



## Segmentação no jornalismo impresso: representação e fragmentação do real\*

Gabriela Nóra \*\*

aluna da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

com orientação da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Raquel Paiva \*\*\*

### Resumo

O trabalho pretende verificar como o jornalismo impresso faz uso da classificação, da fragmentação e da descontextualização da realidade, em sua prática cotidiana de transformar fatos em notícias. Partindo da descrição dos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*, procura-se verificar como o modelo de editorias e cadernos temáticos atua na representação do real. O estudo do processo de segmentação dos jornais adquire importância diante da atual crise desses veículos, agravada pela consolidação da Internet como espaço de busca e troca de informações. Com o avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação, torna-se, pois, indispensável refletir sobre novas possibilidades de estruturação do noticiário na mídia impressa.

### Palavras-chave

jornalismo impresso; segmentação; representação do real; novas tecnologias

---

### O real e sua representação

Minha ilha no deserto, os cinco foram mais memoráveis de todos os tempos, em ordem cronológica: 1) Alison Ashworth; 2) Penny Hardwick; 3) Jackie Allen; 4) Charlie Nicholson; 5) Sarah Kendrew. Estes foram os que realmente doeram. Você pode ver o seu nome nesse lote, Laura? Eu calculo que você possa entrar nas dez mais, mas não há lugar para você nas cinco mais; esses lugares estão reservados para o tipo de humilhação e mágoa que você não é capaz de causar.

Estas são as primeiras frases do romance *Alta Fidelidade*, do consagrado autor inglês de literatura pop, Nick Hornby. Na fala, o trintão colecionador de discos Rob Fleming dirige-se a sua mais recente ex-namorada. O livro abre com a lista dos cinco grandes términos de namoro de Fleming, mas as *top five* não param por aí. As cinco mulheres que mais causaram dor e sofrimento, os cinco empregos dos sonhos, as cinco coisas que mais sentia falta em Laura, as cinco melhores para tocar num funeral, as cinco melhores do lado A... enfim, como o próprio livro sugere, o protagonista-narrador

---

\* Trabalho apresentado à sessão Jornalismo e Editoração – Intercom Júnior, XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

\*\* Estudante do 8º período de Comunicação Social – Jornalismo da UFRJ, bolsista do Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica (PIBIC-CNPq) e membro do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) da ECO/UFRJ. E-mail: [gabynora\\_nit@yahoo.com.br](mailto:gabynora_nit@yahoo.com.br).

\*\*\* Professora da ECO/UFRJ, pesquisadora do CNPq, escritora, jornalista e coordenadora do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) da ECO/UFRJ.



elabora e recria a sua identidade em função das suas canções prediletas, classificando-as e hierarquizando-as em suas listas das cinco mais.

Assim como Rob Fleming, a ciência, através dos homens, a todo o momento estabelece grupos, delimita territórios, demarca fronteiras. Seres-vivos, coisas, lugares, fatos, emoções, etc., nada escapa à sua classificação. Uma vez analisados, os objetos são separados e agrupados de acordo com critérios que podem variar tanto quanto os estabelecidos pelo personagem de Hornby para arrumar os seus discos.

Não há dúvidas de que tal organização é extremamente benéfica e, até mesmo, indispensável ao estudo dos seres e dos fenômenos sociais. Na tentativa de compreendê-los, nada mais natural do que separá-los por grupos de afinidades (categorias taxionômicas), buscando reunir aqueles que mais características têm em comum. Assim tem início a classificação: identificado um ou mais critérios, todos os demais serão ignorados em benefício do(s) escolhido(s), que determinará(ão) a inclusão ou a exclusão em um grupo.

Classificar é, portanto, selecionar objetos semelhantes considerando o(s) critério(s) escolhido(s) e as características de cada objeto. O resultado desse processo é a categorização das diversas partes em grupos, em função da(s) semelhança(s) entre as mesmas e das diferenças entre os grupos. Por conseguinte, a totalidade passa a não ser mais percebida. Tendo ela sido fracionada e segmentada, o que restam são os diversos grupos, fechados em suas próprias especificidades.

Na natureza, entretanto, os seres e fenômenos vivem em constante transformação, adaptação e, sobretudo, em interação uns com os outros, o que pode resultar no surgimento de novas características, até então desconhecidas e desconsideradas no processo de classificação. E então? O que fazer diante de novas descobertas? A reação parece ser imediata e automática: não demora muito para que tudo o que insiste em escapar à classificação seja enquadrado. No geral, é isto que acontece e, assim, a humanidade pode regozijar-se ao ver cada coisa em seu devido lugar.

Em outras palavras, é como se a desordem do mundo fosse um desafio à posição de observador do homem e ao exercício de suas capacidades mentais. Para perceber-se e perceber a realidade que o cerca, é condição *sine qua non* fragmentar o todo, dividir e sub-dividir tantas vezes quantas forem necessárias para enquadrar tudo e todos. Isto porque “o espírito humano é naturalmente levado a supor que há nas coisas mais ordem e semelhança do que possuem; e, enquanto a natureza é plena de exceções e de



diferenças, por toda a parte o espírito vê harmonia, acordo e similitude” (BACON apud FOUCAULT, 2002: 71).

Em “As Palavras e as Coisas”, o filósofo francês Michel Foucault trata, sobretudo, de uma ‘história da semelhança’. O seu objetivo é verificar as condições sob as quais o pensamento clássico pôde refletir as relações de similaridade ou de equivalência que fundam e justificam as palavras, as classificações e as trocas.

Em que ‘tábua’, segundo qual espaço de identidades, de similitudes, de analogias, adquirimos o hábito de distribuir tantas coisas diferentes e parecidas? Que coerência é essa [...]? Pois não se trata de ligar conseqüências, mas sim de aproximar e isolar, de analisar, ajustar e encaixar conteúdos concretos; nada mais tateante, nada mais empírico (ao menos na aparência) que a instauração de uma ordem entre as coisas; nada que exija um olhar mais atento, uma linguagem mais fiel e mais bem modulada; [...]: de fato não há, mesmo para a mais ingênua experiência, nenhuma similitude, nenhuma distinção que não resulte de uma operação precisa e da aplicação de um critério prévio. (FOUCAULT, 2002: XV)

Quais são os critérios que devem ser adotados? Por que esses e não outros? Quem os determina? Diante dos históricos estudos e das conclusões de renomados cientistas, seria ingenuidade supor que as coisas são feitas de forma aleatória. Não há dúvidas de que muito foi estudado, pesquisado e investigado para que se chegasse às divisões taxionômicas que se tem hoje. Contudo, como se tem visto, novas descobertas e análises podem, a qualquer momento, mudar o campo da ciência, fazendo cair por terra antigos paradigmas.

O filósofo francês Edgar Morin argumenta que hoje a filosofia não se dedica tanto à construção de sistemas baseados em fundamentos seguros, mas antes à desconstrução generalizada e à radical interrogação, relativizando, pois, todo conhecimento. Relativizar o conhecimento implica, necessariamente, relativizar o conhecimento do conhecimento. Portanto, ainda segundo Morin, o encontro da crise dos fundamentos do conhecimento científico com a crise dos fundamentos do conhecimento filosófico resulta na crise ontológica do Real, na qual o Ser torna-se silêncio e perplexidade diante do esfacelamento das bases de certeza e verdade fundadora. Não obstante,

a dúvida e a relatividade não são somente corrosão; podem tornar-se também estímulo. A necessidade de relacionar, relativizar e historicizar o conhecimento não acarreta somente restrições e limites; impõe também exigências cognitivas fecundas. (MORIN, 1999: 26)

No livro “A pele da cultura”, o teórico canadense Derrick de Kerckhove, estudioso das transformações mentais e sociais decorrentes do acelerado avanço tecnológico, abre espaço para a discussão do que denomina de “as origens da tecnologia



na linguagem”. A partir de uma abordagem histórica, conceitual e fisiológica do desenvolvimento do programa alfabético, o autor argumenta que um dos resultados mais importantes da cultura alfabética é a criação de uma espécie de quadro ou de uma configuração para a mente.

Para Kerckhove, a invenção da perspectiva – ou da arte de representação proporcional do espaço em três dimensões –, além de ser o efeito mais visível da revolução alfabética, é o mais importante, pois, ao contrário do que se pensa, não há nada de natural na perspectiva, já que esta é uma projeção direta da consciência letrada.

Ver o mundo em perspectiva implica colocar tudo no seu lugar e com as proporções certas para a mente humana. Daí a necessidade de parar o mundo, pois “o grande problema da realidade é ser demasiada e estar sempre a mudar, sempre a modificar-se quando a tentamos agarrar”. (KERCKHOVE, 1997: 67) Ao contrário da realidade enquadrada pela perspectiva, que é muito mais seletiva e confiável.

Fragmentar, descontextualizar, recombinar, o que é feito com o alfabeto serve de inspiração e modelo para os mais significativos códigos da humanidade: a estrutura atômica, a cadeia genética de aminoácidos e o *bit* da revolução digital. De acordo com Kerckhove, foi o programa mental lingüístico e o modelo alfabético que condicionaram a mente ocidental a dividir a informação em pequenas partes e depois juntá-las numa ordem da esquerda para a direita. Logo, tendo tal programa instalado em sua cabeça, o homem foi capaz de criar praticamente todos os ramos do conhecimento.

Fonemas, átomos e genes partilham a mesma estratégia conceptual. [...] No entanto, a fragmentação não foi suficiente para libertar a matéria e a informação para análise e reutilização. Este princípio terá antes de ser acompanhado do seu corolário: a descontextualização. [...] A fragmentação e a descontextualização formam a base da recombinação que é, por seu lado, o impulso para a inovação tipicamente ocidental, o poço a que James Joyce chamou, em *Finnegans Wake*, ‘a fonte cartesiana’. (KERCKHOVE, 1997: 263)

Pode-se dizer que o jornalismo opera diariamente neste sentido, lançando mão das diferentes tecnologias da linguagem para cumprir com o seu papel de ordenador do real-histórico. O que faz o jornalista senão colocar o mundo em perspectiva? Parar o mundo e adequá-lo as estruturas do pensamento humano, fornecendo a realidade em cada edição, em cada notícia, como que em doses homeopáticas: é essa a sua função.

### **O formato da segmentação jornalística**

Observar é, pois, contentar-se com ver. Ver sistematicamente pouca coisa. Ver aquilo que na riqueza um pouco confusa da representação, pode ser analisado,



reconhecido por todos e receber, assim, um nome que cada qual poderá entender. (FOUCAULT, 2002: 183)

A análise foucaultiana revela que há uma disposição fundamental do saber para ordenar o conhecimento dos seres segundo a possibilidade de representá-los num sistema de nomes. (FOUCAULT, 2002: 218) Analogamente, pode-se dizer que os jornalistas, em sua tarefa de observar o mundo para depois descrevê-lo, agem com os fatos transformados em notícias da mesma forma como o saber procede com os seres: classificando-os, separando-os, ordenando-os.

Os jornalistas trabalham com baterias de informações preparadas. [...] A disputa da visibilidade supõe o trabalho da condensação que permite apreender formas; o que é aparente na estrutura do jornal com a disposição em seções. [...] Contudo, o processo pelo qual uma forma torna legível a informação desvaloriza a mesma, fazendo do desconhecido uma figura do conhecido. [...] A forma e a informação se alimentam e destroem-se uma a outra. (MOUILLAUD, 2002: 43)

Neste trecho, o professor francês Maurice Mouillaud chama a atenção para a estrutura do jornal, destacando a sua apresentação em seções. A argumentação deixa claro que, uma vez inserida em determinada seção do jornal, a notícia “perde” um pouco do seu grau de novidade; ela passa a ser identificada pelos seus aspectos conhecidos, isto é, associada às características que justificam o seu enquadramento naquele grupo temático específico.

Assim, novas formas de reflexão e articulação da informação são relegadas em detrimento dos sistemas de identificação rápida e de associação imediata de conteúdos. Prioriza-se mais o volume daquilo que é apresentado ao sujeito, e que ele poderá absorver em menor tempo possível, do que a qualidade daquilo que é comunicado. Além disso, fica evidente que tal processo serve às necessidades de simplificação e organização da atividade jornalística, visando, sobretudo, a favorecer o trabalho da publicidade.

Em sua tese de doutorado em Comunicação e Semiótica, o professor Rafael Souza Silva, da Universidade Católica de Santos, trata do processo de cadernização do jornalismo impresso diário. Ele explica que o termo “segmentação” – equivalente à divisão, setor, parte de um todo, entre outras significações –, no jornalismo impresso, é utilizado para definir “a qualidade básica de informação e justaposição de conteúdos de uma publicação que tem por objetivo principal atender às necessidades de uma fatia específica do mercado” (SOUZA SILVA, 1996: 22).



Como afirma a socióloga norte-americana Gaye Tuchman, o objetivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos de acontecimentos significativos e interessantes à população (TUCHMAN apud PEREIRA Jr., 2000: 79). Essa função aparentemente simples torna-se, contudo, bastante complexa diante da *superabundância de acontecimentos* que as empresas jornalísticas têm que selecionar. É por esta razão que, segundo a autora, as empresas tentam impor uma ordem no espaço, que tem como consequência fundamental a imposição de uma ordem no mundo social.

Assim, de acordo com Tuchman, a imprensa lança uma rede para *capturar* os acontecimentos, utilizando-se de três estratégias para cobrir o espaço: 1) *territorialidade geográfica*, a partir da qual o mundo é dividido em áreas de responsabilidade territorial; 2) *especialização organizacional*, cuja finalidade é deslocar repórteres para cobrir as organizações que, do ponto de vista jornalístico, produzem acontecimentos noticiáveis; 3) *especialização temática*, que define a existência de seções específicas nos jornais – as editorias e cadernos de suplementos.

A especialização temática da mídia impressa, seguida do processo de segmentação, é uma tendência mundial que tem se acentuado nas últimas décadas. Conforme esclarece o professor Francisco Karam, da Universidade Federal de Santa Catarina:

Podemos dizer que a produção da informação ancora-se na produção humana de fatos e de conhecimentos, e que sendo os fatos e conhecimentos produção humana infinita, o jornalismo, teoricamente, tende, pode e deve segmentar-se e especializar-se. Jornais não podem, com o acesso ilimitado aos fatos contemporâneos, atender interesses tão diversos quanto os diferenciados públicos hoje existentes. Por maior abrangência que o veículo informativo proponha-se, não poderá satisfazer integralmente o leitor. A segmentação é salutar e a especialização jornalística em campos de conhecimento tende a crescer. (KARAM apud SOUZA SILVA, 1996: 25)

No entanto, vale atentar para as consequências do processo de cadernização dos jornais. Processo que tem resultado nas crescentes segmentações de assuntos e do público-leitor, e que tanto favorece às investidas do marketing, apesar dos danos sociais causados pela descontextualização de fatos e informações, pela ausência de relações entre as diversas áreas temáticas, pela falta de entrosamento entre as diferentes editorias... Enfim, por uma série de fatores que têm como base a fragmentação do pensar, do fazer e do conceber a atividade jornalística.

### **O jornal: conjunto de enunciados fixos**

[...] quando se estabelece um signo de convenção, pode-se sempre (e é preciso, com efeito) escolhê-lo de tal sorte que ele seja simples, fácil de lembrar, aplicável a um número indefinido de elementos, suscetível de se dividir ele próprio e de se compor; [...] (FOUCAULT, 2002: 85)

As editorias, seções, colunas e cadernos de suplementos constituem o conjunto de enunciados fixos dos jornais impressos. Variam apenas de acordo com cada veículo e algumas vezes com o dia de publicação. Não obstante, uma breve análise de dois dos principais jornais de circulação no país – *O Globo* e *Folha de São Paulo* – indica que eles apresentam uma segmentação bastante parecida; esta, pode-se afirmar, adotada com algumas poucas diferenças, por quase todos os grandes jornais brasileiros:

1. *O Globo*<sup>1</sup>: normalmente, nas edições diárias, o jornal é dividido em cinco blocos principais. No primeiro, encontram-se as editorias “O País” (assuntos nacionais, com ênfase na política) e “Rio” (assuntos concernentes à cidade e ao estado do Rio de Janeiro), as páginas dedicadas à “Opinião” (editoriais e artigos assinados) e o espaço destinado às “Cartas dos Leitores”. No segundo, as editorias “Economia” (assuntos referentes à economia e negócios, nacionais e internacionais), “O Mundo” (assuntos internacionais) e “Ciência” (assuntos relacionados ao meio-ambiente, pesquisas científicas, tecnologia, etc.). No terceiro, a editoria “Esportes” (assuntos esportivos, com ênfase no futebol). No quarto, a editoria “Segundo Caderno” (assuntos relacionados ao cinema, às artes, ao entretenimento, à cultura, etc.). No quinto e último bloco, a editoria “Classificados” (anúncios).

Os cinco blocos descritos anteriormente poderiam ser considerados como cinco cadernos. No entanto, a paginação do jornal aponta que, na verdade, as seções “O País”, “Rio”, “Opinião”, “Carta dos Leitores”, “Economia”, “O Mundo”, “Ciência” e “Esportes” integram, todas, o primeiro caderno do jornal, já que habitualmente são numeradas em seqüência. Diz-se habitualmente porque, diante de um acontecimento de grande importância temática e forte impacto social, esta organização pode sofrer alterações e abrir-se, por exemplo, uma nova contagem para a editoria cujo assunto mereça maior destaque na edição daquele dia.

Atualmente, *O Globo* conta ainda com 13 suplementos, encartados gratuitamente no jornal e que circulam em dias específicos. Publicam-se também os “cadernos de bairros”, com notícias específicas de cada uma das áreas que dá nome às edições regionais.

---

<sup>1</sup> Análise feita com base na edição do Rio de Janeiro, do dia 14 de maio de 2007.

2. *Folha de São Paulo*<sup>2</sup>: normalmente, nas edições diárias, o jornal é dividido em seis blocos principais. No primeiro, encontram-se as páginas destinadas à “Opinião” (editoriais e artigos assinados) e ao “Painel do Leitor” (mensagens dos leitores) e as editorias “Brasil” (dedica-se à vida política, institucional e aos movimentos sociais do país), “Mundo” (notícias internacionais) e “Ciência” (notícias sobre as últimas descobertas e pesquisas mais recentes nacionais e internacionais). No segundo, a editoria “Dinheiro” (ênfase na conjuntura econômica, brasileira e internacional, e no mundo dos negócios). No terceiro, a editoria “Cotidiano” (notícias relativas às principais capitais do país e informações nas áreas de segurança, educação, saúde, etc.). No quarto, a editoria “Esporte” (trata do esporte como espetáculo e fenômeno empresarial). No quinto, a editoria “Ilustrada” (cobertura crítica nas áreas de cultura e entretenimento)<sup>3</sup>. No sexto e último bloco, a editoria “Classificados” (anúncios).

Apesar de a segmentação ser consideravelmente semelhante, o modo de organização dos cadernos e a paginação diferem nos dois jornais. A *Folha* agrupa no primeiro caderno apenas as editorias “Brasil”, “Mundo” e “Ciência”, dedicando cadernos exclusivos à “Dinheiro”, “Cotidiano” e “Esporte”. Além disso, os cadernos são diferenciados por uma cor específica em seu título e, a partir de cada um, se inicia uma nova contagem na paginação.

Por estas razões, ainda que contemplem as mesmas áreas temáticas, pode-se dizer que a *Folha* se apresenta de maneira mais fragmentada ao leitor. E essa parece ser mesma a intenção do jornal, que, em sua mais recente propaganda institucional, adota o *slogan* : “A *Folha* é plural como você. Assine uma, leve várias. E leia a que você quiser.”<sup>4</sup> Não se pode esquecer, contudo, que além de atender a diferentes segmentos do público, a cadernização serve ao mercado publicitário, como ressalta o jornalista Marcelo Beraba, *ombudsman* do jornal *Folha de S. Paulo*, de abril de 2004 a abril de 2007:

A concepção de cadernos nasceu para dar mais visibilidade a alguns assuntos (“Caderno B” do *JB* na década de 60, para dar importância à cobertura cultural e de entretenimento, por exemplo), mas hoje em dia (década de 1980) tem a ver com publicidade. Eles permitem atrair anúncios específicos e oferecem capa e contracapa para anúncios coloridos ou especiais<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> Análise feita com base no site [http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/cadernos\\_diarios.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/cadernos_diarios.shtml). Consultado em: 11 de abril de 2007.

<sup>3</sup> Na Grande São Paulo, traz encartado o suplemento “Acontece”, guia de programação da região.

<sup>4</sup> Jornal *Folha de São Paulo*, 28.04.2007, p.B18.

<sup>5</sup> BERABA, Marcelo. Comunicação pessoal à autora. Abril de 2007.



Quanto aos suplementos, a *Folha de S. Paulo* apresenta 14, encartados gratuitamente no jornal e que também circulam em dias específicos. A partir desta breve análise dos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, é possível perceber a distinção entre editorias, suplementos e cadernos. Enquanto as editorias correspondem às seções temáticas principais, responsáveis pela divisão fixa diária dos assuntos publicados no jornal, os suplementos são encartes (cadernos ou revistas) que circulam em dias específicos: instrumentos “a mais” na segmentação dos assuntos e do público, funcionando como atrativo para leitores potenciais do jornal.

Os cadernos, por sua vez, constituem uma outra forma de segmentação, para além das editorias e dos suplementos. É o que marca, por exemplo, uma das diferenças na organização dos jornais *O Globo* (que traz a editoria “Rio” no primeiro caderno) e *Folha de S. Paulo* (que publica a sua equivalente, “Cotidiano”, num caderno à parte).

De acordo com Mouillaud, os títulos-assuntos são os enunciados invariantes do jornal, a região permanente do mesmo, enquanto que os enunciados das páginas externas são imprevisíveis, uma vez que atrelados à casualidade das informações. É nesse contexto que o autor sugere uma oposição entre o jornal (conjunto de enunciados permanentes) e a edição (conjunto de enunciados únicos).

O professor compara ainda o jornal a um catálogo, explicando que a sucessão dos títulos-assuntos é regida apenas por um princípio de adição de itens, sem que se observe qualquer critério que parta de uma estrutura interna: “linearmente, o jornal se apresenta como uma simples adição de títulos-assuntos, que pode ser percorrida por um leitor em qualquer ordem” (MOUILLAUD, 2002: 102). Por isso, argumenta que a série de assuntos poderia prolongar-se indefinidamente, como, aliás, já ocorre com a adição de diversos cadernos suplementares às edições diárias dos jornais.

### **A edição: conjunto de enunciados variantes**

É na edição de cada dia que se pode perceber como os fatos sociais noticiados são cotidianamente classificados em função do modelo de segmentação dos jornais. No intuito de demonstrar os prejuízos causados pela excessiva fragmentação do noticiário à representação e à contextualização do real, vale destacar dois exemplos extraídos do noticiário recente. É curioso observar como muitas vezes os próprios jornais se perdem



nas classificações, e os desdobramentos de uma mesma matéria (as chamadas suítes<sup>6</sup>), dependendo do enfoque que lhes é dado, vão parar em editorias distintas.

Foi o que aconteceu no caso envolvendo o governo iraniano e o filme “300 de Esparta”, que tem no elenco o ator brasileiro Rodrigo Santoro. No início de março, o filme ainda não havia estreado no Brasil, mas já estava repercutindo na imprensa do país. Em 13 de março de 2007, o site de notícias G1 – vinculado às *Organizações Globo*, da qual também faz parte o jornal *O Globo* – disponibilizou uma matéria com o título: “Governo iraniano condena filme com Rodrigo Santoro”<sup>7</sup>.

Na foto, nenhum membro do governo, mas sim R. Santoro, numa tentativa evidente de atrair leitores através da imagem do ator. No entanto, o que chama a atenção é que a matéria foi inserida na coluna de “Entretenimento” e não na destinada a informações políticas ou mesmo internacionais. Afinal, a grande questão é: como classificar um fato, enquadrá-lo em um único espaço temático, em uma única editoria, quando, na realidade, ele pertence a uma série de contextos diferentes e a nenhum de forma isolada?

Em outras palavras, não se trata apenas de a matéria estar, ou não, numa editoria errada. Ao restringi-la a uma seção exclusiva, perde-se o contexto do fato, em todas as suas dimensões: política, econômica, histórica, social, cultural, etc. Reduz-se a temática a uma única categoria, imprime-se a notícia um, e apenas um, colorido específico; um perfil delimitado. É certo que, neste caso, a celebridade está presente, mas há outras abordagens possíveis, nem mais nem menos importantes, apenas diferentes.

Em 18 de março de 2007, cinco dias após o site ter noticiado o fato em sua coluna “Entretenimento”, o jornal *O Globo* publicou uma matéria sobre a mesma temática na editoria “Ciência”. No lead, é informado que o personagem-chave da polêmica é estrelado pelo ator brasileiro. No entanto, o enquadramento, ou a classificação da matéria nesta editoria específica, parece justificar-se quando o jornal segue comparando a realidade-histórica com o filme, apontando, assim, o que críticos e historiadores entendem que sejam os defeitos da produção. Poder-se-ia imaginar que *O Globo*, com essas análises, estaria aprofundando o que foi noticiado dias antes pelo site. Contudo, ao final da matéria, lê-se: “Do site G1 ([www.g1.com.br](http://www.g1.com.br))”<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> “Do francês suite, isto é, série, seqüência. Em jornalismo, designa a reportagem que explora os desdobramentos de um fato que foi notícia na edição anterior”. Disponível em: [http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual\\_producao\\_s.htm](http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_producao_s.htm). Consultado em: 14 de maio de 2007.

<sup>7</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/0,,MUL11047-7086,00.html>. Consultado em: 13 de março de 2007.

<sup>8</sup> Jornal *O Globo*, 18.03.2007, p.41.

Ainda sobre esse caso, vale comentar que, em 22 de março de 2007, portanto com mais de uma semana de atraso em relação ao site, o jornal *O Globo* publicou uma nota, desta vez na editoria “O Mundo”, com o título “Filme criticado”<sup>9</sup>. A nota cita o personagem de Rodrigo Santoro e informa que o presidente do Irã atacou a produção “300”, afirmando ainda que autoridades daquele país já haviam se manifestado contra o filme. Ou seja, o jornal não traz absolutamente nenhuma informação ou comentário novo. E o que é pior: limita-se a reproduzir o conteúdo do site.

O outro exemplo que contribui para a discussão deste trabalho é encontrado na cobertura da *Folha de S. Paulo* sobre a visita do presidente dos EUA, George W. Bush, ao Brasil. Quem confirma é o jornalista Marcelo Beraba, na época ainda responsável pela crítica interna e externa do jornal.

A visita do Bush e outros assuntos correlatos correram pelas editorias de “Brasil” (que inclui política e assuntos nacionais), “Mundo” (internacional), “Dinheiro” (economia) e “Cotidiano” (cidade de São Paulo). Assim, a cobertura ficou espalhada por várias editorias, fragmentada, e o leitor foi privado de uma visão geral e organizada da visita. Foi um problema sério de edição. Quando o Bush falava de democracia ia para “Brasil”, quando falava de Chávez e América Latina ia pra “Mundo”, quando se tratava dos acordos sobre etanol, “Dinheiro”, e os distúrbios em São Paulo, “Cotidiano”. Uma loucura<sup>10</sup>.

Na semana de 04 a 11 de março de 2007, foram publicadas 150 matérias referentes direta ou indiretamente à visita do Presidente americano ao Brasil. Abaixo (quadro I), é possível verificar a distribuição das matérias pelas editorias do jornal.

**Quadro I: Cobertura da visita de Bush ao Brasil (*Folha de S. Paulo*)**

| Editoria         | 4/3<br>dom | 5/3<br>seg | 6/3<br>ter | 7/3<br>qua | 8/3<br>qui | 9/3<br>sex | 10/3<br>sab | 11/3<br>dom | Total     |
|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-----------|
| <b>Opinião</b>   | 2          | 2          | -          | 1          | 2          | 4          | 5           | 3           | <b>19</b> |
| <b>Brasil</b>    | 3          | 6          | 9          | 12         | 7          | 22         | 28          | 2           | <b>89</b> |
| <b>Mundo</b>     | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -           | 5           | <b>5</b>  |
| <b>Ciência</b>   | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -           | 1           | <b>1</b>  |
| <b>Dinheiro</b>  | -          | -          | -          | 1          | 1          | 4          | -           | 4           | <b>10</b> |
| <b>Cotidiano</b> | -          | -          | -          | -          | 6          | 6          | 8           | -           | <b>20</b> |
| <b>Esporte</b>   | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -           | -           | <b>0</b>  |
| <b>Ilustrada</b> | -          | -          | -          | 1          | 1          | 1          | 2           | 1           | <b>6</b>  |

O número de textos publicados em cada seção da *Folha* fornece a dimensão do quão fragmentada e dispersa foi a cobertura. Pode-se observar que, ao longo da semana, a maioria das matérias foi publicada na “Brasil” – como visto anteriormente, editoria dedicada à vida política, institucional e aos movimentos sociais do país –, mesmo quando tratavam de especulações da imprensa norte-americana sobre a visita e das

<sup>9</sup> Jornal *O Globo*, 22.03.2007, p.39.

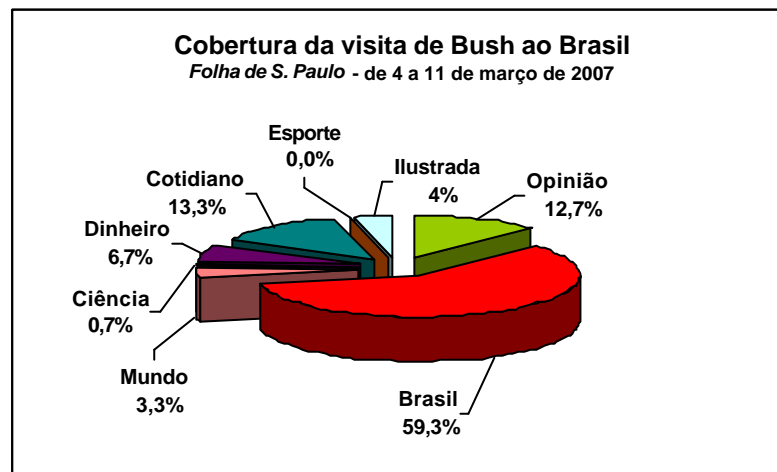
<sup>10</sup> BERABA, Marcelo. Comunicação pessoal à autora. Abril de 2007.

ações dos EUA e da Venezuela na América Latina; notícias que normalmente sairiam na editoria “Mundo”.

Aliás, chama a atenção a inexpressiva participação desta editoria na cobertura. Notícias envolvendo a temática EUA vs. Venezuela na América Latina, ou ainda, Bush vs. Chávez na América Latina, só começam a aparecer na “Mundo” a partir do dia 11 de março, quando o Presidente norte-americano chega ao Uruguai. Vale ressaltar ainda que o Presidente dos EUA permaneceu na cidade de São Paulo apenas um dia (08/03/07). Daí a publicação, a partir desta data, de notícias na editoria “Cotidiano”, abordando, sobretudo, os transtornos causados no trânsito da cidade e as manifestações da população pelos locais de passagem da comitiva presidencial norte-americana.

Em síntese: a presença de Bush no Brasil é suficiente para que o assunto “relações internacionais” trafegue por diferentes editorias, aparecendo com maior frequência na “Brasil” – como retratado abaixo (gráfico I), no qual é destacada a participação (%) de cada editoria na cobertura do assunto.

**Gráfico I: Cobertura da visita de Bush ao Brasil (Folha de S. Paulo)**



Como já foi visto, a segmentação dos jornais em cadernos de assuntos específicos favorece o trabalho do marketing, de modo semelhante ao realizado por outras mídias, como as revistas especializadas e a própria televisão. Utilizando-se das inovações tecnológicas e do moderno design, a mídia impressa garante a sedução visual e, com ela, a sua sustentação econômica, ao provocar novos estímulos de leitura e conquistar publicidade.

Não obstante, fica a pergunta: será que ainda hoje, com o desenvolvimento da Internet e de suas ferramentas, é possível, ao jornal impresso, competir, em termos de sedução visual, efeitos, interação, alcance e velocidade com as modernas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs)?



## **Alternativas ao impresso na Era Digital**

Por mais quanto tempo resistirão os jornais de papel? Esta parece ser a grande incógnita do jornalismo contemporâneo, num período em que pesquisadores, consultores e especialistas de mídia, e também jornalistas, se dividem entre os que acreditam na perenidade dos impressos e os que apostam no seu desaparecimento, frente aos avanços cada vez mais acelerados das TICs.

É impossível aos jornais impressos competirem ou mesmo aproximarem-se das novas mídias, em termos de velocidade, apelo visual e sensível e quantidade de informação disponibilizada ao leitor. Os recursos gráficos dos impressos, por mais evoluídos que sejam, tampouco podem disputar atenção com as diversas formas de apresentação de conteúdos na rede, englobando simultaneamente, textos, fotos, vídeos, sons, efeitos, animações, etc.

Ainda assim, há um certo consenso entre os especialistas que acreditam na coexistência dos jornais impressos e da mídia digital. Eles afirmam que esta só será possível se os impressos se voltarem para a qualidade de suas publicações, buscando maior profundidade e contextualização das notícias, ainda que na contra-mão da disponibilização desenfreada e acelerada de dados e informações.

É certo que a Era Digital trará mudanças significativas às comunicações, no entanto, muitas são as incertezas quanto aos padrões a serem adotados pela nova mídia, assim como quanto às transformações e/ou adaptações pelas quais passará a velha mídia, incluindo os jornais impressos. Não obstante as dúvidas quanto ao futuro do jornalismo, muito se tem falado a respeito das ferramentas de interação. Ao que tudo indica, no ambiente das modernas TICs, serão elas a determinar as mais profundas mudanças nas relações emissor-receptor.

Já em 1995, o teórico canadense Derrick de Kerckhove, apontava, em seus estudos revolucionários nas áreas da cultura e da tecnologia, a mudança de controle do produtor/emissor para o consumidor/utilizador. Isto é, a transformação de uma minoria de utilizadores em seus próprios produtores, ou o que ele chamou de “prosumidores”.

Tal como as velhas estruturas do poder monárquico tiveram de ser derrubadas e literalmente decapitadas para dar espaço ao povo no processo democrático, o presente panorama das comunicações e do controle de informação poderá ter de vir a ser lançado para fora da nossa existência. (KERCKHOVE, 1997: 95)

Dez anos depois, em 2005, o patriarca da *News Corporation*, Rupert Murdoch, reconheceu, em discurso na Conferência Anual da *American Society of Newspaper*



*Editors* (ASNE), que o novo cenário ameaça a hegemonia dos conglomerados da grande mídia. Ao citar Jeff Jarvis, um dos mais influentes pesquisadores sobre o futuro do jornalismo, Murdoch deu sinais de que Kerckhove estava certo em sua previsão. Eis o que disse Jarvis: “Dê às pessoas o controle da mídia, elas o usarão. Não dê às pessoas o controle da mídia, você as perderá”<sup>11</sup>.

Em tempos de “prosumidores”, entra em cena o chamado “jornalismo cidadão”, ou “jornalismo participativo”, ou ainda “jornalismo colaborativo”, aquele feito com a ajuda dos antigos leitores/consumidores, que agora também são produtores de informação. É chegada a Era da *Web 2.0* ou *Web Social*, na qual a lucratividade de um domínio está diretamente atrelada à participação do usuário.

Se a informação é realmente a chave da economia de hoje, pode vir a ser útil ter em conta que a informação é a única substância que cresce com o uso, em vez de decrescer, como acontece com os recursos naturais. Estamos perante uma economia de abundância. Esta economia só irá ter efeito quando a infraestrutura permitir realmente o acesso universal que acontecerá, naturalmente ou à força, quanto mais cedo melhor. (KERCKHOVE, 1997: 95)

O discípulo canadense de Marshall McLuhan afirma que uma revolução social e política pode ser necessária para garantir o acesso de todos às novas formas de comunicação. Divulgado no ano passado, estudo realizado no Chile – país latino-americano mais avançado no uso da Internet e de aparelhos celulares – confirmou que o desenvolvimento tecnológico por si só não levará ao desenvolvimento humano.

“Para apropriar-se das potencialidades das novas tecnologias não basta que existam aparelhos abundantes e conexões de boa qualidade”, diz o relatório. “Isso depende de maneira muito importante de que os usuários individuais e coletivos disponham de um conjunto de condições objetivas e subjetivas, entre elas capacidade para definir reflexivamente os fins de uso, a posse de vínculos sociais amplos ou a existência de regulamentações que assegurem o respeito dos direitos das pessoas no espaço virtual”.<sup>12</sup>

Em outras palavras, conforme advertiu a professora Raquel Paiva, “o avanço tecnológico não responde pela humanização da nossa sociedade”<sup>13</sup>, já que as TICs podem ser utilizadas tanto para transformar, quanto para acentuar as relações de poder.

As novas tecnologias têm contribuído para acelerar a tendência à especialização e à fragmentação das diferentes mídias, com a proliferação de títulos e *websites* voltados para atender às demandas de grupos específicos do mercado. No entanto, é importante

---

<sup>11</sup> Discurso de Rupert Murdoch à ASNE. Disponível em: [http://www.newscorp.com/news/news\\_247.html](http://www.newscorp.com/news/news_247.html). Consultado em: 24 de maio de 2007.

<sup>12</sup> MEDEIROS, Marcelo. *TICs ajudam?* Disponível em: <http://www.serpro.gov.br>. Consultado em: 22 de maio de 2007.

<sup>13</sup> XII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUDESTE, Juiz de Fora, maio de 2007. Painel *Comunicação e Sociedade*.



lembrar que, apesar da excessiva segmentação do jornal impresso, este ainda é um meio que “conserva a sua formatação original em ‘mosaico’, abrigando a pluralidade de assuntos, temas, enfoques que refletem os diversos segmentos em que se fragmenta a sociedade” (ARNT, 2002: 7). Daí a premência de se discutir a prática de fragmentação de conteúdos (em editorias e cadernos temáticos) nos impressos, sob o risco de que os jornais de papel percam não só o seu caráter plural, mas, principalmente, a sua unidade e, então, a sua relevância social.

A despeito de todas previsões e especulações, pode-se inferir que o que está em questão, com o advento da mídia digital, é o jornal e não o jornalismo. Impresso ou digital, ele continuará existindo enquanto houver a necessidade de pessoas capacitadas a gerir informações, a selecionar e apontar o que de mais importante aconteceu no dia, em meio à infinidade de informações disponibilizadas a todo o momento e em tempo real através das tecnologias digitais de comunicação. Espera-se, contudo, que independente do formato, o jornalismo possa contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e fraterna, porque menos fragmentada e desigual.

### **Referências Bibliográficas**

- ARNT, Héris. “Do jornal impresso ao digital: novas funções comunicacionais”. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM). Salvador, 2002.
- FOUCAULT, Michel. *As Palavras e as Coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. Tradução: Salma Tannus Muchail. 8ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002 [1ª ed. 1966].
- KERCKHOVE, Derrick. *A Pele da Cultura*. Tradução: Luís Soares e Catarina Carvalho. Lisboa: Relógio D’Água, 1997.
- MORIN, Edgar. *O método 3*. Tradução: Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 1999.
- MOUILLAUD, Maurice. “A Informação ou a Parte da Sombra”. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O Jornal: da forma ao sentido*. 2ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. (Coleção Comunicação, 2). p. 37-47.
- \_\_\_\_\_. “O Título e os Títulos”. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O Jornal: da forma ao sentido*. 2ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. (Coleção Comunicação, 2). p. 99-116.
- PAIVA, Raquel (org.). *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- PEREIRA Jr., Alfredo Eurico Vizeu. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000. p. 41-83.
- SOUZA SILVA, Rafael. *O zapping jornalístico: da sedução visual ao mito da velocidade*. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica). São Paulo: PUC-SP, 1996.