquete

Quem está com a razão no caso do menino Iruan?

- Família brasileira
- Família taiwanesa
- Nenhuma das duas

Votar

Últimas de Brasil

- ▶ Volta chover granizo em São Paulo

O m
con
ves
pla
O ass

COM

Subi
DVD
em 1

Ame
Câm
Impr

Shoj
Câm
10x

Edib
Turri
Assir

Terr
13.0
Apos

Grac
Linha
10 ar

Mag
Palm
10x

Imp
Câm
D-35

Fast
TV 2
LG. :

Sara
Livro
em 2

plan
1 e 2
Esco

Harc
Telef
Supe

Politi
Câm
10x '

Bus

ANEXO F

Página inicial do Diário Catarinense (primeiro nível de navegação)

Diário Catarinense - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço http://www.clicrbs.com.br/jornais/dc/jsp/default.jsp?ul=26local=18§ion=Home

clic RBS Notícias | Esportes | Diversão | Tempo | Disparador | + canais

DIÁRIO CATARINENSE

Busca

Busca avançada Edições anteriores Fale conosco FAQ

Florianópolis, 13 de fevereiro de 2004. Edição nº 4514

Repatriação
Menino Iruan volta para casa



Depois de quase três anos reido em Taiwan, Iruan desembarca ontem no Brasil. Em Canoas (RS), a

Projeto
Aprovado o fim da prisão para usuário de droga

Projeto prevê tratamento médico para dependentes

A Câmara dos Deputados aprovou ontem, em votação simbólica, o projeto que cria o Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas. Pela nova lei, o juiz determinará se o consumidor sofrerá advertência verbal ou escrita ou se terá que realizar trabalho comunitário. O magistrado poderá, ainda, encaminhar a pessoa para tratamento médico. Os traficantes, no entanto, terão penas mais duras, elevando a punição mínima de três para cinco anos de prisão.

Login do usuário

 OK
 Alterar cadastro
 • Cadastro
 • Esqueci a senha

Outras capas
 Shopping

Internet

ANEXO G

Página inicial do Portal Terra com as notícias em destaque – nível 1

Terra - Notícias - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço http://noticias.terra.com.br/

terra **tycos** NEWS

Brasil, sexta, 13/02/2004 [Assine](#) [Assinaria](#) [Clube Terra](#) [Central do Assinante](#) [Aviso Legal](#) [Privacidade](#)

noticias

> Notícias noticias por e-mail tempo fale conosco

Capa
 Últimas Notícias
 Brasil
 Ciência
 Diversão
 Economia
 Esportes
 Gente & TV
 Informática
 Jornal da Terra
 Loterias
 Mundo
 Para ler com calma
 Popular

Agenda do Carro
 Cuidando do seu automóvel

Você tem manutenções previstas para seu carro! [conferir](#)

EMPREGOS
 Manager Online

Ao Vivo
 Notícias > As últimas informações do Brasil e do mundo

Iruan reencontra a família gaúcha após três anos
 O menino órfão chegou a Porto Alegre, após 40 horas de voo e três anos de disputa judicial. [Leia mais](#)

Veja também:
 > Entenda o caso do menino órfão
 > [Fotos: caso Iruan Ergui Wu](#)

Polícia quer quebrar sigilo de 12 no caso Staheli

Peritos do INSS podem só voltar ao trabalho na 4ª

Berzoini pede punição a estudante que jogou torta

Chuva de granizo causa transtornos em São Paulo

MP flagra trabalho escravo em fazenda de conde

O melhor lugar para comprar, alugar ou vender seu imóvel.
[planetaimovel.com](#)
© 2004 planetaimovel.com.br. Todos os direitos reservados.

COMPRAS

Submarino
 Palm Tungsten E
 32MB 12x de R\$74,92

Americanas.com
 Câmera dig. HP com
 Impressora -R\$1.399

ShopTime
 Câmeras Digitais em
 10x + frete grátis*

Editora Globo
 Assine Crescer e

Internet

ANEXO H

Matéria disponível no *site* Diário Catarinense *online*, exemplo de subutilização de recursos multimídia

Encontros
O site de relacionamentos dos clicRBS

DIÁRIO CATARINENSE

Busca

Home

Colunas e Charges

Primeiro Caderno

Economia

Editoriais

Esportes

Geral

Mundo

Política

Política

Seções

Artigos

Cultura

Diário do Leitor

Obituário

Saúde

Serviço

Sobre Rodas

Viagem

Cadernos

Donna DC

Variedades

Especiais

DC Documento

BR-101

A vida em alto-mar

Revista de Verão

Interatividade

Enquete

Fórum

Assinaturas

Diário Catarinense

Diário de Santa Maria

Jornal de Santa Catarina

Florianópolis, 13 de fevereiro de 2004. Edição nº 6814

Justiça

Usuário de droga fica livre da cadeia

Câmara dos Deputados aprovou texto que diferencia quem usa de quem trafica entorpecente, desobriga tratamento para viciados, reduz pena para tráfico "esporádico" e troca a prisão por serviço comunitário

BRASÍLIA

O plenário da Câmara dos Deputados aprovou ontem o substitutivo ao projeto de lei que diferencia usuário de traficante de drogas. O projeto cria o Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas e para ser sancionado ainda precisa ser analisado pelo Senado.

Usar drogas ainda continua sendo crime, mas as penas serão mais brandas. Em vez de prisão, usuários ou dependentes poderão prestar serviços à comunidade ou comparecer a programas educativos por um período que varia de cinco a 10 meses, em casos de reincidência.

"Não descriminaliza o uso de drogas, mas é um passo importante para enfrentar uma concepção hipócrita da sociedade, quando ela define que não haverá mais prisão para usuário de drogas", explica o relator do projeto na Câmara, deputado Paulo Pimenta.

Para o chefe da Polícia Civil de Santa Catarina, delegado Dirceu Silveira, o tema deve ser mais debatido. A preocupação está na utilização de usuários por traficantes. Isso deve acarretar num aumento do trabalho de investigação por parte dos órgãos de segurança pública.

Já o Estado passará a coordenar uma política de saúde pública com o Sistema Nacional Antidrogas. O tratamento médico gratuito em estabelecimento especializado poderá ser determinado pelo juiz.

Quando a nova lei passar a vigorar, traficantes poderão pegar de cinco a 15 anos de prisão. O financiador do tráfico poderá ficar preso por até 20 anos. Os bens adquiridos com o tráfico ou usados com este fim, como carros, aviões e embarcações, serão confiscados e doados às instituições de tratamento de dependentes.

Inquéritos policiais terão um prazo maior

O projeto aprovado é inovador porque determina que a prisão para dependentes somente será permitida quando o usuário se recusar a cumprir as alternativas impostas pela Justiça. "Dependente é uma situação. Repressão e combate ao tráfico são outra, coisa totalmente distinta uma da outra", explica o relator.

O deputado Paulo Pimenta acolheu sugestões de última hora que mudaram os prazos para conclusão dos inquéritos policiais. O tempo de conclusão passou de 15 para 30 dias, se o traficante estiver preso, e de 30 para 90 dias se o traficante estiver foragido. "Com isso teremos mais fôlego para as investigações", conclui Silveira.

Discador Grátis clicRBS



Baixar o Discador é bem fácil. Para acessar a internet sem pagar nada clique aqui!

Sistema Nacional Antidrogas, criado com a mudança

Pioneiro
Zero Hora

Comercial
RBS
RBS Jornal

oioPapo
Digite seu apelido:

Escolha a sala:

Selecione

OK

oioTempo

Florianópolis

veja outras cidades



Previsão para: 14/2
Máxima: 27 °C
Mínima: 23 °C
Umidade: 87 %

Flagrante
Como é
Quem é pego com drogas é levado à delegacia, onde se instaura um inquérito
Como deve ficar
Quem for flagrado com drogas terá a substância apreendida, mas não precisará ir até a delegacia
Definição
Como é
Cabe à Polícia Civil indiciar a pessoa como usuário ou traficante
Como deve ficar
A Justiça define se é caso de tráfico ou não, com base na avaliação do tipo de narcotráfico, quantidade, local, condições de apreensão, características sociais e pessoais e antecedentes do usuário
Pena
Como é
Se condenado, o usuário pode pegar pena de seis meses a dois anos de prisão, que não é cumprida em regime fechado se o réu é primário
Como deve ficar
O usuário pode ser advertido, obrigado a realizar serviços comunitários ou frequentar curso sobre os danos causados por drogas
Reincidência
Como é
Se um usuário for reincidente, a pena máxima dobra para quatro anos e pode ser cumprida na cadeia
Como deve ficar
Em caso de reincidência, estende-se de cinco para 10 meses o período de prestação de serviços ou frequência ao curso
Justiça Terapêutica
Como é
Quando condenado, o usuário pode optar por tratamento para abandonar a droga
Como deve ficar
O usuário não precisa fazer o tratamento, a menos que queira
Opiniões
Paulo Pimenta, relator do projeto aprovado ontem
"Qualquer lei sempre terá uma dose de subjetividade. Dependente é uma situação. Repressão e combate ao tráfico são outra coisa, totalmente distinta uma da outra."
Diroeu Silveira, chefe da Polícia Civil de Santa Catarina
"O tema deve ser mais debatido. Os traficantes podem utilizar usuários para o tráfico. Se isso acontecer, os órgãos de investigação terão mais trabalho".
Sergei Cobra Arbex, advogado criminalista e conselheiro da OAB
"O projeto pode mudar a mentalidade dos juizes em relação à diferenciação entre traficante e usuário. No entanto, a lei nada mudará se a mentalidade do Judiciário não mudar."
Ivaney Cayres de Souza, da Investigaçao de Narcóticos de SP
"Deveria haver uma pena proporcional à quantidade de droga apreendida com o traficante. A lei precisa individualizar melhor a conduta de cada pessoa para ser eficaz."
A lei em outros países
Grã-Bretanha

Desde o último dia 29, usuário de maconha recebe apenas advertência policial ou é chamado à corte para ouvir advertência
Holanda
Venda e consumo de maconha autorizados somente em cafeterias cadastradas pelo governo
Portugal
Posse do que a lei descreve como 10 doses diárias não é crime, porém é passível de multa. O consumo de qualquer droga não é mais crime
Bélgica
Consumo de maconha não é crime. O uso medicinal está em experiência
Suíça
Consumo livre de maconha. O país tem mais de 250 estabelecimentos de venda cadastrados pelo governo. A lei federal não autoriza a venda a estrangeiros em visita ao país
Estados Unidos
Uso medicinal da maconha permitido na Califórnia. Metade dos estados discute a descriminação e o uso médico. Na cidade de Nova York, usuários podem passar até 48 horas na delegacia se forem pegos
Canadá
Uso medicinal desde julho de 2001. Punição por posse de até 30 gramas de maconha: multa (até mil dólares canadenses) ou até seis meses de prisão. Na prática, o uso é tolerado em eventos públicos

Saiba mais

Ecstasy vai entrar na mira

Todos bairros da Capital têm boca

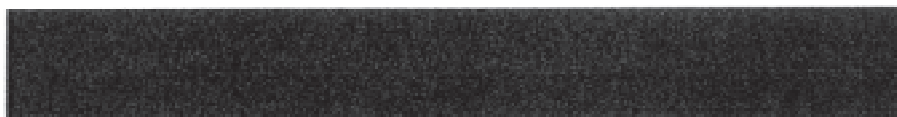
"É um dia especial para o traficante"



Enviar p/ amigo



Imprimir



RBS ONLINE

ANEXO I

E-mail recebido do Portal Terra com a resposta aos questionamentos encaminhados

Prezado Sr. Sandro,

Em resposta a sua mensagem, informamos que encaminhe suas perguntas diretamente a redacao do Jornal do Terra (jornaldoterra@corp.terra.com.br), aos cuidados dos Editores-chefes Jose Roberto de Toledo e Jaime Spitzcovsky.

Continue a nos prestigiar com sua audiencia.

Permanecemos a disposicao para quaisquer esclarecimentos que se facam necessarios.

Atenciosamente,

Rossano Lima
Relacionamento com o Cliente Terra
cliente@terra.com.br
SAN - Servico de Atendimento Nacional
Fax: (51) 3287-9087

Previna-se de e-mails indesejaveis!
E-mail protegido: www.emailprotegido.terra.com.br

> ----- Mensagem original -----
> De: <sandrol@univali.br>.
> Para: cliente@terra.com.br
> Enviada Em: Ter, 10 Fev 2004 10:50
> Assunto: Elogios - Outros
>
> nome=Sandro Galarça
> _email=sandrol@univali.br
> cidade=Itajaí
> estado=SC
> username=
> assunto=Elogios - Outros
> mensagem=Na*verdade, além de elogiar o Jornal Terra, gostaria de
> entrevistar o responsável ou um dos responsáveis pela edição do
> jornal. Sou jornalista, estou concluindo uma pesquisa de mestrado e
> esses dados seriam muito importantes.
> Aí vão as perguntas, mas se precisar entrar em contato com outra
> pessoa, solicito e-mail ou telefone. Obrigado.
>
> Questionário sobre o Jornal Terra
>
> Nome completo?
>
> Cargo no Terra?
>
> Há quanto tempo no Terra?
>
> Há quanto tempo no cargo?
>
>
> Sobre o Jornal Terra
> 1. A proposta segue ao padrão dos demais portais Terra/Lycos. Mas há
> particularidades. Hoje, por exemplo, fui surpreendido com um link
> sobre Itajaí e sobre os gols de Inter e Grêmio, algo exclusivo para um
> tipo de assinante. Há uma preocupação constante com isso?
>
> 2. Como é a política de atualização do conteúdo do site? Há períodos
> específicos ou o que conta é a notícia?
>
> 3. Com certeza, a empresa tem dados atualizados sobre o acesso a seus
> produtos na Internet. Quantos acessos diários (ou semanais, mensais)

> tem o Portal Terra, em nível nacional e quantos acessos se computados
> dados apenas de Santa Catarina?
>
> 4. Há uma tendência na forma/conteúdo dos textos a serem seguidos na
> Internet?
>
> 5. De que forma a limitação do equipamento utilizado pelo usuário
> interfere na produção de instrumentos multimídia? Há uma preocupação
> com a simplicidade, para facilitar o acesso de um número maior de
> usuários?
>
>
> Obrigado. Se precisar encaminhar novamente esse e-mail, poderei
> fazê-lo.
> Enviado pelo IP : 200.180.43.56
> Referer : http://www.terra.com.br/fale/elog_outros_form.htm
>
> Esta mensagem foi verificada pelo E-mail Protegido Terra.
> Scan engine: VirusScan / Atualizado em 04/02/2004 / Versão: 1.4.1
> Proteja o seu e-mail Terra: <http://www.emailprotegido.terra.com.br/>
>
> E-mail classificado pelo Identificador de Spam Inteligente Terra.
> Para alterar a categoria classificada, visite
> <http://www.terra.com.br/centralunificada/emailprotegido/imap/>
> [imap.cgi?+u=cliente&l=1076421045.229584.19168.pasto.terra.com.br](http://www.terra.com.br/centralunificada/emailprotegido/imap/imap.cgi?+u=cliente&l=1076421045.229584.19168.pasto.terra.com.br)
>
>

Esta mensagem foi verificada pelo E-mail Protegido Terra.
Scan engine: VirusScan / Atualizado em 11/02/2004 / Versão: 1.4.1
Proteja o seu e-mail Terra: <http://www.emailprotegido.terra.com.br/>

E-mail classificado pelo Identificador de Spam Inteligente Terra.
Para alterar a categoria classificada, visite
[http://www.terra.com.br/centralunificada/emailprotegido/imap/imap.cgi?
+u=cliente&l=1076539226.305355.18560.iqitos.terra.com.br](http://www.terra.com.br/centralunificada/emailprotegido/imap/imap.cgi?+u=cliente&l=1076539226.305355.18560.iqitos.terra.com.br)

ANEXO J

Capas da versão impressa do Diário Catarinense no período observado



Acorrentado no Palácio do Planalto

Ex-prefeito petista de Diadema Gilson Menezes reivindica o pagamento de indenização por danos sofridos na dilatação.

PÁGINA 13

Northon Nascimento de volta à vida normal

Depois de 53 dias internado, quando foi submetido a um transplante de coração, Northon Nascimento deixou o hospital. Quer conciliar o trabalho artístico com a preparação para ser pastor.

VARIEDADES

IPOSENTADORIAS

STF define em R\$ 19 mil teto dos servidores

PÁGINA 7

GASTRONOMIA

Como preparar Torta de Sorvete



VARIEDADES

Secretário afasta comandante da PM

BLASI DESEJA TRANSPARÊNCIA NA APURAÇÃO SOBRE FESTA EM BORDEL

O governador em exercício, Eduardo Pinho Moreira, e o secretário de Segurança, João Henrique Blasi (foto), decidiram afastar o coronel Paulo Conceição Caminha das funções de comandante-geral da Polícia Militar. O afastamento ocorreu um dia depois que o Diário Catarinense revelou a participação de policiais em festa em um bordel de Joinville. O coronel



admitiu que estava na casa de prostituição quando uma força-tarefa composta por integrantes da Vara da Infância e Juventude e policiais chegou para apurar denúncia de exploração sexual juvenil. O afastamento, segundo Blasi, é temporário. O coronel Anísio Nelson da Silva, que respondia pela Casa Militar, assume o comando da PM.



SAÍDA: Coronel Paulo Caminha (C) deixa o Centro Administrativo acompanhado do novo comandante, Anísio da Silva (D). PÁGINA 25



ILHA DE ARACATUBA

Revista de

Fortalezas da história da Ilha de Santa Catarina



PRAIA DO FORTE



Blasi acusa 'armação política' e faz ameaça

Secretário de Segurança, João Henrique Blasi diz que o episódio, que levou ao afastamento do comandante da PM, coronel Paulo Caminha, foi armação política e anuncia que vai processar os responsáveis pelas denúncias, consideradas levianas.

PÁGINA 19

BRASIL

Governo segura R\$ 6 bilhões do Orçamento

PÁGINAS QUATRO E 5

SAÚDE

Pessoas violentas podem ter doença ainda sem tratamento

PÁGINA 22

CONSUMIDOR

Tarifa de celular sobe 6,9% na próxima semana

PÁGINA 12

VESTIBULAR

Os aprovados da Udesc do Oeste

PÁGINA 18

Lula descarta 'aventura descabida' na economia

Presidente diz que não existe Plano Palocci

Após encontro com o presidente mundial da General Motors, Richard Wagoner, que na quinta-feira anunciou investimentos de US\$ 240 milhões na fábrica gaúcha, o presidente Luiz Inácio da Silva disse que não fará qualquer "aventura descabida" na economia, porque há milhões de brasileiros passando

necessidade e só uma política econômica sustentável pode mudar esse quadro.

"Não tem Plano Lula, Palocci, Rigotto ou Tarso Genro. O que tem é a seriedade com a coisa pública", afirmou o presidente.

PÁGINA 11

Terror no metrô de Moscou



TRAGEDIA: Pelo menos 39 pessoas morreram e 129 ficaram feridas, depois que uma bomba explodiu dentro de vagão. PÁGINA 24

VARIEDADES

Os 40 anos da explosão da beatlemania pelo mundo

Em 7 de fevereiro de 1964 os quatro rapazes ingleses dos Beatles chegavam aos EUA pela primeira vez. Depois de apresentações na televisão, eles conquistaram o mundo com a beatlemania e fortaleceram a revitalização do rock'n'roll.



Produção de cinema em SC cresce a partir dos anos 80

Depois de tentativas frustradas na década de 50, e entre os anos 60 e 70, a partir de 1980 a produção cinematográfica de Santa Catarina ganhou impulso.

CULTURA



AS BELAS DAS PRAIAS DA MODA NA ILHA

Estudante de Educação Física, Dani Lima de Aguiar, de 22 anos, prefere as areias da Brava, no Norte da Capital

PÁGINAS QUATRO E 5

Indústria de SC retoma crescimento

A indústria catarinense promete ampliar seus investimentos em 2004 e já prevê que a retomada do crescimento vai trazer ao setor um desempenho positivo de 4% a 5% ao final do ano.

Depois de encerrar 2003 com um desempenho negativo de 3%, os prognósticos favoráveis para este ano foram ali-

nhavados no relatório *Desempenho Perspectivas da Indústria Catarinense 2002-2005*, recém-lançado pela Federação das Indústrias. "Temos boas possibilidades de acerto em 2004", prevê o diretor da Fiesc, Glauco Côrte.

PÁGINAS 17 E 18

Donna DC

Relação de queixas

Mulheres e homens reclamam uns dos outros no dia-a-dia



E mais

Bibi Ferreira, a vida dedicada ao teatro brasileiro

Cabelos crespos voltam a ganhar espaço na moda

EDUCAÇÃO

Aulas vão recomeçar em diversos municípios

PÁGINA 26

SAÚDE

Síndrome do Pânico, doença da ansiedade

PÁGINAS 34 E 35

Revista da Televisão



Daniela Escobar fará parte de *Um Só Coração*

ESPORTES

Domingo de clássicos

A histórica rivalidade entre Florianópolis e Joinville será posta à prova novamente neste domingo, pelo Catarinense 2004. Na Capital, jogam Figueirense e JEC, e no Norte, Caxias e Avaí, em rodada decisiva do primeiro turno.



TURISMO



Um território de argentinos

Canasvieiras (foto), em Florianópolis, e Balneário Camboriú são os destinos preferidos dos turistas argentinos no Estado.

Em Balneário, contudo, eles ganharam a companhia de uruguaios, chilenos, peruanos e bolivianos.

PÁGINA 26

EDUCAÇÃO

Inadimplência de 50% ameaça escola particular

PÁGINAS QUATRO E 5

INVESTIGAÇÃO

Promotor refuta armação na blitz em bordel

PÁGINA 20

VIOLÊNCIA

Perseguição, tiroteio e morte em Sombrio

PÁGINA 28

SC amplia capacidade para armazenar safra

Programa prevê subsídio para as empresas investirem

Santa Catarina deve ampliar em 600 mil toneladas a capacidade de estocagem de grãos, nos próximos três anos. O programa, anunciado pela Secretaria de Estado da Agricultura, pretende oferecer um subsídio de 50% dos juros praticados pelo mercado para as cooperativas interessadas em investir em silos e armazéns.

Segundo o secretário Moacir Sopelsa, devem ser investidos R\$ 3 milhões em subsídios, de metade dos juros, que estão em 10,75% ao ano. As 600 mil toneladas representariam um acréscimo de 17% na estrutura de estocagem.

PÁGINA 13

ESPORTES

Figueirense goleia Joinville

CLAUDIO MATEUS DE ANDRADE



ARRANCADA: Romualdo (D), que marcou o primeiro gol, corre para abraçar Rodrigo (C), que fez os outros dois contra o JEC

Caxias derrota Avaí por 3 a 2 e lidera Grupo A do Estadual

Orlando (na foto, com a bola) marcou o segundo gol da vitória do Caxias sobre o Avaí, no Estádio Ernestão, em Joinville. Com o resultado, o time lidera o Grupo A com 10 pontos ganhos.



EDICAO: PETERLO/JOINVILLE

Tubarão ganha do Guarani e Chapecoense vence Atlético

O Tubarão lidera o Grupo B, com a vitória de 4 a 2 sobre o Guarani. A Chapecoense fez 1 a 0 no Atlético, em Ibirama. Lages fez 4 a 2 no Marquão e Tiradentes empatou com o Criciúma.

GUGA ESTRÉIA EM TORNEIO NO SAIBRO EM VIÑA DEL MAR, CHILE



Mapa expõe índices maiores da violência

Dados revelam que 779 pessoas foram assassinadas ao longo de 2003

Santa Catarina viveu uma explosão no número de homicídios em 2003. Conforme levantamento da Secretaria da Segurança Pública publicado no *Diário Oficial*, 779 pessoas foram vítimas da violência no ano passado em todo o Estado. O índice representa mais de 100% de acréscimo em relação ao total de mortos no ano anterior, quando houve 381 assassinatos.

O relatório mostra que o Vale do Itajaí concentra os maiores índices de criminalidade. A Grande Florianópolis aparece em segundo lugar no balanço da SSP, seguida da região Norte.

Os casos de furtos e roubos cresceram 17% no ano passado em relação a 2002.

PÁGINA 27

Tráfico no Centro de Florianópolis

FLORIANÓPOLIS



NEGOCIAÇÃO: DC flagra venda e entrega de drogas a cerca de 100 metros da Assembleia e do Fórum. PÁGINAS QUATRO E 5

EDUCAÇÃO

Estado fecha acordo com a Acafe para cursos gratuitos

O governo e a Associação Catarinense das Fundações Educacionais articulam a abertura de cursos gratuitos para atender necessidades de cada região.

PÁGINA 22

RELACIONAMENTO ENTRE EMPRESAS E O GOVERNO



INVESTIMENTOS

Crescimento vai impulsionar programas sociais, diz Lula

No lançamento do maior jato da Embraer, o presidente disse que o crescimento econômico e a geração de empregos vão impulsionar os programas sociais.

PÁGINA 14

ESPORTES

BELEZA, JOGO E PASSIONALE



Farra de gols no Catarinense

O Estadual 2004 já registra a maior média de gols dos últimos anos. Foram marcados 84 gols até agora, 3,11 por jogo.

Vicente (foto), do Caxias, de Joinville, já fez quatro.



Treinadores do JEC e do Atlético perdem emprego

CONSUMIDOR

Valor das carteiras de motorista será fixado pelo Detran

PÁGINA 24

JOINVILLE

Pivô do caso do bordel depõe hoje

O comissário da Infância e Juventude Milton Francisco da Silva será ouvido hoje pelo promotor de Justiça César Augusto Grubba. Ele é o pivô da maior crise na área da Segurança.

PÁGINA 23

Celesc leva multa de R\$ 7,9 milhões pelo apagão

PÁGINA 19



Menino Iruan volta para casa

Depois de quase três anos retido em Taiwan, Iruan desembarcou ontem no Brasil. Em Canoas (RS), a família o aguardava com festa.

PÁGINA 30

Aprovado o fim da prisão para usuário de droga

Projeto prevê tratamento médico para dependentes

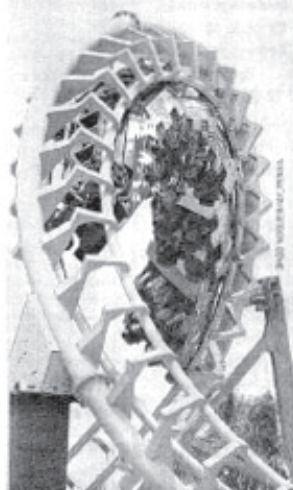
A Câmara dos Deputados aprovou ontem, em votação simbólica, o projeto que cria o Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas. Pela nova lei, o juiz determinará se o consumidor sofrerá advertência verbal ou escrita ou se

terá que realizar trabalho comunitário. O magistrado poderá, ainda, encaminhar a pessoa para tratamento médico. Os traficantes, no entanto, terão penas mais duras, elevando a punição mínima de três para cinco anos de prisão.

PÁGINAS QUATRO E 5

Revista de

Parque oferece aventuras radicais



Gelo cobre São Paulo



SUSTO: Tempestade de granizo, seguida de chuva forte, deixou casas cobertas por uma camada espessa branca, ruas alagadas e córregos transbordando. PÁGINA 28

DIREITO

MEC suspende a criação de cursos

PÁGINA 25

BRASIL

ONU diz que Justiça não inspira confiança

PÁGINA 6

ESPORTES

Guga pega italiano em Viña del Mar

Gustavo Kuerten está confiante depois das duas vitórias, porém, está cauteloso no próximo confronto com Volandri.



SUPERMERCADOS

Novas lojas abrem 1,2 mil vagas no Estado

PÁGINA 13

Veja nesta edição uma superoferta de perder a voz.

Claro