



Os portais dos jornais de bairro do município de Campinas: mecanismos de financiamento e modelos de produção¹

Beatriz GONÇALVES²
Carlos Alberto ZANOTTI³

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

RESUMO

Este trabalho relata os resultados de uma pesquisa que procurou apurar a adaptação dos jornais de bairro do município de Campinas à rede mundial de computadores, avaliando seus modelos de produção e os mecanismos de financiamento encontrados por tais publicações para custear a atividade webjornalística. Por meio de observação direta dos sítios e de entrevistas junto aos seus editores, observou-se que, a exemplo das grandes empresas de comunicação, os jornais de bairro sentiram-se compelidos a se inserirem no ciberespaço, visando assimilar tecnologia e reservar espaço nesta nova plataforma tecnológica, embora ainda não a explorem em suas plenas potencialidades, seja em termos de conteúdo ou realização de receitas publicitárias.

PALAVRAS-CHAVE: jornais de bairro; webjornalismo; modelos de produção; financiamento do jornalismo; jornalismo online.

Introdução

A região Metropolitana de Campinas é considerada um pólo industrial usualmente comparado aos grandes pólos industriais norte americanos, como o do Vale do Silício e da Rota 128. Cidade sede de grandes universidades, como a Unicamp (Universidade Estadual de Campinas) e a Pontifícia Universidade Católica de Campinas, e rodeada por grandes empresas e centros de pesquisa de alta qualidade e infra-estrutura, a região de Campinas é a segunda maior praça bancária do país e detentora do segundo maior PIB entre as regiões metropolitanas do Brasil.

É neste cenário de alto desenvolvimento tecnológico que realizamos este estudo sobre a adequação dos jornais de bairro de Campinas à rede mundial de computadores. A partir da premissa de que as inovações tecnológicas influenciam diretamente no

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação. 6º semestre do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: [goncalvesbeatriz@hotmail.com](mailto:gonalvesbeatriz@hotmail.com)

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: zanotti@sti.com.br



cotidiano da sociedade, através de uma “inovação social” (FRANCISCATO, 2008) proporcionada pelos adventos tecnológicos, os jornais de bairro trataram logo de ocupar um espaço na internet.

Ainda não sabendo como se portar nem como aproveitar as oportunidades desta nova plataforma, seja em termos de produção como em interatividade e atualização, estes jornais sentiram-se compelidos a se inserirem no ciberespaço. Sentiram a necessidade de criar *home pages* na *web*, a exemplo de empresas de referência do setor, visando salvaguardar um espaço próprio no universo cibernético.

No caso dos grandes periódicos, a assimilação de mecanismos por parte das empresas implicou na abertura de espaços para uma participação mais efetiva do leitor no processo de produção jornalística. Este fator teria levado ao enriquecimento do universo informativo (BELOCHIO, 2008). Além disso, ao intensificar a participação do público e explorar comercialmente esta possibilidade, a empresa jornalística passou a fazer parte de um regime de gestão no modelo *long tail*, que além de avançar na ampliação da informação, agrega diferentes nichos de público (ANDERSON, 2006; McCOMBS, 2007).

O principal objetivo deste trabalho foi apurar como os jornais de bairro de Campinas estão se adaptando à rede de computadores, considerando-se a ampla gama de ferramentas hoje disponíveis para intervenções desta natureza. No atual estágio de desenvolvimento, a adaptação de um periódico impresso à rede de computadores deve, por um lado, transferir competentemente os conteúdos do papel para a internet, visando a assimilação dos públicos ao processo produtivo (LÓPEZ, 2008); e, por outro, encontrar formas para financiar a atividade jornalística, onde se incluem custos de produção, gestão e disponibilização de conteúdos noticiosos.

Metodologia

Para a realização deste trabalho, adotou-se uma metodologia híbrida de pesquisa, considerada a mais apropriada para este tipo de investigação (MACHADO, 2007). Primeiramente, procedeu-se a uma pesquisa bibliográfica acerca dos conceitos que permearam toda a pesquisa; em seguida, a partir de um rastreamento dos jornais de bairro do município de Campinas, localizou-se seus sítios noticiosos, aos quais foram aplicadas técnicas de observação direta, visando avaliar-se suas navegabilidades, conteúdos e publicidades; por fim, como técnica complementar de pesquisa, foram



realizadas entrevistas estruturadas (LAKATOS e MARCONI, 2002, p. 93) com seus editores.

Dentre os conceitos estudados, buscamos entender as características dos jornais de bairro que, segundo Dornelles (2004), a exemplo do jornalismo de interior ou comunitário “é aquele que reproduz no conteúdo editorial e gráfico o dia a dia do bairro, da cidade e da região, mostrando a cada página a ‘cara’ de sua gente”; vimos também os sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo (SCHWINGEL, 2008); e as seis propriedades que caracterizam o ciberespaço (multimedialidade, interatividade, hipertextualidade, atualização, convergência e memória), como observado em Palácios (2003).

Depois de localizados os portais em estudo, foram feitas as análises por meio de observação direta sistemática (LAKATOS e MARCONI, 2002, p. 90), com o intuito de tabular as características ciberjornalísticas encontradas em cada um dos sítios. Dentre os doze jornais de bairro identificados em Campinas, somente dez são associados à AjorbCamp (Associação dos jornais de bairro de Campinas), sendo que, deste total, apenas cinco possuem portais na internet (ver tabela 1). Assim, apenas estes cinco sítios noticiosos serviram como objeto para esta pesquisa.

Visando verificar as condições de cada uma das redações, da equipe de jornalistas e eliminar dúvidas resultantes da observação direta realizada nos portais, fizemos visitas às redações e/ou entrevistas secundárias com os editores de tais publicações entre janeiro e fevereiro deste ano. Os dados obtidos deram origem às tabelas que serão vistas mais à frente.

Resultados

Algumas vezes também denominado por “jornalismo local”, o jornalismo de bairro se espelha no modelo da grande imprensa. É uma reprodução dos grandes jornais, só que com atuação regional e pequena abrangência territorial, contendo também notícias, reportagens, entrevistas, publicidade etc. De um modo geral, o jornal local não aborda assuntos veiculados pela grande mídia, visando retratar uma territorialidade próxima ao leitor e buscar soluções para problemas que estão acontecendo com a comunidade local. Além disso, são geralmente financiados por empresários da região através da publicidade dos setores de comércio, indústria e serviços.

De acordo com Dornelles (2004), “imprensa interiorana é aquela que pratica jornalismo comunitário”. Pode-se dizer, portanto, que tanto o jornalismo de bairro



quanto o jornalismo de interior são tipos de jornalismo comunitário, embora a autora pontue que o conceito de jornalismo comunitário ainda não está claramente definido e ressalte que a definição do jornalismo voltado para a comunidade, na literatura atual, ainda é muito simplória.

Em relação aos modelos de produção webjornalística, observa-se em Pavlik (1997 e 2001) e Mielniczuk (2003), que tais modelos são classificados em como sendo de primeira, segunda e terceira gerações, referindo-se à adequação dos conteúdos do jornalismo impresso às características do ciberespaço. A primeira geração pressupõe a simples reprodução dos materiais impressos no ambiente virtual, sem que haja necessariamente a contratação de equipes para os processos de apuração e produção próprios. A segunda geração compreende que, mesmo continuando atrelada à metáfora do impresso, nesta fase existe a contratação de profissionais exclusivos e o desenvolvimento de novos produtos em pequenas escalas, através de processos autônomos de apuração, produção e circulação adaptados ao ciberespaço. Já na terceira geração, o webjornalismo passa a ser desvinculado do impresso, desenvolvendo novos produtos e contando com processos de apuração próprios.

Em obra que publicou em 2008, Schwingel já sugere a adoção de cinco fases para sistematizar os processos de produção no ciberjornalismo, duas a mais que Pavlik e Mielniczuk. A primeira fase seria caracterizada pelas primeiras experiências com envio de fax e telnet e acesso restrito a provedores de internet (meados da década de 60); a segunda fase seria como a primeira geração webjornalística, com a transposição de produtos do impresso para a web (a partir de 1992); a terceira fase caracteriza-se pela dependência e forte vínculo entre webjornalismo e jornalismo impresso; a quarta é caracterizada pelas experiências de terceira geração, na qual os produtos vão se autonomizando do impresso e começam a utilizar bancos de dados integrados aos produtos (a partir de 1999); e, por fim, a quinta fase, contexto caracterizado pela imersão total do jornalismo ao cibermeio, através do uso de bancos de dados, constante atualização dos conteúdos e convergência de mídias, além da abertura de espaços interativos para que os usuários se expressem por meio do chamado “jornalismo colaborativo”.

Na tabela abaixo (TABELA 1), relacionamos as publicações de bairro impressas no município de Campinas, onde apontamos, com “Sim”, as que possuem sítios noticiosos:



TABELA 1 - JORNAIS DE BAIRRO DE CAMPINAS

NOME	
Alto Taquaral	
Jornal Integração	
JB – Jornal de Bairro	
Jornal Bons Negócios	
Jornal do Castelo	Sim
Jornal Local	Sim
Jornal O Quinze	Sim
Jornal Ponte Preta	
Jornal Proença	
Via Amoreiras	
*Gazeta do Cambuí	Sim
*Gazeta de Barão	Sim

*Não fazem parte da associação AjorbCamp

Levando-se em consideração que o jornalismo online é um segmento que tem movimentado as grandes empresas jornalísticas, tanto na quantidade de trabalho quanto nas opções de divulgação de suas notícias, os jornais de bairro buscaram alternativas de adaptação ao cenário do jornalismo contemporâneo. Palácios (2003) enumera seis características marcantes no jornalismo produzido para web: multimídia, interatividade, hipertextualidade, atualização, convergência e memória. Tais características foram observadas nos portais dos jornais de bairro e, quando encontradas, contribuíram para a diferenciação de qual geração de produção ciberjornalística pertence cada um deles.

Observando-os isoladamente, foi possível perceber que estes ainda estão engatinhando nesta nova plataforma tecnológica e que têm encontrado muitas dificuldades na criação de um novo modelo para a adequação de suas publicações impressas ao ciberespaço. Portanto, o uso de ferramentas que permitam reunir as características citadas acima nas publicações online dos jornais de bairro ainda é tímido. Decorrentemente, também são poucas as contribuições de internautas, tanto nas sugestões de pauta quanto no envio de comentários às matérias publicadas. Além disso,

o uso de vídeos, sons e textos combinados ainda é inexpressivo, como se perceberá pela próxima tabela (TABELA 2).

TABELA 2: INSERÇÃO DOS JORNAIS DE BAIRRO NO CIBERESPAÇO

JORNAIS	Castelo	Local	O Quinze	Gazeta do Cambuí	Gazeta de Barão
Interatividade		X			
Multimedialidade		X			
Hiperlinks Internos	X	X			X
Hiperlinks Externos	X	X	X		X
Atualização Diária		X			
Atualização Semanal	X			X	
Possui Banco de Dados	X	X	X	X	X
Divisão de equipes (impresso/online)		X			

A Gazeta do Cambuí (GC) foi a única publicação dentre as estudadas que fazia parte de um grande grupo empresarial da cidade de Campinas, a Rede Anhanguera de Comunicação (RAC), responsável por editar três jornais diários que circulam no município. Além disso, o Cosmo Online, portal da RAC na internet, está locado em um sítio de abrangência nacional e até internacional, o UOL. Com tantas facilidades, esperava-se que a Gazeta do Cambuí estivesse mais próxima da terceira geração nos modelos de produção webjornalística. No entanto, no exato período em que efetivávamos o levantamento de dados para esta pesquisa, a publicação deixou de circular no formato papel e retirou seu portal da internet. Antes de ser extinto, o portal da GC na internet não dispunha de nenhuma forma de interatividade ou de meios que possibilitassem o envio de colaborações por parte dos internautas. Apenas uma cópia no formato PDF do jornal impresso era disponibilizada na internet, para simples verificação das matérias que circulavam no papel. O sítio não possuía também multimídia, personificação ou hiperlinks. A atualização se dava apenas uma vez por semana, acompanhando a periodicidade do jornal impresso, já que nenhuma outra notícia ou reportagem era disponibilizada aos internautas.



Das outras quatro publicações, a mais bem adaptada à rede mundial de computadores, ao que se observou, foi o Jornal Local, que, apesar de ser destinado apenas aos moradores dos distritos de Sousas e Joaquim Egídio, conta com aparatos tecnológicos de ponta para a geração de notícias. Além de um *design* convidativo e fotos exclusivas, o sítio conta com duas atualizações diárias, quando são disponibilizadas mais de cem novas informações por vez. O internauta deste sítio participa ativamente das atividades caracterizadas como “jornalismo colaborativo”, sugerindo pautas e reportagens, escrevendo cartas e enviando comentários e reclamações via email para a redação do jornal. No início deste ano, a redação do Jornal Local passou por obras para facilitar a localização e o trânsito dos jornalistas no ambiente de trabalho, sendo implantada, assim, a divisão de equipes de jornalistas que geram notícias para o impresso e para o online. Com esta divisão de equipes e a utilização contínua de *hiperlinks* internos e externos, multimídia, convergência e atualização, o Jornal Local é o periódico de bairro de Campinas que mais se aproxima da quinta fase dos sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo (imersão total ao cibermeio).

A Gazeta de Barão, do distrito de Barão Geraldo, e o jornal O Quinze, do distrito de Sousas, são dois jornais que ainda sofrem para se adaptar às novas plataformas de suporte tecnológico. Por falta de financiamento, o primeiro deixou de produzir conteúdos jornalísticos há dois anos, passando a utilizar o portal apenas para cobertura de festas e outros eventos sociais. Somente no início deste ano, a Gazeta de Barão voltou a atualizar seu portal com algumas poucas notícias, mas ainda não retornou com a versão impressa. Este ressurgimento se trata de um projeto de voltar totalmente à ativa na geração de conteúdo, tanto na publicação impressa quanto na virtual, articulado pelo dono da empresa, Álvaro da Silva Júnior. Para isso, foi necessária a contratação de profissionais do ramo jornalístico.

Apesar da volta, a Gazeta de Barão ainda está bastante distante da última geração em modelos de produção ciberjornalísticos. Não conta com convergência de mídias, com a atualização constante de seus conteúdos e nem com a interatividade real com seus usuários.

O segundo, apesar de possuir *hiperlinks* externos e memória para o acesso às notícias antigas, não possui multimídia e interatividade. Os conteúdos são simples transposições do impresso para o *online* e deixaram de ser atualizados em maio de 2009. É um portal com poucos recursos e atualização inexpressiva, podendo ser caracterizado

como de segunda fase, segundo o conceito de sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo.

O último sítio analisado foi o do Jornal do Castelo, publicação *online* conjunta ao Jornal de Campinas, ambos do mesmo dono. Apesar de possuir tanto *hiperlinks* internos quanto externos, atualização quase que diária e participação de moradores do bairro, o sítio possui um *design* antigo, que leva a uma confusão de fotos e cores. Dos cinco periódicos incluídos no estudo, este é o portal que tem, aparentemente, maior proximidade com seu público alvo, os moradores do bairro Castelo, em Campinas. A preocupação constante do editor da publicação, Clóvis Cordeiro, é que tanto a versão impressa quanto a virtual exponham os problemas e tragam fatos que são notícia nos limites do bairro. Além disso, tanto a equipe que trabalha no jornal quanto os colunistas e articulistas de fora, moram e vivem a realidade do bairro, podendo, assim, falar com mais propriedade sobre seus problemas.

Após observada a situação dos portais de jornais de bairro campineiros em relação aos modelos de produção, trataremos agora de uma das maiores dificuldades encontradas pelos editores de tais publicações: a falta de fontes de financiamento, origem da dificuldade financeira para a contratação de equipes voltadas exclusivamente para a produção de sítios noticiosos.

Em relação ao financiamento das publicações online, foi possível perceber que nesta nova plataforma para o jornalismo ainda não se explorou eficazmente as suas potencialidades, como sugere Zanotti (2009). Diz o autor: “A publicidade tem sido praticamente a única fonte de financiamento dos portais noticiosos”, não se registrando mecanismos criativos para transformar a audiência em fonte de receita. Com os portais de bairro a situação não é muito diferente (TABELA 3). Estes também são sustentados quase que exclusivamente pela publicidade. A maioria das pequenas empresas jornalísticas utiliza um combinado publicitário com pacotes de propaganda e oferece até descontos para aqueles que anunciarem tanto no meio impresso como no online. Por este motivo, a atividade webjornalística nestas empresas não é lucrativa. Na maioria das vezes, os anúncios são destinados somente a cobrir os custos com jornalistas e suportes técnicos, dificultando ainda mais a inserção completa dos jornais de bairro na internet.

A editora do Jornal Local, Caroline Nunes, afirma que apesar da procura pela publicidade no sítio ainda ser pequena, esta teria aumentado “significativamente” no último ano. Como a versão virtual atende a nichos diferentes do impresso, comerciantes

locais que não anunciavam no papel teriam começado a se interessar pelo anúncio no portal.

Já o editor do Jornal do Castelo, Clóvis Cordeiro, afirmou que sobrevive somente de publicidade casada, já que para o anúncio exclusivo no sítio ele teria que garantir um número determinado de acessos diários a seu cliente, dificultando, assim, a oferta de publicidades exclusivas para a versão online. Segundo assegurou, os comerciantes têm maior interesse em anunciar na versão impressa, que é o carro-chefe das empresas jornalísticas de bairro. Isso garantiria, pela materialidade do papel, que a publicidade chegue às mãos de um maior número de pessoas.

TABELA 3 – MECANISMOS DE FINANCIAMENTO DOS PORTAIS

Mecanismos de financiamento	Sobrevive de publicidade	Outro meio de financiamento	Publicidade casada
Gazeta de Barão	X		X
Gazeta do Cambuí	X	X	
Jornal do Castelo	X		X
Jornal Local	X		X
Jornal O Quinze	X		X

Considerações finais

A análise empreendida apontou que os jornais de bairro existentes no município de Campinas ainda estão muito distantes de uma plena adaptação à internet. Com isso, não avançam na escala de geração em modelos de produção webjornalística e acabam não desvinculando as matérias da edição virtual das reportagens publicadas nas edições em papel. Funcionam, assim, meramente como reprodutores de conteúdos, não produzindo o que modernamente vem sendo denominado de webjornalismo.

A demora em evoluir em seus modelos de produção pode acarretar prejuízos às organizações do setor, pois “as empresas jornalísticas que não se adaptam aos novos tempos tendem a encerrar suas atividades” (ZANOTTI, 2009), fato que se observou com a Gazeta do Cambuí, jornal de bairro de Campinas que, apesar de pertencer à maior empresa jornalística da região de e possuir condições objetivas, tanto de adequação às

novas tecnologias quanto de sustentação financeira, não encontrou os mecanismos de financiamento necessários para se manter circulando e fechou as portas no início de 2010.

Apesar de serem poucos os jornais de bairro que se arriscam em um novo empreendimento, já que o lucro é reduzido, a divulgação e incrementação do jornal impresso na rede mundial de computadores é considerada muito eficaz para reforçar a procura por exemplares (circulação) e venda de espaços publicitários (faturamento) das edições em papel. Além disso, as versões virtuais dos jornais pesquisados possuem receitas inexpressivas, fator que deve influenciar negativamente o surgimento de novos portais de jornais de bairro em um futuro próximo.

O fator que ainda põe em cheque a existência dos portais de jornais de bairro na região é a falta de recursos para a contratação de equipes próprias, que administrem a versão na rede e sejam independentes do impresso para a geração de conteúdos. Atualmente, dos cinco portais que foram avaliados neste trabalho, apenas três funcionam efetivamente como publicações impressas, dos quais dois continuam funcionando também na internet. A Gazeta de Barão, apesar de ter um sítio com o mesmo nome, produz conteúdos jornalísticos em quantidades reduzidas na web e não conta mais com a versão impressa.

A exemplo das grandes empresas jornalísticas, os jornais de bairro também trataram de ocupar um espaço na internet e nas redes sociais conectadas. Apesar de não saberem ao certo como utilizar esta nova base tecnológica, nem avaliar quais os benefícios propriamente ditos trariam para suas empresas, eles não quiseram ficar para trás no processo de modernização das publicações jornalísticas.

A Gazeta de Barão, O Quinze (de Sosas), o Jornal do Castelo e a Gazeta do Cambuí (já extinto) não conseguiram criar mecanismos nem de inovação de conteúdos, nem de financiamento para avançar degraus nas gerações de modelos de produção ciberjornalístico. Continuam estagnados na mera reprodução das reportagens do impresso, com defasagem de atualização e pequenos sinais de interatividade. Por enfrentarem dificuldades de adaptação e sobrevivência no ciberespaço, os quatro jornais ainda situam-se na primeira geração webjornalística.

Dentre os portais analisados, o que melhor se adaptou ao ciberespaço foi o Jornal Local. É o sítio que mais se aproximou da quinta fase dos sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo, pois conta com atualizações diárias, convergência de várias mídias (foto, texto, vídeo e áudio), bancos de dados permanente e,



principalmente, porque proporciona interatividade para seus usuários, característica básica para a imersão no ciberespaço.

Referências bibliográficas

ANDERSON, Chris. **The Long Tail: Why the future of business is selling less of more.** New York: Hyperion, 2006.

BELOCHIO, Vivian. **A Cauda Longa da Informação e suas Implicações no Jornalismo: Estratégias Comunicacionais, Remediação e Des-re-territorialização.** *Anais do VI Encontro Nacional dos Pesquisadores de Jornalismo.* São Bernardo do Campo (SP), UMESP, 2008.

CORREIA, Bem-Hur e SHWINGEL, Carla. **Sistemas aplicados ao Ciberjornalismo: gestão de conteúdos e produção jornalística.** *Anais do VI Encontro Nacional dos Pesquisadores de Jornalismo.* São Bernardo do Campo (SP), UMESP, 2008.

FRANCISCATO, Carlos E. **Jornalismo e inovação: aproximações conceituais entre academia e setor produtivo.** *Anais do IV Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo.* Porto Alegre (RS), UFRGS, 2006.

DORNELLES, Beatriz. **Jornalismo “comunitário” em cidades do interior – uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores.** Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2004.

LAKATOS, E.M e MARCONI, M.A. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos.** São Paulo: Atlas, 1992.

MACHADO, E. **Metodologias aplicadas ao estudo do ensino de jornalismo digital.** *Anais do V Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.* Aracajú, Universidade Federal de Sergipe, 2007.

McCOMBS, Maxwell. **Creating a new news opportunities on the Internet for broader and deeper journalism.** Conferência proferida no *V Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.* Aracajú, Universidade Federal de Sergipe, 2007.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória.** In MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. *Modelos de Jornalismo Digital.* Salvador: Calandra, 2003.

SCHWINGEL, Carla. **Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo. A composição e a arquitetura da informação nos produtos jornalísticos.** *Tese de Doutorado.* Salvador, FACOM/UFBA, 2008.



ZANOTTI, Carlos A. **Os portais noticiosos da imprensa escrita na RMC: estágio de desenvolvimento e sistemática de financiamento.** Campinas, PUC-Campinas, 2008.