

## **A Cobertura Online das Eleições 2010: Uma Análise dos Portais O Povo e Diário do Nordeste**

Lucas de Abreu MOURA<sup>1</sup>

Joana D'arc DUTRA<sup>2</sup>

Universidade de Fortaleza (Unifor), Fortaleza, CE

### **RESUMO**

É sabido que as novas tecnologias trouxeram uma maneira diferenciada de fazer comunicação, e assim se pode supor que todas as vertentes de uma cobertura jornalística, seja economia, cultura, esportes ou política, podem reconfigurar as suas relações com a mídia. A pesquisa desenvolvida neste trabalho pretende analisar matérias publicadas nos portais online dos dois principais veículos de comunicação do estado do Ceará: O Povo e Diário do Nordeste, acerca do segundo turno das eleições que ocorreram no ano de 2010. Além de falar sobre as origens das relações entre comunicação e política, bem como a linguagem webjornalística e o rigor que é dado às notícias sobre eleições no âmbito da internet, a pesquisa também propõe uma reflexão sobre a possibilidade ou não dos portais online experimentarem todas as potencialidades que a internet oferece e em que medida a utilização de tais ferramentas pode provocar mudanças no modo de se cobrir eleições.

**PALAVRAS-CHAVE:** eleições, internet, política, comunicação, notícia, mídia.

### **INTRODUÇÃO**

O que muda no fazer jornalístico a partir da incorporação das novas tecnologias às rotinas produtivas dos profissionais da comunicação? O que muda na relação com os leitores? Na produção de conteúdos? Na apuração das notícias? Estas inquietações têm permeado as pesquisas em comunicação, especialmente a partir no final da década de 1990. Não por acaso, academia e mercado questionam-se sobre os rumos das coberturas jornalísticas a partir do que é caracterizado como potencialidades da Internet que deveriam distinguir o chamado *webjornalismo* do jornalismo impresso, radiofônico e televisivo.

---

<sup>1</sup> Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade de Fortaleza -Unifor, email: lucas.abreum@gmail.com.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), email: joanadutra@gmail.com

São essas inquietações que motivaram este estudo e que provocam em nós a certeza de que é preciso avançar na construção de um modo operante diferenciado para o jornalismo do século 21, a saber: pautado pelas práticas de apuração, checagem e edição tradicionais aliados à incorporação de novos conteúdos e formas de abordagens.

Para nós, esta pesquisa sinaliza que o jornalismo feito para a *web* não pode limitar-se à reprodução de conteúdos de outros meios ou reduzir-se à exploração da rede como lugar de memória e ou *hiperlinks*. A Internet oferece mais. Jornalistas, em primeira instância, e os veículos, em esfera maior, precisam estar atentos e engajados nesse processo. No período eleitoral, quando comunicação de política de relacionam de forma ainda mais determinante, essa apropriação das novas tecnologias são ainda mais exigidas pelo novo modelo de sociedade que se apresenta e que chamamos de sociedade da Idade Mídia.

Este artigo apresenta algumas dessas potencialidades que deveriam ser exploradas pela mídia tais como a multimídia, a interatividade e a instantaneidade e como elas aparecem na cobertura do segundo turno das eleições de 2010, no Brasil. Para nós, fica claro que é mister pensarmos nas próximas eleições e como os profissionais de imprensa devem se portar para assegurar uma cobertura que esteja, de fato, inserida nas características de um webjornalismo contemporâneo.

### **Das relações entre mídia e eleições**

É sabido que as tecnologias recentes incorporadas ao universo da comunicação acabam trazendo uma série de mudanças no modo de informar sobre política e no modo de fazer política. Albino Rubim, em seu artigo de nome “Novas configurações das eleições na Idade Mídia”, afirma que o tema da relação entre mídia e eleições aparece como um dos assuntos mais recorrentes e mais significativos para a compreensão das novas configurações assumidas pela política na Era Contemporânea, concebida como Idade Mídia.

O autor defende que as eleições são um período significativo da política, momento em que a mesma se aproxima da população. Trata-se de um momento ritualizado, periódico e legitimado, de escolha e investidura de dirigentes para exercício de poder na sociedade.

As eleições escolhem quem deve governar, quem vai ocupar lugares determinados de exercício de poder em instituições do Estado – sejam elas do executivo, do legislativo ou, em algumas países, do judiciário – ou da sociedade

civil ou, em circunstâncias infinitamente menos comuns, devido ao seu caráter não democratizado, do mercado. Assim as eleições escolhem aqueles que estarão em lugares de comando. (RUBIM, 2001, p.170)

Ainda de acordo com Rubim (2001), as eleições funcionam como procedimento social e fundamental de distribuição do poder de governar, pois essa distribuição transcende a especificidade do episódio eleitoral. Acontecendo ordinariamente através da persistente disputa do poder de governar e das condições de governabilidade. Dessa forma, a escolha e investimento que acontece através das eleições viabiliza a ocupação dos lugares nos quais o poder está concentrado, definindo o programa vencedor, mas não tem como assegurar e nem garantir a realização plena do projeto de governo.

Este momento em especial, no qual cada cidadão detém em suas mãos o poder de escolher quem governará, caracteriza, a princípio teoricamente, o regime democrático. É no ato do voto que o cidadão delega parte do poder ao seu representante político que, uma vez reunido a um conjunto necessário de votos, ganha representatividade para galgar a algum cargo governamental (seja no poder legislativo, executivo e, por vezes, judiciário) na sociedade.

O autor explica que as eleições surgem como invenção moderna (2001, p.171), tendo como exigências fundantes uma política que tem um princípio de legitimação secular pela via desse mecanismo de representação. O governo e os governantes tornam-se legítimos quando escolhidos através desse rito público (2001, p.171). No entanto, essa condição de legitimidade, embora sempre seja necessária, é insuficiente, visto que as eleições devem garantir uma competitividade satisfatória aos concorrentes, tanto partidos como candidatos.

Ao relacionar Eleições e Idade Mídia, Rubim aponta para as mudanças ocorridas na forma de fazer política, com o auxílio dos meios de comunicação, resultando em novas configurações do âmbito da política e um trato novo para com o eleitor. Enquanto que, antes da consolidação da Idade Mídia, as campanhas eleitorais se baseavam no contato direto com o eleito, isto é, havia os comícios nas ruas, panfletagem, dentre outras formas de relacionamento com o público eleitor. Após a inserção dos meios de comunicação na promoção das campanhas eleitorais, há uma migração dos comícios para o programa na tela. Rubim ressalta que isso não quer dizer que os comícios e outras formas mais primitivas de campanha possam desaparecer por completo, mas o cerne da campanha

eleitoral passa a ser no espaço eletrônico (2001, p. 177), em especial a televisão, por seu impacto e abrangência.

Essa nova realidade deve ser compreendida não como submissão da política à lógica midiática, nem como submissão da mesma, mas, sim, pensada como uma adequação da política a uma nova sociabilidade, estruturada e ambientada pela mídia (2001, p. 177). Para o autor, a novidade revela-se em uma formidável mutação que ocorre na formatação adquirida pelo tema das eleições na tela.

No que concerne à modernização das campanhas eleitorais, merecem destaque quatro indicadores desse processo: a profissionalização da campanha, o uso de sondagens de opinião, a utilização da mídia, em especial da televisão, e a personalização da campanha eleitoral (2001, p. 179). Todos os tópicos realçam novas formações de realização da política, mais especificamente no momento eleitoral, em uma situação em que a mídia e as novas circunstâncias societárias já estão instaladas de modo substantivo.

Tão importante quanto a televisão, no que diz respeito às novas configurações das campanhas eleitorais na modernidade, é a internet, que veio conferir um caráter dinâmico ao período eleitoral. Alessandra Aldé e Juliano Borges, no artigo *Internet, imprensa e as eleições de 2002: pautando notícias em tempo real*, apontam o período em questão como o mais fértil para compreender o trato da cobertura eleitoral na web.

De acordo com os autores, o uso dinâmico da internet, como instrumento de campanha para os atores políticos, foi recurso importante para o fortalecimento e divulgação da agenda de cada candidato, dando visibilidade aos discursos políticos e garantindo um espaço para ataques de todo tipo de sites oficiais das candidaturas. Embora a internet já tenha sido usada nas eleições anteriores (1998), o clima de vitória antecipada em 2002 fez com que o meio fosse um mero acessório nas estratégias de comunicação dos candidatos, utilizada principalmente por eleitores interessados em conteúdos como material de campanha, programas de governo e agenda dos presidencialistas. Não se deve, no entanto, descartar o fato de que todos os meios de comunicação, seja internet, televisão, rádio ou jornais impressos, costumam pautar-se um pelos outros.

Cabe ressaltar que o intercâmbio de informações entre os diferentes meios vem se tornando uma característica marcante na comunicação eleitoral do Brasil. Os jornais e noticiários, televisivos e digitais, se comunicam intensamente entre si, reproduzindo notícias e citações. E uma das fontes mais acessíveis, mobilizada

por repórteres mesmos nos locais mais remotos do país, é a internet, [...] (ALDÉ/BORGES, 2004, pág. 05)

Porém, as novas configurações e formatos das campanhas eleitorais não se restringem à tela. Ao invés de excluir o que acontece na rua, a modernização das campanhas promove uma ressignificação desta, quando a tela passa se conectar a ela e a incorporá-la. O autor pondera que mesmo os atos de rua não captados se semantizam na tela, pois a onipresença da teia midiática, ao envolver tudo e a todos, induz a que os atos busquem produzir sentido tanto para o seu entorno físico-social como para o entorno virtual (2001, p.180)

Comícios, passeatas, carreatas, outros atos político-eleitorais e até mesmo o simples corpo-a-corpo cada vez mais pretendem e absorvem um “efeito de mídia”. Tal “efeito”, quando construído de modo intencional e não inconsciente, pode acionar diferenciados dispositivos de produção: espetacularização, critérios de noticiabilidade, contradições e contrastes inscritos na realidade, além de outros procedimentos possíveis. (RUBIM, 2001, p. 180)

Em seu artigo intitulado *Os Jornais Paulistas e a Eleição Municipal de 2000*, Fernando Antônio Azevedo pondera que, durante os primeiros momentos vividos na redemocratização da política no Brasil, poderia notar-se, sim, uma certa parcialidade, tanto por parte da mídia eletrônica (rádio e televisão) e da mídia impressa (jornais e revistas) em suas coberturas, quase sempre favorecendo candidatos ou partidos políticos ligados aos interesses de grupos políticos ou econômicos dominantes.

As evidências de parcialidade e partidarismo da imprensa seriam múltiplas e presentes em nossa história política recente, pelo menos desde a campanha eleitoral de 1982, que se encerrou com a vitória de Leonel Brizola para o governo estadual, apesar da tentativa de fraude na apuração dos votos, episódio em que a TV Globo foi acusada de envolvimento direto. A tendenciosidade da mídia também estaria evidente em vários outros momentos, como a célebre edição do debate final entre Lula e Collor realizada pela TV Globo, na eleição de 1989 (AZEVEDO, 2001, p. 15)

Dadas às evidências de que há um certo posicionamento discursivo da mídia em vários episódios do passado recente da redemocratização, é algo temerário, entretanto, fazer generalizações sobre a partidarização dos meios de comunicação, isso porque, segundo o autor, o Brasil é um país com enormes diferenças regionais em relação à estruturação do mercado de informação e a competitividade dos subsistemas partidários. Logo, não se pode falar da imprensa como se esta fosse uma entidade homogênea (2001, p.02).

Azevedo também destaca que os estudos e pesquisas sobre o assunto mostram que a alegação sobre a parcialidade da mídia quase sempre é feita de modo impressionista. Além do mais, a relação entre influência da mídia e resultado político, apesar da sua óbvia complexidade metodológica, é quase sempre analisada como se fosse uma relação direta e linear, sendo a influência dos meios de comunicação nas atitudes políticas e no comportamento eleitoral difusa e de difícil verificação empírica.

### **Jornalismo para web: conceito, características e linguagem**

Nas últimas décadas, a internet se tornou importante ferramenta no âmbito da comunicação. Com a popularização cada vez maior da rede mundial de computadores, os grupos de comunicação demonstraram preocupação e interesse em investir nas novas tecnologias e ingressarem nessa nova realidade.

Segundo Carla Rodrigues, em seu artigo intitulado “*Ainda em Busca de Definições para o Jornalismo On-line*”, a prática do jornalismo na internet deve ser compreendida como uma que é quase exclusivamente para a *World Wide Web*, ou um quarto tipo de jornalismo (2009, p. 15). No entanto, a hipótese de trabalho é que o webjornalismo tanto pode ser uma quarta modalidade da profissão, como também ser uma segunda atuação de um profissional que atue em outra mídia como jornal, rádio ou TV, pois a web reconfigura os processos de produção em todas as redações. Dessa forma, surge a discussão sobre como a web modifica a prática do jornalismo e quatro problemas se apresentam: o domínio dessa técnica, as peculiaridades do conteúdo, a complexidade no campo das fontes de notícias e as exigências na formação profissional (2009, p. 15).

Segundo a autora, o jornalismo é uma profissão direta e historicamente dependente da tecnologia, estando as suas modificações na maneira de se trabalhar a informação ao progresso tecnológico. O jornalismo conta com a tecnologia para apuração, edição, produção e disseminação da informação. Além disso, ela ainda permite ao jornalismo se organizar através do princípio de se transmitir informações com velocidade. A história da tecnologia na comunicação social permite associar a imprensa escrita ao século XIX, o rádio e a televisão, ao século XX, e as plataformas multimídia e digitais, ao século XXI.

Dentre algumas principais características identificadas no jornalismo online estão: 1) a convergência, proporcionada pelo fato de a web ser uma plataforma que agrega conteúdos em formatos de texto, áudio e vídeo; 2) interatividade, tanto com os leitores, como dentro

da notícia, já que a navegação em hipertexto também seria classificada como uma situação que propõe interatividade; 3) a hipertextualidade, resultado do uso de hiperlinks que sugerem conteúdos que complementam a notícia; 4) a personalização do conteúdo conforme o perfil do leitor; 5) memória e armazenamento de informações, possíveis graças ao uso de sistemas de gestão de conteúdos e 6) a atualização contínua da informação (2009, p. 17).

Características como as que foram sugeridas refletem as possibilidades tecnológicas que a web nos oferece, no entanto, não apontam para um determinismo tecnológico na prática do jornalismo online.

É necessário sublinhar aqui que a tecnologia em si não pode ser vista como o fator determinante para definir o profissional de convergência e a mudança no meio jornalístico. Escrever sobre o que se sabe e contar bem o que há para contar representam, em última análise, os principais ingredientes da enunciação jornalística. (RODRIGUES, 2009, P. 14)

Por conta do ainda presente processo de consolidação do jornalismo na web, ainda há dificuldade, por parte dos estudiosos na área, em encontrar um termo geral que caracterize todas as nuances apresentadas pelo jornalismo na web. Luciana Mielnicksuk, no artigo *Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web*, delimita alguns conceitos acerca do webjornalismo, bem como estabelece algumas categorias visando a melhor descrição e compreensão do mesmo enquanto objeto de pesquisa.

Segundo a autora, ainda não existe um consenso sobre a nomenclatura a ser utilizada quando se refere ao jornalismo praticado na Internet, para a Internet ou com o auxílio da Internet. Em linhas gerais, nota-se que autores norte-americanos utilizam amplamente o termo jornalismo *online* ou jornalismo digital, enquanto que os autores de língua espanhola costumam dar preferência ao termo jornalismo eletrônico, sendo utilizados também os nomes jornalismo multimídia ou ciberjornalismo.

De acordo com Mielnicksuk e outros autores, o jornalismo online está ligado à prática do jornalismo assistida por computador, em que as rotinas produtivas recebem o auxílio das pesquisas online. Logo, o jornalismo online é a pesquisa realizada em redes, nas quais as informações circulam em tempo real e cujo objetivo é a apuração jornalística – pesquisa de conteúdos, apuração de dados e relacionamento com as fontes.

Outras definições utilizadas para o jornalismo na Internet é o ciberjornalismo, no qual a produção de conteúdo jornalístico está inserida no ciberespaço – lugar hipotético ou imaginário no qual se encontram imersos aqueles que pertencem ao mundo da eletrônica e da informática; o webjornalismo, que diz respeito à utilização de uma parte específica da Internet, que disponibiliza interfaces gráficas de forma bastante amigável.

Conforme Canavillas (2001), a nomenclatura encontra-se relacionada com o suporte técnico: para designar o jornalismo para a televisão, utilizamos telejornalismo; o jornalismo desenvolvido para o rádio chamamos de rádiojornalismo; e chamamos de jornalismo impresso àquele que é feito para os jornais impressos em papel. (MIELNICZUK, 2002, p.04)

Mielniczuk também ressalta que, desde o seu surgimento, o jornalismo na web passa por inúmeras fases de desenvolvimento e caracterização, nas quais surgiram várias tentativas para desenvolver produtos adequados ao meio e que também fossem eficientes juntos ao grande público.

A primeira fase é caracterizada pelo predomínio dos sites que publicam material editorial produzido tal qual para as edições impressas do jornal, ou seja, em suas primeiras experimentações, o jornalismo na web só é capaz de produzir informações que já continham em versões impressas.

Marcos Palacios, em sua obra *Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória* contribui para a discussão em torno das particularidades do Jornalismo na Web ao identificar mais características dessa modalidade, que são a Ruptura, Continuidade, Potencialização e Memória.

O autor pondera que a realidade do jornalismo praticado na Web não deve ser compreendida como uma ruptura com relação ao exercício praticado em suportes anteriores, mas tais características online devem ser compreendidas como uma fase de complementação e de aprimoração de todas as anteriores, isto é, as características da web aparecem, majoritariamente, como Continuidades e Potencializações.

Para exemplificar seus conceitos, Palacio aponta que a multimidialidade do Jornalismo na Web é certamente uma Continuidade, visto que na televisão já ocorre uma conjugação de formatos mediáticos (imagem, som e texto). Entretanto, é igualmente evidente que a web, facilidade de conjugação dos diferentes formatos, acaba por potencializar essa característica. Uma característica de potencialização é a personalização

na Web, através da segmentação de públicos alvos, que inclusive, pode ser encontrada em suportes anteriores.

Um exemplo do conceito de Ruptura apontada pelo autor é o fato de que, na Web, dissolvem-se os limites de espaço e/ou tempo que o jornalista tem a seu dispor para a disponibilização do material informativo. Uma vez que se trabalha com bancos de dados com uma crescente capacidade de armazenamento, contando também com a possibilidade de acesso sem sincronia por parte dos usuários, o Jornalismo Online passa, então, a dispor de um espaço virtualmente ilimitado.

É fundamental que se enfatize que se trata da primeira vez que isso ocorre na história do Jornalismo, uma vez que, em todos os suportes anteriores (impresso, rádio, TV), o jornalista era obrigado a conviver com rígidas limitações de espaço (que se traduzem em tempo, no caso do rádio e TV). Tais limitações sempre constituíram, evidentemente, um fator condicionante essencial nos processos de produção jornalística em todos os suportes mediáticos. (PALACIOS, 2003, pág. 08)

Hoje, como o maior espaço existente de circulação de informação via redes de computadores, a Internet não deixa de representar também um novo e promissor campo de renovação para as práticas e as técnicas do jornalismo. Nesse sentido, cabe apontar as delimitações de alguns termos. Sobre jornalismo digital, o autor o classifica como sendotodo produto discursivo que constrói a realidade por meio da singularidade dos eventos, tendo como apoio de circulação as redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia capaz de transmitir sinais numéricos e que comporte a interação com os usuários ao longo do processo de produção.

O jornalismo digital diferencia-se do jornalismo praticado nos meios de comunicação tradicionais pela forma de tratamento dos dados e pelas reações que são articuladas com os usuários. Por sua vez, sendo a Internet uma mídia bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, cinema, jornal e revista -, o jornalismo digital deve considerar e explorar a seu favor cada uma das características que diferenciam a rede mundial desses veículos. (PINHO, 2003, p. 58)

Outros aspectos apontados por Pinho para caracterizar o jornalismo online são a *não-linearidade*: o hipertexto permite que o usuário se movimente mediante as estruturas de informação do site sem uma sequência predeterminada (2003, p. 50), mas, sim, saltando entre os vários tipos de dados que necessita para colher a informação com eficácia. A *instantaneidade*, que é característica inerente à Internet e se traduz na capacidade de transmitir as mensagens quase instantaneamente e em tempo real, seja respondendo à pauta

enviada por um jornalista via e-mail ou publicando uma notícia na web para imediato conhecimento. A Internet, então, permite transferir a mensagem, com som, cor e movimento, para qualquer parte do mundo. Os *custos de produção e de veiculação*: diferente da televisão e mesmo da mídia impressa, em que os custos para veicular a informação são bastante elevados, a Internet se mostra o contrário, uma vez que a transmissão de informações via online geram despesas irrisórias, até quando comparadas com tarifas eletrônicas de longa distância (2003, p. 53).

Pinho também inclui nessas características uma participação mais efetiva do receptor, na qual o indivíduo deixa de ser um público passivo, como acontece por meios das transmissões via TV, rádio ou jornal, cujas informações são lançadas sem que o receptor tenha solicitado. Com a Internet, cada organização tem igual oportunidade de atingir a mesma audiência. Com milhões de sites e blogs disponibilizados a nível mundial, a audiência tem de buscar a informação de uma maneira mais ativa, sendo os blogs também uma ferramenta importante para o próprio cidadão comum ser capaz de produzir conteúdos e não somente as organizações.

### **Da Análise do Material de Pesquisa**

Feita a exposição de todos os conceitos relacionados às relações que podem ser feitas entre mídia, política e eleições; bem como os que dizem respeito à linguagem utilizada na web e às novas possibilidades de cobertura política na Internet, será dado início, neste capítulo, à análise de notícias publicadas nos portais online dos principais veículos de comunicação do Ceará: *O Povo* e *Diário do Nordeste*.

A partir desses estudos, a pesquisa se propõe a averiguar se há, realmente, uma nova forma de cobertura política, sobretudo no período eleitoral, presente no âmbito da Internet e se tais portais são capazes de experimentar todas, ou a grande maioria, das potencialidades oferecidas pela web, além de procurar dar ao conteúdo um caráter mais voltado para a realidade local. O material recolhido para análise nesta pesquisa se refere a matérias publicadas nos portais dos jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste* durante a cobertura do segundo turno das eleições ocorridas no ano de 2010.

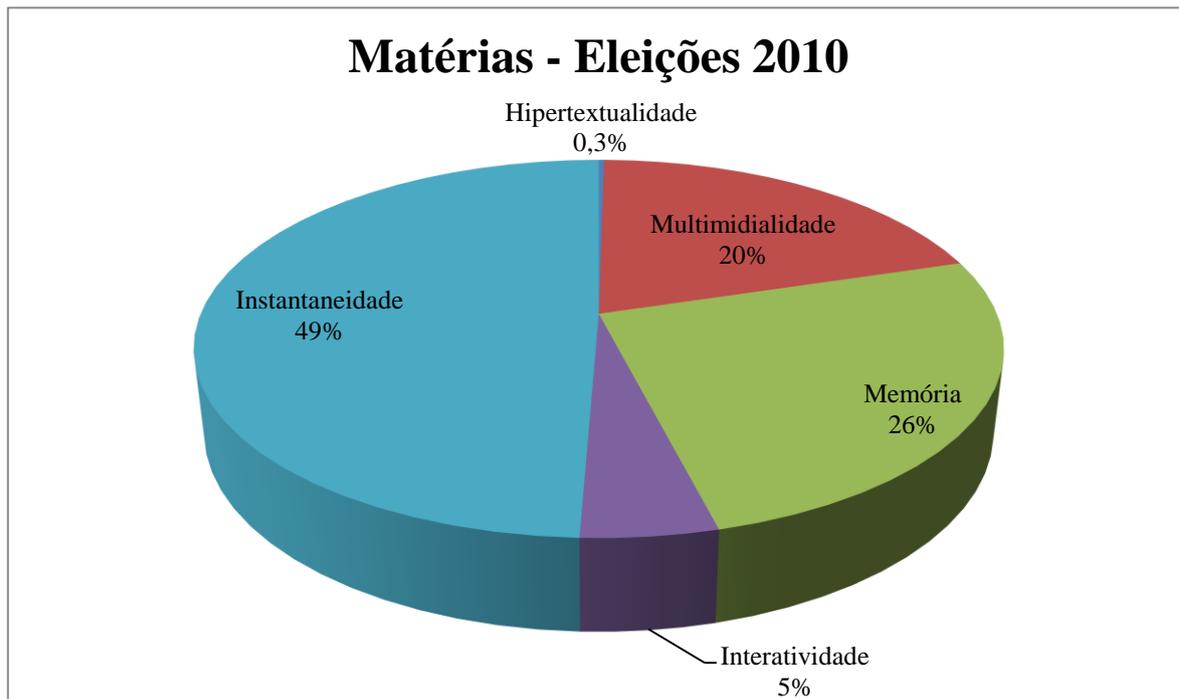
De modo a destacar com precisão a metodologia utilizada, tomamos por base as ideias levantadas por Elias Machado e Marcos Palacios ao sugerir um modelo híbrido de

pesquisa (2007, pág. 199), mais direcionado para os estudos de jornalismo na Internet. Segundo os autores, nessa metodologia, o pesquisador percorre três etapas: 1) Revisão preliminar da bibliografia, acompanhada da análise de organizações jornalísticas relacionadas ao objeto de estudo – que no caso dessa pesquisa, são os portais online O Povo e Diário do Nordeste -, 2) Delimitação do objeto com formulação das hipóteses de trabalho e estudos de caso com pesquisa de campo (participante ou não) nas organizações jornalísticas e 3) Elaboração de categorias de análise, processamento de material coletado e definição conceitual sobre as particularidades dos objetos estudados.

A metodologia em questão permite que o pesquisador, por um lado, revise a bibliografia corrente sobre o objeto e, por outro, possibilita que essa produção conceitual seja testada em estudos de casos específicos (2007, pág. 201). Com base nos conceitos apontados pelos dois autores, julgamos que a metodologia de análise híbrida é a mais adequada para a realização desta pesquisa.

As eleições ocorridas no ano de 2010, na qual se elegeram Deputados Estaduais e Federais, Senadores, Governadores e Presidente da República, foi amplamente evidenciada nos principais veículos de comunicação do Ceará. Conforme Albino Rubim (2001), a forma de fazer política e o alcance mais eficaz do eleitor são modificadas com o auxílio dos meios de comunicação, provocando uma reconfiguração do período eleitoral.

As matérias escolhidas para análise foram publicadas nos portais OPOVO.com.br e Diário do Nordeste ao longo do mês de outubro de 2010, abordando o primeiro e segundo turno das eleições daquele ano. Tais matérias foram coletadas nas editorias de política e nacional – no caso do portal Diário do Nordeste, e nas editorias Fortaleza e Política – no portal OPOVO.com.br.



O Corpus desta pesquisa consistiu em um total de 936 matérias relativas a eleições publicadas nos dois portais. De modo a demonstrar com precisão em quais dessas matérias se observaram os maiores sinais das potencialidades oferecidas pela web, a pesquisa produziu um gráfico com base no total de notícias apuradas para análise. No que diz respeito ao critério de hipertextualidade, apenas em 0,3% do total se observou o uso de hipertextos. Quanto ao critério de interatividade, apenas 5% do total de notícias atenderam a esta potencialidade.

Os critérios de potencialidades web mais evidentes entre as notícias que compunham o Corpus desta pesquisa diziam respeito à memória e armazenamento de dados, onde se constatou que 26% do total atendiam a esse critério; e ao critério de instantaneidade, que representou 49% do total de matérias avaliadas durante a pesquisa. Das 936 matérias avaliadas, apenas três atendiam ao critério de Hipertextualidade, 229 atendiam ao critério de Multimídia, 321 atendiam ao critério de Memória e Armazenamento de Dados, em 55 notícias se observaram sinais de interatividade para com o leitor, 322 apresentavam sinais de instantaneidade

<b>Matérias – Eleições 2010</b>	
<b>Hipertextualidade</b>	3
<b>Multimedialidade</b>	229
<b>Memória e Armazenamento de Dados</b>	321
<b>Interatividade</b>	55
<b>Instantaneidade</b>	322
<b>Total</b>	936

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao longo dessa pesquisa, diversas reflexões foram lançadas acerca das relações entre mídia e política, sobre o modo como a primeira pode ser capaz de construir determinado perfil das relações políticas e, sobretudo, das novas possibilidades de relacionamento com o público por meio da Internet. Era inquietante, observar se, de fato, as versões online dos grandes jornais são capazes de experimentar todas as potencialidades que a web oferece na cobertura das eleições, a fim de promover um alcance mais incisivo no público e incentivar uma participação mais forte deste.

Ao final da análise principal, pode-se concluir que evidentemente desponta uma nova maneira de se cobrir eleições. Há uma participação maior por parte do leitor que acessa matérias relacionadas ao tema nos portais: foi observado que um número considerável de leitores comenta as notícias publicadas, fenômeno muito mais recorrente no portal O Povo. O estudo também observou que há a possibilidade de resgatar notícias publicadas já há algum tempo relacionadas ao tema, cujas ferramentas de busca de ambos os portais foram capazes de encontrar as notícias relacionadas a eleições 2010, sendo o buscador do portal Diário do Nordeste muito mais simples e prático de encontrar tais notícias. Essa constatação permite concluir que os portais O Povo e Diário do Nordeste atendem aos critérios de memória e armazenamento de dados.

Entretanto, é válido ressaltar que nem todas as potencialidades estão sendo usadas a contento, isto é, como se espera de uma cobertura com características diferenciadas das tradicionais como ocorre em rádio, TV e jornal. Foi observada a escassez de recursos como hipertextos: de todas as matérias avaliadas durante o mês de outubro, cujo número total

chega a 936 publicações relacionadas a eleições, apenas em três notícias, contando os dois portais, se evidenciou o emprego de hipertextualidade.

No que se refere à multimídia, não foram constatadas evidências do uso de ferramentas como vídeo ou áudio, sendo apenas utilizadas imagens para ilustrar as matérias. Quanto ao compartilhamento via redes sociais, contabilizou-se o registro de apenas sete notícias compartilhadas via Twitter, apenas no portal Diário do Nordeste.

Tais potencialidades que a web dispõe aos meios são indispensáveis para disponibilizar mais opções de conteúdo ao leitor, podendo ser encontradas em meios de comunicação de referencial menor, como os blogs, por exemplo, e que, se utilizadas em larga escala, poderiam enaltecer ainda mais a Internet como o meio de comunicação mais dinâmico já idealizado pelo homem.

Profissionais estão, nesse sentido, desafiados a pensar e executar coberturas que observem as particularidades da Internet e as explorem em suas, ainda aparentemente infinitas, possibilidades. Esses desafios, para nós, passam por um maquinário adequado, softwares especializados, mas, principalmente, por jornalistas mais capacitados tecnicamente e em condições de trabalho menos precárias.

Neste contexto, de que maneira as potencialidades web podem ser empregadas na cobertura das eleições municipais de 2012? Tomando por base a análise produzida para as eleições de 2010, seria possível cogitar que no contexto atual, as potencialidades web poderiam ser empregadas de modo diferente, visto que novos recursos poderiam surgir, dada a rápida evolução e surgimento de novas potencialidades web, como também observando as especificidades de uma eleição municipal? Por fim, reafirmamos a importância do conhecimento, por parte dos profissionais de comunicação, dessas possibilidades de cobertura webjornalística, como também da necessidade de condições de atuação mais favoráveis para que tais possibilidades de cobertura consolidem o seu espaço no âmbito da comunicação.

## REFERÊNCIAS

ACCIOLY, Rejane Vasconcelos de. **A Produção da Política nas Campanhas Eleitorais: Eleições Municipais de 2000**. Fortaleza: Pontes – Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará. 2003.

ALDÉ, Alessandra, BORGES, Juliano. **Internet, imprensa e as eleições de 2002: pautando notícias em tempo real**. Disponível em <<http://doxa.iuperj.br>>. Acesso em: 15 abr. 2012.

LAGO, Cláudia, BENETTI, Márcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos do Jornalismo Digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003.

MIELNICKZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conceitos sobre jornalismo na web**. Disponível em <[www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/mielniczuk2003.doc](http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/mielniczuk2003.doc)>. Acesso em: 24 abr. 2012.

RUBIM, A. A. C, COLLING, F. Mídia e Eleições Presidenciais no Brasil Pós-Ditadura. *Diálogos de La Comunicación*. Lima, nº 69, p. 74-87, 2004.

RUBIM, A. A. C. Novas Configurações das Eleições na Idade Mídia. *Opinião Pública*. Campinas. Vol. 6, nº 2, p. 168-181, 2001.