O Conteúdo Jornalístico Regional em Portais de Internet Locais: o Caso do Portal Infonet[1]

Wilame Lima Silva Júnior (UFS)[2]

Resumo

O objetivo deste trabalho é mostrar como a Internet vem sendo utilizada para transmitir conteúdos jornalísticos regionais, além de estudar as possibilidades regionais no mundo globalizado; como o Jornalismo *online* se encaixa nesse processo; as características do jornalismo regional; e a importância da Memória (uma das peculiaridades da rede). O projeto utilizou bibliografia, principalmente, retirada da própria rede, como forma de se aproveitar do objeto de estudo para mostrar como este pode ser útil para a produção científica. Valemo-nos, ainda, de questionários e entrevistas para ilustrar a análise do portal Infonet. Ao final, conclui-se que a rede ainda apresenta muitos prós e contras quando se pretende falar sobre este assunto, porém, este é um caminho a ser seguido quando se pretende atingir um público mais específico, respeitando as características locais.

Palavras-chave: Regionalização; Portais locais; Jornalismo online.

Em 1972, o futurólogo Arthur Clarke vislumbrava um destino maravilhoso para a Terra a partir do ano 2000. Neste ano, teríamos um momento em que o homem não precisaria mais trabalhar e se debruçaria nos estudos. O que chama atenção na visão de Athur são três modificações importantes que deveriam ter ocorrido no ano 2000: o fim dos Estados soberanos, a unificação dos idiomas e o desaparecimento do automóvel. Hoje, 2005, uma dessas características está mais ou menos de acordo com a visão de Clarke, a quebra das fronteiras dos Estados pela navegação em rede. A internet diminui as limitações geográficas através do mundo virtual, porém, *não acaba com elas, apenas redimensiona o significado de socialização.*

Apesar da globalização parecer soberana, entre os anos de 1980 e 1990 houve o surgimento de um caminho que parecia oposto à direção da economia liberal globalizada: a regionalização econômica, tendência explicada mediante a aparição dos chamados blocos econômicos, como o Nafta[3], o Mercosul[4], a União Européia, entre outros. Os blocos foram criados como forma de manterem competitivas certas regiões do planeta, sendo formados por áreas com interesses econômicos em comum, quase sempre levando-se em conta a localização

[1] Trabalho apresentado ao TL - Temas Livres, do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

[2] Bacharel em Comunicação Social Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe. Pós-graduando em Gestão de Comunicação pela Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe. Jornalista de mídia online do portal InfoNet. wilamelima@infonet.com.br.

[3] The North American Free Trade Agreement

[4] Mercado Comum do Cone Sul

espacial dos países participantes. Castells (1999) aponta, dentro dessa tendência, a existência de uma "economia global regionalizada", que seria nada mais do que a quebra das barreiras alfandegárias dentro de um mesmo bloco, porém, mantendo-se essas mesmas barreiras em relação a outros mercados exteriores ao grupo.

Mas o que é regionalização? Ainda existe espaço para a regionalização em um mundo globalizado? O jornalismo *online* é útil nesse processo? Existem particularidades na maneira de se fazer jornalismo nos portais[5] regionais? De acordo com vários autores (alguns deles citados pelo próprio Castells, a exemplo de Held, McGrew, Goldblatt, Perraton *apud* Castells, 1999, p.152), a regionalização é vista como uma vertente de significativa importância. Assim como cresceram as relações internacionais, também evoluíram as regionais e muitos concordam que o processo de globalização não exclui o de regionalização e vice-versa, conforme afirma a professora e pesquisadora Maria Regina Lima:

> *Ao contrário do que se prognosticava anos atrás, sem nenhuma base sólida de inferência, o processo de globalização não impediu que se aprofundasse ainda mais a regionalização da economia política mundial. Seja como movimento defensivo, seja para tornar mais competitiva a inserção dos países no ambiente global, a verdade é que globalização e regionalização não se mostraram processos competitivos, mas antes complementares* (LIMA. <http://observatorio.iuperj.br/artigoimpressaomariaregina.htm>. Acesso em 14 nov 2004).

Falando em regionalização de informação, temos que nos reportar à prática jornalística. Assim como a economia, o jornalismo também muda e se adapta ao contexto onde está inserido, em relação a seu público, em relação a seus produtores, e, principalmente, de acordo com as ferramentas das quais os jornalistas podem fazer uso para produzir conteúdo jornalístico. A utilização do jornalismo em portais supre uma demanda identificada por Suzana Barbosa, que explica que além de acessar os portais nacionais para saber o que acontece no mundo e no país, muitos procuram pelo que está acontecendo em sua própria cidade. O portal regional utiliza "a informação segundo os critérios e características próprias ao ambiente eletrônico (...) para atrair os usuários de determinadas localidades para a rede, facilitando o acesso a serviços (...) entre outros assuntos pertinentes à cidade em que moram" (BARBOSA. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=barbosa-suzana-jornalismo-online.html>. Acesso em 14 nov 2004).

Uma das facilidades da rede é a de segmentar informações para públicos específicos. Um portal regional é apenas um site de informações segmentadas sobre um determinado local que surge dar ao internauta a possibilidade de entrar em contato com

[5] Portal seria um site na Internet que fornece ao internauta um ponto de entrada para a rede, oferecendo informações específicas ou gerais sobre determinados assuntos.

pessoas próximas, saber o que acontece em seu Estado ou cidade e conhecer pontos importantes de sua cultura. Porém, quando a internet foi criada, o projeto da rede tinha fins meramente militares (Arpanet). Com a incorporação das interfaces gráficas à rede, intensificou-se o processo de informacionalismo (Castells, 1999), que tem por fim a acumulação de conhecimentos e o aumento do nível de complexidade no processamento de dados.

Além disso, a busca pela identidade reforçou o uso do ambiente virtual. Para Silveirinha (2002), a identidade marca dois extremos, a semelhança e a diferença. Para a autora, o termo pode ser utilizado quando nos referimos àquilo o que nos torna iguais e àquilo o que nos diferencia dos outros seres humanos. Vejamos:

> *Ser igual, mas diferente, procurar crescentemente uma legitimação política resultante não de uma personalidade inerente à condição cultural, mas como escolha livre e não exclusivista, o que significa, na prática, ver a sua diferença reconhecida. Quando o sujeito participa da vida política, entra num tipo particular de relação de coexistência com os seus outros e a sua existência não só não pode ser negada, como tem de ser reconhecida.* (Silveirinha, 2002, p.3).

Há um duplo movimento no processo de identificação do homem e a internet o reforça: ao mesmo tempo em que ele procura ser diferente do meio em que se insere, ele também tenta encontrar conexões com esse mesmo meio, de forma a se sentir parte do grupo. O jornalismo também contribui para esse processo a partir do momento em que ajuda a criar laços com o território local. Para se viver em sociedade, é preciso saber agir como a parte de um todo e unindo-se a onipresença e rapidez da rede, a ânsia da identidade e o papel social do jornalismo, temos um excelente mecanismo de socialização via rede.

Para se notar a necessidade do regional na rede, basta acessar a rede social Orkut[6]. Lá, encontramos diversas comunidades que levam os nomes das cidades onde as pessoas que a compõem vivem (ou se interessam por lá por alguma razão). Aracaju, São Paulo, Salvador, Rio, todas têm um correspondente virtual no Orkut. Dessa forma, as representações reais da vida comum são transferidas para o ciberespaço e as discussões, muitas vezes, são as mesmas da realidade. Há muitos tópicos, por exemplo, sobre política, sociedade, comportamentos morais etc. O portal regional também assume essa função, porém quando o jornalismo está envolvido, ele ganha status de produtor de informações, e não apenas de cenário de discussão. Porem, quando se fala em ciberespaço ou em portal local

[6] www.orkut.com

(vortal[7]), temos que ter em mente que a rede é um outro espaço, um lugar onde não existe nem *tempo* nem *local*.

Falando em espaço, vamos nos reportar à física. Na teoria relativística, o espaço é quadridimensional, pois admite a existência do tempo. Para Sylvia Moretzsohn, (2002, p.22), "deve-se registrar que, desde Einstein, tais descobertas vêm permitindo sustentar hipóteses que colaborem para alterar nossa concepção de espaço e tempo, causando tensões num cotidiano que transcorre de acordo com o tempo cronológico". Na Internet, tanto tempo quanto espaço têm seus conceitos difíceis de serem delimitados. Quando estamos em uma sala de bate-papo, conversando com alguém do outro lado do mundo, onde estamos? Na sala de nossa casa? Na sala de nosso interlocutor? Em lugar nenhum? Ao mesmo tempo, se em nossa casa for 8 da manhã, e na de nosso interlocutor 8 da noite, em que tempo nossa conversa ocorre? Na verdade, o ciberespaço é um "outro espaço", algo a parte. "Num sentido muito profundo, esse novo espaço digital está "além" do espaço que a física descreve

Na rede, trabalhamos em tempo real ou anacronicamente?[8] Mas o que é real e o que é virtual? Postman (*apud* CASTELLS, 1999, p. 414), propõe que não há diferenças entre um e outro. A partir do momento em que vemos a suposta realidade através dos nossos olhos, de nossas experiências e expectativas, adicionamos a essas imagens nossa bagagem cultural. E nossa realidade é carregada daquilo o que achamos, suprimindo a idéia de que haja uma realidade verdadeira.

Segundo Ross (1962, p.11), as palavras são nada mais do que formas de expressão de idéias. Elas tornam os pensamentos presentes à realidade e servem de elo entre uma idéia e seu correspondente, que pode ser uma informação, uma outra idéia, um pensamento ou um objeto. Para ele, *"The unit of thought is the sentence or preposition. Words convey meanings, but there is no information, idea, or thought unless at least two meanings are related to each other"*[9]. Ainda para o autor (1962, p.XX), *"The institutions and patterned activities of society depend on human communication and its underlaying symbolic systems"*[10].

---

[7] REIS dos SANTOS, Ana Lúcia Prado. **Informação fast-food. Um estudo de caso do jornal "Último Segundo" do Portal IG**. 20--?. Artigo – Universidade Federal da Bahia, UFBA, Bahia. Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/santos-prado-ana-fast-food.pdf. Acesso em: 13 de dezembro de 2004.

[8] O presente trabalho poderá não responder de forma significativa a esta pergunta, posto que se trata apenas de um artigo.

[9] "A unidade de pensamento é a sentença ou preposição. Palavras contêm sentidos, mas não há informação, idéia ou pensamento a menos que haja dois significados relacionados entre si".

[10] "As instituições e atividades moldadas pela sociedade dependem da comunicação humana e seus sistemas simbólicos subposicionados".

Não estar nem no aqui nem no agora parecia impossível, mas no ciberespaço, isso é possível na medida em que a rede cria um ambiente paralelo. O processo de desprendimento do aqui e agora é chamado de virtualização. A bolsa de valores é um bom exemplo do processo de virtualização. Lá, os investimentos não passam de impulsos elétricos circulando por uma rede. Da mesma forma, nosso dinheiro é muito mais virtual do que real: quando um banco diz que você possui, em sua conta, um determinado valor, ele está apenas informando que você tem o *potencial* de receber aquele dinheiro, ou seja, ele existe apenas em uma série de computadores e conexões. Apenas quando você solicita a quantia é que ela se torna real, palpável, dinheiro.

> *Quando uma pessoa, uma coletividade, um ato, uma informação se virtualizam, eles se tornam 'não-presentes', se desterritorializam. Uma espécie de desengate os separa do espaço físico ou geográfico ordinários e da temporalidade do relógio e do calendário. É verdade que não são totalmente independentes do espaço-tempo de referência, uma vez que devem sempre se inserir em suportes físicos e se atualizar aqui ou alhures, agora ou mais tarde. No entanto, a virtualização lhes fez tomar a tangente* (Lévy, 1996, p.21 *apud* Pimenta, 2001, p.3).

Precisamos ter em mente, portanto, que um certo conteúdo na rede não pode ser classificado de acordo com um local específico correspondente ao mundo real. Na verdade, ele encontra-se não-presente, ou seja, a partir do momento em que uma notícia a respeito do governo do Estado de Sergipe é inserida na rede, ela passa a estar em um não-lugar; e podendo ser recuperada a qualquer momento, deixa também de estar situada em um tempo específico. Assim, uma notícia pode *tratar* sobre Aracaju, mas ela não *está* em Aracaju. É importante que se guarde essa noção quando tratarmos de portais, sejam eles regionais ou mundiais: a delimitação geográfica é apenas um recurso que utilizamos para definir o assunto *dos quais eles tratam*. Pimenta tenta explicar o pensamento de Lévy, ao afirmar que "para ele (Lévy), a ampliação da comunicação e da velocidade compartilham a 'tensão em sair de uma presença'" (PIMENTA, 2001, p.3): quão maior a possibilidade da rede, menores as limitações de espaço e tempo.

Via de regra, essa é a primeira especificação para que um portal seja denominado local ou regional. Ele deve atender à comunidade da qual se propõe falar se tiver foco no jornalismo. A Internet dá ao Jornalismo uma nova possibilidade, a rapidez de veiculação. Para Magalhães, (1979, p.23), "os jornais, além de intérpretes da opinião pública, são representantes do estágio de desenvolvimento e da cultura de um povo"; adiante:

> *A coleta de informações seguras e amplas a respeito dos acontecimentos mais importantes, a todo o tempo, é, assim, parte essencial da atividade jornalística e esbarra de imediato com um dos problemas mais comuns entre*

> *os meios de comunicação: a estreita faixa de tempo em que os fatos devem ser levantados para a produção noticiosa* (MAGALHÃES, 1979, p.23).

Paulo Cunha (baseado nos trabalhos de Natan Shedroff) acredita que a internet não está apoiada em um espaço, mas ela é o próprio espaço. A visão se baseia, também, no estudo do não-lugar de Lévy. "Os lugares deixam de ser importantes para serem substituídos pelos processos de integração dos sistemas e/ou dos princípios de comunicação" (CUNHA, Disponível em: http://www.eca.usp.br/alaic/boletin16/Texto%20-%20paulo%20cunha.htm. Acessado em: 9 de janeiro de 2005). Para Castells, estamos experimentando uma virtualidade real, ou seja, um sistema em que as experiências são formadas a partir de imagens virtuais resultantes da transformação da realidade (Realidade + Imagens Virtuais ➔ Experiência) e que traz a simultaneidade e a intemporalidade, características da rede (1999, p553).

Portais locais e a despolarização da comunicação

Quando se fala em portais regionais, precisamos lembrar que a comunicação via Internet é mais democrática que outros meios. A comunicação na TV e no rádio, no Brasil, esteve marcada por um caráter de polarização, ou seja, grandes empresas ou centros dominam a distribuição de informações quando cada comunidade necessitaria de uma atenção própria e de seus meios de comunicação. Para destacar a importância do regional, Suzana Barbosa diz que:

> *Podemos acrescentar que é no âmbito local onde a cultura global hegemônica é refuncionalizada através de relações de assimilação e rejeição e é onde novas formas de sociabilidade e também de socialidade são engendradas. Assim, torna possível a produção de novas visões do mundo e novas formas de expressar e emitir informação na cibercultura contemporânea* (BARBOSA, 2003, p.3).

Para a autora, o local assume a função de captar a informação global e adaptá-la aos interesses de uma determinada comunidade, onde ela é resignificada. O caráter aterritorial da rede propicia que qualquer pessoa, em qualquer lugar do mundo, possa ter acesso aos conteúdos dispostos na rede.

A internet é descrita como um ambiente cuja "característica de canal de comunicação de duplo sentido permitiu a criação de comunidades com membros separados por grandes distâncias físicas, levando a mídia tradicional a popularizar o termo 'ciberespaço', para designar esta forma de socialização" (ROCHA, 2003, p.9). Essa capacidade vem possibilitando que empresas menores invistam no setor de comunicação via rede. Há a esperança de que essa seja a possibilidade de quebra dos monopólios comunicacionais, e da descentralização dos centros de informação.

Os portais regionais funcionam como alternativas de comunicação. De acordo com Silva Júnior (2000), a informação *online* representaria uma alternativa a outros modelos de comunicação já existentes. Para ele:

> *"Ao invés da centralização da emissão, por um lado, e a pulverização massificada, na outra extremidade do processo, temos potencialmente, a descentralidade instaurada nos seus processos de disponibilização da informação"* (SILVA JÚNIOR, 2000, p.42).

Para Gomes (1993), a democratização da comunicação, seja lá em qual meio for, deve estar sujeita à regulação política, ou seja, ela depende da intervenção das autoridades superiores para acontecer de forma efetiva (1993, p.47). O assunto ainda é uma questão que nos traz muitas dúvidas e problemas. O próprio princípio de democratização não é bem claro (alguns acham que o mesmo quer dizer que todos poderiam ter acesso aos Meios de Comunicação de Massa). Além disso, uma comunicação democrática exigiria uma postura honesta e desinteressada daqueles que possuem o controle dos meios de comunicação.

Como as formas de controle na internet são diferentes dos outros meios, podemos dizer que a rede está a meio passo desse processo de democratização, onde o controle efetivo é feito pelos participantes e não pelos emissores. Entretanto, portais como os mega-portais são vistos como ameaças por alguns autores. De acordo com Barbosa, os mega-portais (ou portais genéricos) são aqueles:

> *(...) Que oferecem uma variedade de serviços casados com informação jornalística (no Brasil, exemplos deles são o UOL, iG – que tem no jornalístico Último Segundo sua principal vitrine – Terra). Os portais são mesmo emissores de grande conteúdo e neles o jornalismo é uma das maiores fontes de geração de tráfego e acesso. Tanto que, no geral, eles abarcam as edições online dos grandes jornais (nacionais e internacionais até), além de garantirem conteúdo próprio produzido por equipes de jornalistas, muitos dos quais trazidos da mídia impressa.* (Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=barbosa-suzana-jornalismo-online.html. Acesso em 14 nov 2004)

No caso dos portais locais, há alternativas para evitar que estes sejam massacrados por veículos maiores. Sites como o Emsergipe.com e o Globo.com descobriram a modalidade de simbiose na rede: a Emsergipe.com, site da afiliada TV Sergipe, é nutrida com informações de uma equipe disponibilizada exclusivamente para o site e por vídeos e sons da TV Sergipe e da FM Sergipe. O conteúdo é repassado para a Globo.com, que decide se algum deles pode ou não entrar na página do site. Em troca, cada vez que uma notícia do Emsergipe.com entra no ar no site da Globo.com, são gerados acessos para o primeiro (e conseqüentemente para o último). A Emsergipe ganha acessos e a Globo.com produz conteúdo a custos baixíssimos (já que a produção é da própria afiliada).

Outra tendência protecionista apontada por Barbosa é a formação de portais regionais cada vez mais especializados em produzir conteúdo e oferecer serviços regionais, ou seja, se aproximarem mais ainda de seus públicos:

> *"No que concerne ao jornalismo online, que é o que nos importa, os mega portais vão abrir caminho para o surgimento de uma outra modalidade – os portais locais, mais verticalizados, que se concentram na oferta de conteúdo e serviços direcionados a uma localidade específica"* (BARBOSA, Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=barbosa-suzana-jornalismo-online.html. Acesso em 14 nov 2004).

Não se deve achar, entretanto, que a internet é completamente democrática. O controle existe, mas ele está nos mecanismos de busca, Para Serra, "o funcionamento dos sistemas automáticos de busca de informação (...) assenta em critérios de relevância que impedem, (...) a efectivação de (...) igualdade" (SERRA. < http://bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-Internet-mito-visibilidade-universal.html>. Acesso em: 17 dez 2004). Devido ao grande número de informações, os serviços de indexação e busca são imprescindíveis para a captura de conteúdo. Porém, estes serviços utilizam critérios para catalogar e apresentar a informação. O que se controla agora não é quem pode inserir informações na rede, mas quais informações são apresentadas e baseadas em que critérios de importância elas devem ser exibidas.

O memória nos portais locais

Com a evolução da rede, os portais locais assumem o papel de quebrar limitações técnicas e de servir ao propósito do jornalismo, de refletir o local onde estão inseridos. Estes instrumentos estão cada vez mais perto de suas comunidades: portais locais atuam em pontos geográficos específicos e, por conseqüência, podem refletir de melhor maneira o dia-a-dia nesses locais. A Interatividade, Hipertextualidade, Multimidialidade, Memória, Atualização Contínua e Personalização do Conteúdo são as seis características descritas por Palácios (1999) e que também estão presentes de maneiras diversas nestes sites.

Porém, uma dessas características de extrema importância é a Memória. Ela é definida por Palácios (2002, p.4) como a capacidade de se armazenar dados por mais tempo e com maior facilidade do que outras mídias, possibilitando o acesso a produtos antigos. A capacidade que os portais locais têm de documentar acontecimentos locais, fatos e história, através de notas, matérias, reportagens, imagens e outras formas de conteúdo representa o potencial dessa característica. O conceito, segundo Palácios (2002, p.6-7), marca uma ruptura com outros meios de comunicação: o espaço praticamente infinito que o jornalista encontra para armazenar as informações produzidas.

A comunicação via Internet possibilita que usuários e jornalistas alimentem os bancos de dados com informações e ainda pode ser um excelente meio para a construção de um discurso local. Como vimos no começo do texto, o processo de identificação é uma base importante na maneira como o homem se comporta frente às várias situações de sua vida. A formação de uma memória é importante nesse sentido ao fornecer bases necessárias para que o internauta se identifique com o meio em que se insere através desse discurso.

Da mesma forma como vimos anteriormente, a memória só é limitada pelos próprios mecanismos de busca, além de outros pontos apresentados por Canavilhas, citando Gordon Bell: *a longevidade do suporte*, a *usabilidade*, o *acesso* e as *ferramentas de pesquisa para informação não textual*.

As ferramentas de pesquisa para informação não textual, por exemplo, constituem um grande problema. Para se pesquisar por imagens, vídeos ou sons, o interessado deve se utilizar de palavras-chave nos mecanismos de indexação. Porém, a titulação deste tipo de produção é de responsabilidade de quem a produz, o que reduz as possibilidades de que o pesquisador ache os resultados que deseja. "A procura de fotos, por exemplo, está sujeita ao sistema de indexação estabelecido pelo arquivista. O que pesquisa é o nome do ficheiro[11] e não o conteúdo dele" (CANAVILHAS. <http://bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-Internet-como-memoria.html>. Acesso em: 26 dez 2004).

O caso Infonet

A Infonet foi a primeira empresa do Estado de Sergipe a investir de forma acentuada no campo da comunicação *online*. A empresa começou como uma *software house*, ou seja, especializada no desenvolvimento de sistemas e programas voltados para a Internet. Depois, resolveu investir em outro segmento, o de provedor de acessos. Hoje, ela atua em vários segmentos, um deles, o jornalismo online.

Comecemos pelo layout. Um dos grandes pecados dos vortais regionais são a disposição de informações, muitas vezes mal colocadas ou que criem um grande grau de dificuldade para sua obtenção. Pensar como serão dispostas as informações e a estrutura de todo o site é o primeiro passo para se desenvolver uma página da *web*. Para Todeschini, (2002, p. 19), dois conceitos são muito utilizados no tocante ao design de interface, ou seja, o planejamento da apresentação visual da página e como o usuário se relaciona com ela. São

[11] Arquivo de imagem

eles a acessibilidade e a usabilidade. A tendência é de que os portais comecem a se preocupar mais com a interface gráfica.

Abaixo, a figura 2 mostra a página principal do portal Infonet no dia 13 de dezembro de 2004 O texto é um dos aspectos mais privilegiados da interface gráfica da Infonet. A maior parte das informações visuais refere-se à questão publicitária, através dos *banners*. Apenas duas vezes são utilizadas imagens para o conteúdo: a primeira para a matéria de destaque (a que, teoricamente, causaria mais interesse ao leitor) e na área destinada ao envio de cartões. O site utiliza uma divisão já seguida por outros portais nacionais. O UOL, por exemplo, divide a tela em vários quadros e cada um deles apresenta um tipo de conteúdo diferente. Esse sistema não é uma mera coincidência com as famosas janelas do *Windows* e a escolha dessa metodologia acaba organizando de uma forma mais satisfatória o conteúdo. O ideal, é que o usuário cativo saiba *exatamente* onde ele poderá encontrar um determinado tipo de informação. Se ele quiser ler as notícias do dia, com toda certeza saberá que elas estão dispostas no centro da página, logo abaixo do destaque. Note a divisão:

Figura 2 – Página principal da Infonet dividida por áreas

Fonte: http://www.infonet.com.br

Na área 1, temos um espaço destinado à publicidade textual. É neste espaço que são colocados os *links* pagos, ou seja, anunciantes compram o espaço e têm direito a ligações para seus sites, exibidos em forma de texto. A área 2 é destinada ao conteúdo jornalístico do site ou para o conteúdo interno de outros canais. O quadro 3 é pago e destina-se a chamadas para sites de jornais, revistas e televisão. Assim como o 3, a área 6 é destinada à publicidade, porém, desta vez, com imagens. São os chamados *banners*. Na seção 4, ficam os *links* para todos os canais do site. A barra 5 é chamada de 'barra de interatividade', pois abriga as enquetes, chamadas para sorteios e promoções e a caixa do *webmail*, serviço disponível apenas para assinantes dos serviços de provedor. Um dos riscos da página, neste caso específico, é o de direcionar o visitante para fora do site, já que muitas áreas são publicitárias e poucas referem-se a conteúdo próprio. De todas, apenas uma privilegia todo o portal de maneira significativa, a seção 2. Nela, o internauta encontra um atalho para as páginas internas dos diversos canais do portal. A área 4 é o famoso "menu" de informações.

A aplicação do jornalismo em portais regionais se dá graças ao conceito de que este é de extrema importância para se manterem internautas. Portais como o IG (*Internet Group*), absorveram o conceito de jornalismo *online* após perceberem que oferecer apenas acesso (como provedor de Internet) não seria o suficiente para reter clientes. Reis dos Santos, em entrevista aos criadores do IG, explica que:

> *Segundo entrevista concedida por Matinas Suzuki (...) o simples fato de prover acessibilidade não detinha o usuário no site do provedor, mas sim daria acesso para que os internautas migrassem para outros endereços na Internet. No entendimento da equipe que planejava o iG à época, para se firmar como veículo de comunicação, e com isso aferir ganhos com publicidade que seria disponibilizada no site, havia a necessidade de se oferecer também conteúdo: Durante o projeto eles viram que não adiantava nada prover acesso gratuito (...) porque o que cria valor é a retenção do internauta, eles iriam gerar acesso para outros, porque a publicidade que paga o acesso gratuito está no conteúdo e não no acesso (REIS dos SANTOS, <http://bocc.ubi.pt/pag/santos-prado-ana-fast-food.html>. Acesso em: 13 dez 2004).*

No caso da Infonet, o mesmo acontece. De acordo com Ana Paula Vasconcelos, gerente de Negócios do Portal, "desde a criação do provedor, a gente já sabia que haveria a necessidade de se criar o portal porque com apenas acesso a empresa não iria se sustentar. Além de acesso, é preciso oferecer algo mais para seu usuário e o que a gente pensou foi em informação".

Quando se pensa no contexto local, da própria empresa (Infonet), percebe-se que o portal foi pensado para atuar ofertando conteúdo ligado à comunidade sergipana, em especial, a da capital. O projeto da Infonet privilegia a abertura de conteúdo[12], ou seja, todo o material informativo (jornalístico ou não), é disponibilizado sem custos para o internauta, além, é claro, dos gastos com acesso e provedor. Para ter acesso ao conteúdo da Infonet, não é necessário que o leitor seja assinante do provedor da empresa. Sua divisão contempla uma estrutura de canais (editorias), assim, o número daqueles que utilizam o jornalismo *online* representa 13 dos 18 existentes.

O volume de notícias produzidas no portal possibilita uma boa apuração da equipe, evitando muitos erros. A informação foi repassada pela própria equipe em entrevista e questionário. Outra característica é o chamado *Jornalismo de Serviço*, modalidade descrita por Barbosa como "um dos importantes diferenciais nos portais regionais, justamente por

[12] Um site de Internet é denominado de conteúdo aberto, ou não, levando-se em consideração a forma como ele apresenta a informação a seus usuários. Caso o internauta necessite ser cadastrado junto ao site, dizemos que o conteúdo é fechado. Caso o acesso seja livre, sem a utilização de nomes de usuários e senha, o conteúdo é aberto. Um site pode escolher se o conteúdo fechado será grátis ou não. No primeiro caso, é necessário apenas o preenchimento de um cadastro junto à página, geralmente utilizado como base de dados para pesquisas de marketing internas. Algumas páginas vendem as informações para outras empresas, porém, a maioria explicita o uso que dará às informações na própria página de cadastro.

explorarem uma relação de maior proximidade com o território, com a comunidade" (2003, p.14). Os textos de serviço servem como referencial em um determinado local justamente porque se destinam a repassar informações sobre os principais problemas da região, eventos e outros. Em Sergipe, por exemplo, uma pesquisa realizada pelo Bacharel em Administração Antônio Garcez Dias de Carvalho detectou que a leitura de notícias *online* é "muito interessante" para 62,6% dos internautas e nada interessante para apenas 1,4% deles.

Conclusão

Por fim, concluímos que, ao contrário do que possa parecer, a Internet não destrói as relações geográficas, apenas as reformula. Caso, algum dia, os Estados nacionais terminem, ainda assim haverá comunidades fechadas, com suas particularidades, necessitando de atenção específica. Mesmo assim, é possível afirmar com certeza que as cidades ainda vão continuar a existir por muito tempo, existindo a necessidade de se tratar das particularidades de cada uma. O geográfico só poderá ser anulado quando o homem deixar de depender do meio ambiente para sobreviver. Apesar de muitos quererem, não vivemos em uma *Matrix*. Isso significa que sempre haverá grupos vivendo em união em um determinado local: não se pode morar, comer, manter relações sexuais em lugar nenhum.

Enquanto essa realidade não se modificar, as comunidades e o Jornalismo comunitário e regional continuarão em voga. Essa realidade justifica a criação de mecanismos bairristas, ou seja, que tenham por assunto principal o que acontece em uma determina realidade. É essa dinâmica que sustenta os portais regionais. Há uma demanda, cada vez maior, por informações que atinjam a realidade de um grupo de maneira direta. Ninguém vive apenas de Jornal Nacional, sem saber que em sua cidade o calendário de pagamento do IPTU está começando. É irreal. As pessoas precisam do global, mas vão continuar comprando jornais locais para se manterem informadas. E se essa informação viesse pela Internet?

Os portais regionais estão cada vez mais especializados, interessados em captar mais informações sobre os locais onde atuam para levar essas informações à grande rede. Susana Barbosa fala que há "o surgimento de uma outra modalidade – os portais locais, mais verticalizados, que se concentram na oferta de conteúdo e serviços direcionados a uma localidade específica" (BARBOSA, Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=barbosa-suzana-jornalismo-online.html. Acesso em 14 nov 2004).

É fato que, após analisar-se todos esses itens, a regionalização e a globalização seriam dois movimentos complementares do momento em que vivemos: enquanto a economia se globaliza com o objetivo de gerar mais renda, os produtores se regionalizam com o objetivo de protegerem suas economias e seus modos de vida, suas culturas, seus costumes. É essa interação entre a Internet, alocal; e a comunidade, local; que promove o desenvolvimento das relações entre os homens e o meio em que vivem. Se informação representa poder, é de fundamental importância que cada região tenha acesso à mesma. E claro, acesso à informação local na mesma proporção que à global.

Referências bibliográficas

BARBOSA, Suzana. Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=barbosa-suzana-jornalismo-online.html. Acesso em 14 nov 2004.

BARBOSA, Suzana. Os portais regionais como um formato para o jornalismo digital. 2003. Artigo – Universidade Federal da Bahia, UFBA, Bahia.

CANAVILHAS, João Messias. A Internet como Memória. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-Internet-como-memoria.html>. Acesso em: 26 dez 2004

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. 7ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1.

CARVALHO, Antônio Álvaro Garcez Dias de. O perfil dos usuários de Internet em Sergipe. 2002. Monografia de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, Sergipe.

CUNHA, Paulo. Comunicação no Ciberespaço: Redefinindo a Relação Centro-Periferia. Disponível em: http://www.eca.usp.br/alaic/boletin16/Texto%20-%20paulo%20cunha.htm. Acesso em: 9 jan 2005

GOMES, Wilson. Pressupostos ético-políticos da questão da democratização da comunicação. In: PEREIRA, Carlos Alberto Messeder e FAUSTO NETO, Antonio (orgs.) Comunicação e cultura contemporâneas. Rio de Janeiro, Notrya, 1993, p.47-94.

LIMA, Maria Regina. Por que Construir um Observatório Sul-Americano? Observatório Político Sul-Americano. Disponível em: http://observatorio.iuperj.br/artigoimpressaomariaregina.htm. Acesso em: 14 nov 2004.

MAGALHÃES, Manoel Vilela de. Produção e difusão da notícia. São Paulo: Atlas, 1979.

MORETZSOHN, Sylvia. Jornalismo em “tempo real”: o fetiche da velocidade. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate. 2002. Artigo – Universidade Federal da Bahia, UFBA, Bahia.

PALACIOS. Marcos. O que há de (realmente) novo no jornalismo *online*? Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, 21.09.1999.

PIMENTA, Francisco José Paoliello. O conceito de Virtualização de Pierre Lévy e sua aplicação em hipermídia. Intercom, Campo Grande-MS, XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, setembro de 2001. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/xxiv-ci/np15/NP15PIMENTA.pdf. Acesso em: 29 dez 2004.

REIS dos SANTOS, Ana Lúcia Prado. Informação fast-food. Um estudo de caso do jornal "Último Segundo" do Portal IG. Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/santos-prado-ana-fast-food.html. Acesso em: 13 dez 2004.

ROCHA, José Antônio Meira da. Espaço e Tempo no Jornalismo Online. Dissertação de Mestrado. Rio Grande do Sul: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2003.

ROSS, Ralph. Symbols & Civilization. 2ª Edição. Estados Unidos: Harcourt, Brace & World, Inc., 1962.

SERRA, Joaquim Paulo. A Internet e o mito da visibilidade universal. Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-Internet-mito-visibilidade-universal.html. Acesso em: 17 dez 2004.

SILVA JÚNIOR, José Afonso. Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do grupo Estado de São Paulo. 2000. Dissertação de Mestrado (Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Universidade Federal da Bahia, UFBA, Bahia.

SILVEIRINHA, Maria João. Identidades e espaço público. Trabalho apresentado no NP13 – Núcleo de Pesquisa Comunicação e Cultura das Minorias, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 2002.

TODESCHINI, Raquel Terezinha. Um modelo para o desenvolvimento de ferramentas que disponibilizam informação ao planejamento e produção de sites com ênfase na percepção visual. 2002. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) – Programa de pós-graduação em Engenharia da Produção, UFSC, Florianópolis.